

ALLE  
TERMINE,  
WORKSHOPS &  
SEMINARE

Investieren Sie in Ihre Mitarbeiter  
und somit in Ihre Marken

NOVO



MARKENVERBAND

## Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes,

die wichtigsten Ressourcen für unsere unternehmerische Zukunft sind unsere Mitarbeiter und unsere Marken. Beide gilt es konsequent und kontinuierlich weiter zu entwickeln. Nur dann können sie erfolgreich alle aktuellen Entwicklungen nutzen. So muss immer wieder die strategische Ausrichtung einer Marke geführt, weiterentwickelt und kommuniziert werden. Hierfür leisten wir mit unserem Veranstaltungsangebot exklusiv für unsere Mitglieder einen wertvollen Beitrag und vermitteln Markenwissen auf aktuellstem Stand aus erster Hand mit modernen didaktischen Methoden.

Besonders hervorheben möchte ich die MARKENAKADEMIE, unser eigenes Weiterbildungsprogramm in Kooperation mit der mehrfach ausgezeichneten EBS Universität für Wirtschaft und Recht. Hier geben Top-Referenten aus der Praxis ihr Wissen an Ihre Mitarbeiter weiter. Mehr zu unseren kompakten Qualifizierungsprogrammen Markenmanager BRANDING und Markenmanager SALES erhalten Sie auf den Seiten 5 und 9.



Investieren Sie in Ihre Mitarbeiter und somit in die Zukunft Ihrer Marken! Denn: Marken sind das Differenzierungsmerkmal für die Leistungen unserer Gesellschaft, die ihren Wohlstand aus dem Wissen und der Kreativität ihrer Mitmenschen beziehen.

Ihr Franz-Peter Falke

Präsident Markenverband e.V.

---

# INHALTSVERZEICHNIS

---

## MARKENFÜHRUNG

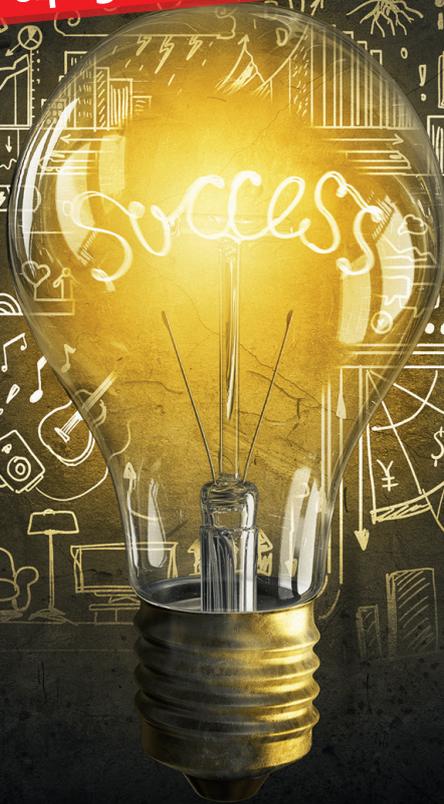
MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER BRANDING	5
CONSUMER INSIGHT	6
MARKEN FÜHREN IM DIGITALEN ZEITALTER	7

## MARKENVERTRIEB

MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER SALES	9
KEY ACCOUNT MANAGEMENT Grundlagenseminar I und II	10
E-COMMERCE EXPERTENZIRKEL	11
NEUE TECHNOLOGIEN IM HANDEL FÜR MARKENUNTERNEHMEN	12
VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON JAHRESGESPRÄCHEN	13
COMPLIANCE-FALLEN IM VERTRIEB Kartelle – Preisbindung – Missbrauch von Marktmacht	14

ÜBERSICHT TERMINKALENDER	15
--------------------------	----

**JETZT ANMELDEN**  
KURS 22 : START 04.03.2020



**Austauschen auf Augenhöhe.  
Echte Einblicke statt Schulterblick.**

Qualifizierung zum Markenmanager

**BRANDING**

- Top-Referenten fördern den Blick über den Tellerrand
- Effektiv komprimiert auf 8 Tage an drei Modulen

## MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER BRANDING

In Kooperation mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht

KURS 20: MODUL A: 04. - 06. März 2020 | MODUL B: 22. - 24. April 2020 | MODUL C: 17. - 19. Juni 2020

### Ort

EBS Universität für Wirtschaft und Recht  
Rheingaustraße 1  
65375 Oestrich-Winkel



### Kontakt und Anmeldung

markenakademie@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

**3.995,- EUR**  
für TeilnehmerInnen aus Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes

**5.495,- EUR**  
für TeilnehmerInnen aus Markenunternehmen (Nicht-Mitglieder)

8 Tage, 3 Module, inkl. Abschlussprüfung

### Hinweis

Nähere Informationen sowie das Programm der MARKENAKADEMIE finden Sie unter:

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

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Die Kosten einer Stornierung bis acht Wochen vor Kursbeginn betragen 300,- EUR, 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.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

Das zertifizierte Weiterbildungsprogramm Markenmanager BRANDING, das der Markenverband in Kooperation mit der mehrfach ausgezeichneten EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Oestrich-Winkel durchführt, vermittelt profundes Wissen und aktuelle Insights mit hohem Praxisbezug zu konsequenter strategischer und operativer Markenführung im digitalen Zeitalter.

Top-Referenten in führenden Unternehmens-Positionen stellen konzentriert auf 3 x 2,5 Tage konkrete Fallstudien aus der Praxis vor, die von den maximal 15 Teilnehmern bearbeitet und auf Augenhöhe intensiv diskutiert werden.

### PROGRAMM

#### Modul A:

- **Eva Schumann, ex Coca-Cola:** „Markenwachstum im Spannungsfeld von Love-Brands und Penetration“
- **Christoph Brickwedde, GVK/H.J.Heinz:** „Markenrelaunch von Sonnen Bassermann“
- **Dr. Stephen Schuster, WMF:** „Strategische Markenführung & Marken-Management-system am Beispiel von WMF“
- **Hans-Jürgen Herr, Weber-Stephen:** „Markenaufbau & Emotionalisierung“

#### Modul B:

- **Mascha Grundmann, Bird & Bird:** „Grundlagen zum Markenrecht“
- **Wolfgang Feiter, Werner & Mertz:** „CSR-fokussierte Markenführung bei Frosch“
- **Oliver Krück, Ültje:** „Kollaborativer Markenentwicklungsprozess: Vom Ültje-Mann zur Charakternuss“
- **Elisa Buhr, Katjes Fassin:** „Re-Vitalisierung der Kultmarke Ahoj Brause“
- **Marc Rottmann, Kärcher:** „Innovative Ansätze der Markenforschung“

#### Modul C:

- **Markus Macioszek, Gerolsteiner:** „Multichannel-Management“
- **Ronald Focken, Serviceplan:** „Beispiele für innovative Kommunikation in Zeiten von Digitalisierung“
- **Kim Spannagel, L'Oréal:** „Aufbau einer Love-Brand ohne klassische Kommunikation am Beispiel von NYX“
- **Dr. Thomas Dmoch, CapGemini:** „Agenturbriefing, Pitch & Auswahl“
- **Dr. Oliver Nickel, SWELL:** „Agile Workshops & Design Thinking“



### Prof. Dr. Roland Mattmüller

Akademischer Leiter der MARKENAKADEMIE  
Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing  
an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht



