

Qualifizierungsprogramm  
Markenmanager  
**BRANDING**



**M**ARKENAKADEMIE  
Für Manager, die Marken I(i)eben

# LEIDENSCHAFT FÜR EINE TOP-WEITERBILDUNG IN SACHEN MARKENFÜHRUNG

Seit 2009 bietet das Qualifizierungsprogramm BRANDING der MARKENAKADEMIE das Eintauchen in reale Fälle auf der Grundlage der Erfahrungen unserer Dozenten, die hinter renommierten und langfristig erfolgreichen Marken stehen. Erfolgreiche Markenführung setzt solides Querschnittswissen in Konzeptentwicklung, Positionierung, Kommunikation, Consumer Insights und Kreativität, aber auch Markenrechtsfragen und New Media voraus. Damit ist das Programm genau auf den Bedarf von Young Professionals und „Quereinsteigern“ in die Markenführung von Markenunternehmen abgestimmt. Unser anspruchsvolles Versprechen: Markenwissen aus erster Hand – für den Praxiserfolg.

## Die MARKENAKADEMIE-Erfolgsformel: 6-15-18

- 2009 starteten wir die Qualifikation zum Markenmanager BRANDING, 2013 ergänzten wir unser Weiterbildungsangebot um den Markenmanager SALES. Konzentriert auf 3x2 Tage, begrenzt auf maximal 15 Teilnehmer werden 18 Marken-Cases durchgespielt. Und genau dieser Mix macht die MARKENAKADEMIE einzigartig – das bestätigen uns die bisher rund 250 Teilnehmer.



■ Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes

## 100% Praxisnähe

Markenmanagement-Know-how aus 1. Hand – direkt aus der Praxis. Alle behandelten Cases sind an aktuellen Herausforderungen der Markenführung ausgerichtet. Aber hier wird nicht an der Oberfläche gekratzt, sondern tief eingestiegen. Der oft geforderte „Blick über den Tellerrand“ – hier wird er gel(i)ebt.

## Einzigartige Wissensvermittlung in Dialogform



■ Dr. Oliver Nickel, Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm Markenmanager BRANDING

Das Berichten über Praxisfälle und deren Herausforderungen wird immer wieder durch Diskussionen im Plenum und mit Gruppenarbeiten gemischt. Es macht einfach Spaß, in einem offenen Umfeld mit Teilnehmern aus unterschiedlichsten Branchen Gelerntes zu diskutieren, sich auszutauschen und Erfahrungen zu sammeln.

## Top-Referenten aus Top-Unternehmen

- Ein breites Spektrum an Unternehmen, Top-Manager auf Augenhöhe. An den 6 Tagen erleben die Teilnehmer eine einzigartige Kombination von erfahrenen Markenmanagern aus der Markenindustrie. Von klassischen FMCG-Marken über Gebrauchsgüter bis zu Industriegüterunternehmen wird eine einmalige Breite an Cases und unterschiedlichen Perspektiven geboten.



■ Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes

**Sie treffen u.a. auf: Bahlsen, Bosch, Carlsberg, Deutsche Bahn, Granini, Gerolsteiner, Henkel, Kärcher, Kühne, Motorpresse, Serviceplan, Weber-Stephen.**

## Qualifizierung auf höchstem Niveau und in besonderer Atmosphäre

- Hinter der MARKENAKADEMIE stehen der Markenverband und als akademischer Partner die EBS Universität für Wirtschaft und Recht – eine der ältesten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland. Hier finden die Lehrveranstaltungen der MARKENAKADEMIE statt. Gelegen im idyllischen Oestrich-Winkel in der Nähe von Wiesbaden ist der EBS Campus mit seinen historischen Gebäuden und weitläufigen Grünflächen ein besonderer Ort. Mit einer besonderen Atmosphäre, die Inspiration und Ansporn zugleich ist.



Professor Dr. Roland Mattmüller, Akademischer Leiter der MARKENAKADEMIE  
Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing an der EBS

Mit der erfolgreichen Absolvierung aller drei Module und eines Living Cases qualifizieren sich die Teilnehmer zum Markenmanager **BRANDING**, dokumentiert durch das Zertifikat der MARKENAKADEMIE von Markenverband und EBS Universität für Wirtschaft und Recht.



## Modul A

### **Grundlagen der Markenführung**

Erfolgsfaktoren starker Marken | Aufbau von Beziehungen und Vertrauen als Credo | Systematischer Markenmanagementprozess | Generieren von Wachstum als zentrale Herausforderung der Markenführung

### **Strategische Aspekte der Markenführung**

Brand-Consumer-Market-Culture: Das 4-Insight-Modell als Basis der Strategiearbeit | Positionierungsprozess als zentrale strategische Aufgabe | Portfolioentscheidungen, Markenrelaunch und Revitalisierung von Marken

## Modul B

### **Operative Aspekte der Markenführung**

Markenrecht: Markenfähigkeit, Registrierung, Schutzhindernisse | Marke in der internen Unternehmensorganisation verankern | Ausbau von Marken | Verbindung qualitativ hochwertiger Produkte mit psychologisch starken Erlebnissen | Umsetzung der strategischen Ideen an den relevanten Markenkontaktpunkten | Innovative Beispiele der Markenkommunikation

### **Markenforschung**

Aktuelle Entwicklungen in der Markenforschung: „Neugierforschung“ statt „Rückspiegelforschung“ | Forschungsansätze und Praxis-Tools zur Entwicklung zielgerichteter und effektiver Kreativität: Segmentierung, Ethnographie, Co-Creation, Consumer & Expert Labs

