



Digitale Markenführung – Strategien, Vorgehensweisen & Instrumente 27. & 28. April 2017 SRF in Zürich

Digitalisierung, Web 2.0, Industrie 4.0 – Eine Vielzahl an Schlagworten steht stellvertretend für die weitreichenden und vielfältigen Veränderungen, die im Zuge des digitalen Fortschritts Chancen und Herausforderungen für Unternehmen mit sich bringen. Laufend kommen nicht nur neue Kontaktpunkte, sondern auch neue Wettbewerber und Geschäftsmodelle hinzu und machen eine konsequente Markenführung wichtiger denn je. Die zweitägige Veranstaltung von Eyes & Ears of Europe und dem SRF – Schweizer Radio und Fernsehen in Zürich vermittelt anhand von Beispielen aus der Praxis des Markenmanagements in Medien und Industrie die Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Markenführung in einer (immer) digitale(re)n Welt.

Anhand von Fallstudien aus der Beratungspraxis der GMK Markenberatung wird der Prozess der Markenpositionierung über die Entwicklung eines Erscheinungsbildes bis hin zur Überführung an die verschiedensten Kontaktpunkte vorgestellt. Mit Hilfe bewährter Instrumente haben die Teilnehmer dann die Möglichkeit eine Markenpositionierung, Merkmale und Maßnahmen oder eine Implementierungs-Road-Map für eine Medienmarke zu erarbeiten. Außerdem identifizieren die Teilnehmer Impulse und mögliche Ansatzpunkte zur weiteren Optimierung "ihrer" Markenführung.

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 ganzheitlicher Markenführung erfahren wollen. Auch allgemein Medieninteressierte, Studenten und Auszubildende sind herzlich willkommen. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 20 Personen begrenzt**.

Anmeldeschluss: 21. April 2017

Dozenten

Elmar Rugevics, Senior Consultant bei der GMK Markenberatung, Köln

Elmar Rugevics ist Senior Consultant 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 (WDR), phoenix, Braun, Hewlett-Packard, Bosch Thermotechnik 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.

Moritz Piel, Junior Consultant GMK Markenberatung, Köln

Moritz Piel ist Junior Consultant bei der GMK Markenberatung am Standort Köln. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen in der Konzeption und Entwicklung von Markentrainings sowie der Entwicklung ganzheitlicher Markenstrategien. Zu seinen bisherigen Kunden zählen u.a. die uvex group, die Christoffel Blindenmission, der Westdeutsche Rundfunk (WDR) und Bosch Thermotechnik. Während seines Studiums der Wirtschaftspsychologie mit dem Schwerpunkten Marke-, Werbe- und Medienpsychologie sowie Kommunikationsmanagement arbeitete Moritz Piel freiberuflich im Vertrieb und Online-Marketing für unterschiedliche KMUs.

Donnerstag, 27. April 2017

- 11.00 **Begrüßung**
Alex Hefter, Creative Director SRF, Zürich
Corinna Kamphausen, CEO Eyes & Ears of Europe, Köln
- 11.15 **Vorstellung der Teilnehmer**
- 11.30 **Warm-Up**
- 12.15 **Markenführung in einer digitalen Welt**
- 13.15 Mittagspause
- 14.15 **Tools und Fallstudien I**
(Digitale) Markenführung mit BrandConcept und BrandGuide
Diskussion
- 15.15 Pause
- 15.30 **Tools und Fallstudien II**
Kanalübergreifende Markentypik und Differenzierung über starke Codes
Diskussion
- 16.30 Pause
- 16.45 **Tools und Fallstudien III**
Ergebnisse der Studie „Deutscher Markenmonitor“ und Wege zur ganzheitlichen Markenimplementierung
Diskussion und Worksession
Reality Check und Optimierungspotenziale Markenführung; inkl. Gruppenzuteilung
- 17.45 Zusammenfassung
- 18.00 Ende des Veranstaltungstages

Freitag, 28. April 2017

- 09.00 Get together
- 09.30 **Briefing Worksessions**
- a) Markenentwicklung:**
Positionierung einer Medienmarke im digitalen Kontext
- b) Code- & Maßnahmen-Entwicklung:**
Entwicklung typischer Merkmale und Angebote einer Medienmarke
- c) Implementierungsplanung:**
Entwicklung einer Roadmap zu Markenimplementierung
- 10.00 **Worksessions**
Arbeit in den Gruppen je nach Aufgabe
- 12.30 Mittagspause
- 13.30 **Präsentation & Diskussion – Ergebnisse Worksessions**
- 15.00 Zusammenfassung & Seminauswertung
- 15.30 Ende der Veranstaltung

Teilnahmebedingungen

Für Ihre verbindliche Teilnahme senden Sie das ausgefüllte Anmeldeformular bitte bis spätestens 21. April 2017 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 & Isabel Krischer
Studienorganisation
Marion Snyders

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 & Ears of Europe sind, oder für Schüler, Studenten, Auszubildende bei einem institutionellen Mitglied von Eyes & Ears of 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.