

## **PRESSEMITTEILUNG**

**Neues Qualifizierungsprogramm ‚Markenmanager SALES‘ gestartet**

### **MARKENAKADEMIE bietet einzigartige Verzahnung von Markenwissen und Vertriebserfahrung**

**Berlin, 22.04.2013** – „Wir schließen heute eine Lücke in der deutschen Weiterbildungslandschaft, in dem wir Markenwissen und Vertriebserfahrung mit dem neuen Qualifizierungsprogramm ‚Markenmanager SALES‘ der MARKENAKADEMIE konsequent verzahnen“, sagt Jens Plachetka, Vorsitzender des Lenkungskreises der Markenakademie. Er ergänzt: „Der gewinnbringende Einsatz von Markenwissen im Vertrieb setzt praxisorientiertes Querschnittswissen voraus, dass so nur von der Markenakademie vermittelt wird.“

Bei der Vermittlung von Markenwissen im Vertrieb rein auf innerbetriebliche Weiterbildung, also Training on the Job, zu setzen, ist keine befriedigende Zukunftsperspektive für die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Markenwissen erfordert eine Ausbildung mit dem Blick „über den Tellerrand“. Diese scheitert häufig an den wettbewerbs- und kundensensiblen Themen im Vertrieb.

„Daher ist es unabdingbar, ein Forum für eine qualifizierte und zukunftsweisende Wissens- und Informationsvermittlung zu schaffen,“ so Plachetka weiter, „das Young Professionals unserer Mitgliedsunternehmen in kürzester Zeit auf hohem Niveau und qualifiziert und die praktische Umsetzbarkeit sofort gewährleistet.“ Damit schließt die MARKENAKADEMIE – eine Kooperation des Markenverbandes und der EBS Business School – die Lücke in der deutschen Weiterbildungslandschaft. Die maximal 15 Teilnehmer erhalten eine anerkannte Qualifizierung „compliance-controlled“.

#### **100 Prozent Praxisnähe ist garantiert**

Was das Qualifizierungsprogramm auszeichnet, sind die Inhalte, das Curriculum, seine Referenzen aus der Praxis und die Didaktik. Dafür stehen die beiden Träger der MARKENAKADEMIE ein, mit ihrer erwiesenen Expertise zu Markenführung und universitärer Bildung, der Markenverband und die EBS Business School. Neben Studienleiter Dr. Heinz Müller, rund drei Jahrzehnte Vertriebs- und Marketing-Erfahrung allein bei der Henkel KG, und Prof. Dr. Roland

Mattmüller, dem akademischen Leiter der MARKENAKADEMIE und Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der EBS, begleiten Top-Manager auf Augenhöhe die Teilnehmer. Vertriebs- und Handels-Know-How aus erster Hand an der Schnittstelle Markenwirtschaft und Handel wird so aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und mit eigener, jahrelanger Erfahrung der Referenten angereichert. So wird der Grundgedanke der MARKENAKADEMIE – der Kreislauf des Wissens – gelebt.

Lehrinhalte und Referenten decken ein breites Themenspektrum ab, das deutlich über Themen wie „Verhandlungstraining oder Jahresgesprächstechniken“ hinausgeht. Konfliktfeld Marke - Handelsmarke, Nutzung von Shopper-Insights für kanalspezifisches Handeln sowie Persönlichkeit im Vertrieb sind nur einige dieser Themen.

Die Teilnehmer erlernen in Gruppenarbeit Business-Entscheidungen anhand von Cases zu treffen, die an den aktuellen Herausforderungen der Vertriebspraxis in Markenartikelunternehmen ausgerichtet sind. Auch dies ist eine Besonderheit – Erfahrungsaustausch in Form von Diskussionen und Gruppenarbeit sowie Lehrinhalte wechseln sich immer wieder ab und vertiefen somit die Wissensvermittlung.

Das Qualifizierungsprogramm ist der nächste Qualifizierungsschritt für alle Young Professionals oder Quereinsteiger und wendet sich besonders auch an jene mittelständischen Unternehmen, die hausintern keine eigenen Weiterbildungsprogramme anbieten können.

### **Erfolgsmodell von Qualifizierungsprogramm BRANDING übernommen**

2009 startete das erste Qualifizierungsprogramm des Markenverbandes zum Markenmanager BRANDING. Beheimatet ist die MARKENAKADEMIE an der EBS Business School in Oestrich-Winkel. Denn die EBS, eine der ältesten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland, ist zugleich der akademische Partner. Als Träger garantiert sie eine relevante Qualifizierung auf höchstem Niveau. Die Bausteine des Erfolges: konzentriert auf drei Sessions über zwei Tage, Teilnehmerzahl begrenzt auf maximal 15 Young Professionals, Referenten sind erfahrene Profis in leitenden Funktionen aus Markenartikelunternehmen, und nicht zuletzt die Wissensvermittlung in Dialogform – 18 aktuelle Themen und Cases werden von den Teilnehmern der MARKENAKADEMIE im Rahmen der Weiterbildung bearbeitet und durchgespielt. Mittlerweile haben über 100 Teilnehmer ihr Zertifikat zum Markenmanager BRANDING erhalten.

Dieses erfolgreiche Konzept setzt die MARKENAKADEMIE nun mit dem neuen Qualifizierungsprogramm SALES fort. Der erste Kurs ist bereits ausgebucht und startet am 22. April 2013. Referenten konnten unter anderen aus den Unternehmen Eckes-Granini, Chiquita, Henkel, dm, Kaufland, Hilcona und Vileda gewonnen werden.

Seite 3/3

**Ansprechpartner:**

Anne-Kathrin Kirchhof  
Presse MARKENAKADEMIE

Tel. 0911/89112012

[Anne-Kathrin.kirchhof@swell.de](mailto:Anne-Kathrin.kirchhof@swell.de)

[www.markenverband.de/akademie](http://www.markenverband.de/akademie)

[www.facebook.com/Markenakademie](https://www.facebook.com/Markenakademie)

Johannes Ippach

Leiter Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit

Markenverband

Tel.: 030/20 61 68 37

[j.ippach@markenverband.de](mailto:j.ippach@markenverband.de)

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.