



Eyes&EarsEurope

**Markenattraktivität nachhaltig steigern:
Strategien, Vorgehensweisen & Instrumente ganzheitlicher Markenführung
16. & 17. Juli 2015
MDR in Leipzig**

Die Kunst erfolgreicher Markenführung besteht in der Beherrschung des schmalen Grats zwischen Kontinuität und Aktualisierung der Marke. Dabei bildet die Markenpositionierung den Ausgangspunkt, von dem aus der Handlungskorridor für die Marke definiert wird. Die zweitägige Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und dem MDR in Leipzig vermittelt die Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Markenführung mit Beispielen aus der Markenmanagement-Praxis in Medien und Industrie. Dabei werden Chancen und Fallstricke, Tops und Flops aufgezeigt.

Anhand von Fallstudien aus der Beratungspraxis der GMK Markenberatung – insbesondere aus dem umfangreichen Markenstrategie- und Implementierungsprozess beim Westdeutschen Rundfunk – wird der Verlauf von der Markenpositionierung über die Entwicklung eines Erscheinungsbildes bis hin zur Überführung an die verschiedensten Kontaktpunkte vorgestellt. Mit Hilfe bewährter Instrumente aus mehr als 10 Jahren Markenberatungspraxis erarbeiten die Workshop-Teilnehmer zudem selbstständig eine Positionierung für eine Medienmarke und identifizieren mögliche Ansatzpunkte zur weiteren Optimierung der Führung "ihrer" Marke.

Die Veranstaltung richtet sich an Entscheider aus den Bereichen Marketing, Promotion, Design und Programm-Management der Sender und Produktionsgesellschaften sowie an Mitarbeiter aus Agenturen im Mediumfeld, die mehr über Strategien und Techniken der Markenführung erfahren wollen. Auch allgemein Medieninteressierte, Studenten und Auszubildende sind herzlich willkommen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 16 Personen begrenzt**.

Anmeldeschluss: 10. Juli 2015

Dozenten

Petra Hennrich, Leiterin Marketingplanung und -controlling, Westdeutscher Rundfunk, Köln

Petra Hennrich (Dipl. Betriebswirtin) leitet innerhalb der Abteilung Marketing die Gruppe Marketingplanung und -controlling im Westdeutschen Rundfunk in Köln. Hier verantwortet sie als Projektleiterin seit 2012 die interne und externe Implementierung aller Marken des WDR. Davor war sie unter anderem mehrere Jahre in verschiedenen Positionen im Programm-Marketing der ProSiebenSat.1 Media AG tätig. Zuletzt als Unitleiterin Inhouse Fiction / Produkt Management Marketing Sat.1 und ProSieben, wo ihr Schwerpunkt auf strategischer Marketingplanung und Marketingkommunikation lag. Petra Hennrich ist seit 2011 für den WDR aktiv.

Elmar Rugevics, Consultant bei der GMK Markenberatung, Köln

Elmar Rugevics ist Berater und Teamleiter für die GMK Markenberatung am Standort Köln. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen in der Entwicklung ganzheitlicher Markenstrategien sowie deren internen und externen Implementierung. Zu seinen bisherigen Kunden zählen u.a. der Westdeutsche Rundfunk, Braun, Hewlett-Packard, Bosch Thermotechnik, Renault und die Welthungerhilfe. Nach seinem Studium der Psychologie mit dem Schwerpunkt Kommunikations- und Medienpsychologie arbeitete Elmar Rugevics als Strategic Planner bei Publicis Hamburg und BBDO Proximity in Düsseldorf. Seit 2012 ist er Projektleiter für das WDR-Mandat bei der GMK.

Donnerstag, 16. Juli 2015

- 11.00 **Begrüßung**
Klaus W Schuntermann, Creative Director
MDR, Leipzig

Corinna Kamphausen, CEO Eyes & Ears
of Europe, Köln
- 11.15 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 11.30 **Warm-Up**
- 12.30 Mittagspause
- 13.30 **Was Marken stark macht: Grundlagen
effizienter Markenführung**
- 14.30 Pause
- 14.45 **Fallstudien Markenpositionierung I
Fallstudien Markenpositionierung II**
Der BrandGuide als Steuerungs-
instrument der operativen Markenführung
- Diskussion**
- 16.45 Pause
- 17.00 **Positionierung ist kein Selbstzweck:
Nachhaltige Markenimplementierung
am Beispiel Westdeutscher Rundfunk**
- Worksession: Reality Check und
Optimierungspotenziale
Markenführung**
- 18.00 Zusammenfassung
- 18.15 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 17. Juli 2015

- 09.00 Get together
- 09.30 **Briefing Worksession
Markenentwicklung: Positionierung
einer Medienmarke**
- 10.00 **Worksession Markenentwicklung**
Entwicklung Weltbild, Rolle und
Markenleitbild einer Medienmarke;
Ableitung von Markenwerten und
Profilierungsfeldern
- 12.30 Mittagspause
- 13.30 **Präsentation & Diskussion
Ergebnisse Worksession**
- 15.00 Zusammenfassung & Seminauswertung
- 15.30 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Für Ihre verbindliche Teilnahme senden Sie das ausgefüllte Anmeldeformular bitte bis spätestens 10. Juli 2015 als Scan per eMail an academy@eeofe.org oder per Fax an +49 221 60605711.

Veranstalter & Ansprechpartner

Eyes & Ears of Europe
Mozartstr. 3-5
D-50674 Köln

Direktorin
Corinna Kamphausen
Projektleitung
Ina Braun
Studienorganisation
Marion Snyders & Isabel Krischer

Tel.: +49 (221) 60 60 57 10
Fax: +49 (221) 60 60 57 11
academy@eeofe.org
www.eeofe.org

Kostenbeitrag

- € 350,- für Eyes & Ears-Mitglieder
- € 95,- für Schüler, Studenten, Auszubildende, die persönliches Mitglied bei Eyes & Earsof Europe sind, oder für Schüler, Studenten, Auszubildende bei einem institutionellen Mitglied von Eyes & Earsof Europe.
- € 990,- für Nichtmitglieder
- € 190,- für Schüler, Studenten oder Auszubildende, die keine Mitglieder sind

Der Tagungsbeitrag muss innerhalb einer Woche nach Erhalt der Rechnung per Überweisung beglichen werden. Unterkunft und Verpflegung sind durch den Tagungsbeitrag nicht gedeckt.