## Modul C

### **New Media zielgerichtet einsetzen**

Digitale Transformation und Social Media | Beispiele erfolgreicher New Media & Cross Media Strategien

### **Kreativität und Inspiration fördern**

Inspirationsquellen zur Förderung von Innovationsprozessen | Ideation & Design Thinking: systematische Ideenfindung

### **Agenturen auswählen und steuern**

Kommunikationszielsetzung, Briefing, Pitch und Entscheidung | Agenturvertrag, Vergütungsmodelle und Agentursteuerung

Alle Kurse starten üblicherweise am ersten Tag um 18.00 Uhr mit einem gemeinsamen Kennenlernabend. Am zweiten Tag wird ein renommierter Dinerspeaker aus der deutschen Markenwelt aus seiner langjährigen Erfahrung berichten. Die Kurse enden am späten Nachmittag des dritten Tages.



## Konstant exzellente Beurteilungen durch die Teilnehmer

„Ein praxisnahes Seminar, das branchenvielfältig aufzeigt, dass man nie auslernt. Ein klasse Seminar, das man auf alle Fälle weiterempfiehlt – die nächsten Kollegen haben sich schon interessiert informiert!“ Marion Bimminger, Boehringer Ingelheim

„Markenthemen aktuell auf hohem Niveau vorgestellt und diskutiert. Spannende Cases, Redner, Unternehmen, Kursteilnehmer, Ausrichter. DICKES LOB!“ Daniel Küstner, Schwartauer Werke

„Bei der Markenakademie lernt man intensiv wertvolle Praxisbeispiele kennen und man knüpft wertvolle Kontakte zu anderen Unternehmen, die den Austausch untereinander stark fördern.“ Mareike Koch, Homann Feinkost

Die rund 250 erfolgreichen Teilnehmer am Qualifizierungsprogramm kamen bisher aus folgenden Unternehmen an die EBS Universität für Wirtschaft und Recht:

**Auswahl: ABUS, Beiersdorf, Boehringer, Brita, Carglass, Eckes - Granini, Falke, Felina, Frosta, Gerolsteiner, Guhl Ikebana, Henkel, H.J. Heinz, Hermes, Homann, Katjes-Fassin, MCM Klosterfrau, Kühne, Nestlé, Procter & Gamble, Reemtsma, Ritter, Rotkäppchen Mumm, Schwartauer Werke, Triumph, Unilever, Vileda, Weber-Stephen, WMF.**



**MARKENAKADEMIE**  
Für Manager, die Marken l(i)eben

**Wo ist die MARKENAKADEMIE beheimatet?  
Alle Kurse finden statt an der**

EBS Universität für Wirtschaft und Recht  
Schloss Reichartshausen, 65375 Oestrich-Winkel

**Wo kann ich mich informieren und anmelden?**

MARKENARTIKEL Service GmbH  
Unter den Linden 42, 10117 Berlin  
Tel: 030-206 168 38, Fax: 030-206168777  
markenakademie@markenverband.de

[www.markenverband.de/markenakademie](http://www.markenverband.de/markenakademie)  
[www.markenakademie.wordpress.com](http://www.markenakademie.wordpress.com)  
[www.facebook.com/Markenakademie](http://www.facebook.com/Markenakademie)

# ANMELDUNG

ZUR TEILNAHME AM QUALIFIZIERUNGSPROGRAMM  
MARKENMANAGER BRANDING DER MARKENAKADEMIE

2016/17



EINE INITIATIVE DES MARKENVERBANDES IN KOOPERATION MIT DER EBS UNIVERSITÄT FÜR WIRTSCHAFT UND RECHT

Anfragen bitte per:

Telefon 030-206 168 38

E-Mail an [markenakademie@markenverband.de](mailto:markenakademie@markenverband.de)

**FAX: 030-206 168 777**

## Kosten

**3.995,- € zzgl. MwSt.** für TeilnehmerInnen aus Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes.

**5.495,-€ zzgl. MwSt.** für TeilnehmerInnen aus Markenunternehmen (Nicht-Mitglieder)

3x2 Tage inkl. Abschlussprüfung

**Kurs 15** | Modul A: 24.-26.2.2016  
| Modul B: 27.-29.4.2016  
| Modul C: 29.6.-01.7.2016

**Kurs 16** | Modul A: 21.-23.9.2016  
| Modul B: 16.-18.11.2016  
| Modul C: 25.-27.1.2017

Name \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

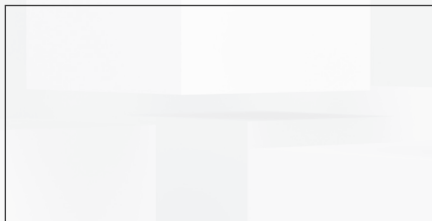
Firma \_\_\_\_\_ Straße / Postfach \_\_\_\_\_ PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ E-Mail \_\_\_\_\_

Ich bin auf das Angebot aufmerksam geworden durch:

- Markenverband (z.B. Emails, Veranstaltungen)     Vorgesetzte, Kollegen, berufliches Netzwerk  
 Medien, Internet, Facebook     Sonstiges \_\_\_\_\_

Die Kosten einer Stornierung bis acht Wochen vor Kursbeginn betragen 300 € zzgl. MwSt., bis vier Wochen vor Kursbeginn 50% der Teilnahmegebühr. Bei einer Stornierung weniger als vier Wochen vor Kursbeginn und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig. Die Möglichkeit des Entsendens eines Ersatzteilnehmers besteht.



Firmenstempel

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

\_\_\_\_\_  
Datum