### Dr. Oliver Nickel

Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm BRANDING

## CONSUMER INSIGHT

27. April 2020 von 9 bis 17 Uhr

„Consumer Insight“ wurde vor einigen Jahren vom Marketing-Papst Philip Kotler als der magische Begriff für mehr Orientierung von Marken an Kundenbedürfnissen ausgerufen. Die Marketing-Praxis bekam vor allem durch A.G. Lafley einen Handlungsschub, der zu einer neuen Ausrichtung des Marketing ausgerufen hatte: „The consumer is the boss – at the heart of everything we do. We create and build brands that improve consumer’s lives.“ Leider gibt es in der Praxis viel Missverständnis darüber, was eigentlich ein „Consumer Insight“ ist und was einen guten Insight ausmacht. Am Ende wird alles, was irgendwie nach Kunde klingt, zum „Insight“. Zeit für ein Seminar, das mit Mythen aufräumt und Klarheit schafft. Das aber vor allem handlungsrelevantes Wissen anhand von praktischen Übungen und Arbeitshilfen vermittelt. Dazu kommen Hinweise, wie man in der eigenen Marketingorganisation zu besseren Insights kommt.

### SEMINARINHALT

Fragen, die in dem Seminar diskutiert und beantwortet werden:

- Zentrale Aufgabe der Markenführung: Aufspüren der „Sources of Growth“
- Paradigmenwechsel in der Markenführung: Vom „Brand Insight“ zum „Consumer Insight“
- Definitionen: Was ist ein Insight? Was ist kein Insight?
- Gute und schlechte Insights: Übung zum Erkennen von Insights
- Techniken zur Ableitung von Insights: Befragen, Beobachten, Erleben
- Vom Insight zur Value Proposition: Fallbeispiel mit Übungen in Teams
- Speed Contest: Fallbeispiel mit zwei Pitch-Teams

Hier wird nicht nur präsentiert, sondern vor allem in Kleingruppen an echten Praxisbeispielen gearbeitet. Der Arbeitsmodus ist ein Mix aus Vorstellen, Dialog, Austesten, spielerischer Interaktion und Bootcamp.



**Dr. Oliver Nickel**  
Managing Partner  
SWELL GmbH

### Ort

Hotel im Wasserturm  
Kaygasse 2  
50676 Köln



### Kontakt und Anmeldung

[veranstaltung@markenverband.de](mailto:veranstaltung@markenverband.de)

T. +49 (0) 30 20 61 68 38

F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

595,- EUR

Early Bird 495,- EUR  
(bis 13. März 2020)

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 3. April 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

## MARKEN FÜHREN IM DIGITALEN ZEITALTER

04. Juni 2020 von 10 bis 18 Uhr

### Ort

Markenverband e.V.  
Unter den Linden 42  
10117 Berlin



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

495,- EUR

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 08. Mai 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

Die digitale Welt stellt völlig neue Anforderungen an Marketing und Markenverantwortliche. Nicht nur Kommunikation und Vertrieb stehen angesichts vielfältiger neuer Kanäle vor veränderten Herausforderungen, auch Wertschöpfungsketten, Geschäftsmodelle und Markenstrategien sind durch die Digitalisierung massivem Wandel unterworfen. In diesem Seminar geht es nicht nur um digitale Markenführung, sondern um die ganzheitliche Perspektive der Markenführung im digitalen Zeitalter.

### SEMINARINHALT

Fragen, die in dem Seminar diskutiert und beantwortet werden:

- Was sind die aktuellen Trends und Entwicklungen in der (digitalen) Markenführung?
- Was sind die aktuellen Trends in Social Media? Welche Kanäle sind wichtig? Wie arbeitet man am besten mit Influencern?
- Wie können Marken Innovation und Transformation gestalten?
- Welche Tools gibt es, um das Markenerleben ganzheitlich zu evaluieren und zu optimieren?
- Was sind die Erfolgsfaktoren der Markenführung im digitalen Zeitalter?
- Wie lässt sich das Markenerleben gezielt steuern und optimieren?

Jeder Teilnehmer erhält eine vollständige Dokumentation sowie ein Buchexemplar von Uwe Munzinger (2016) „11 Irrtümer über Marken“.



**Uwe Munzinger**

Partner & Gründer  
Sasserath Munzinger Plus



**Susanne Oemus**

Partner  
Director Content & Social  
Sasserath Munzinger Plus

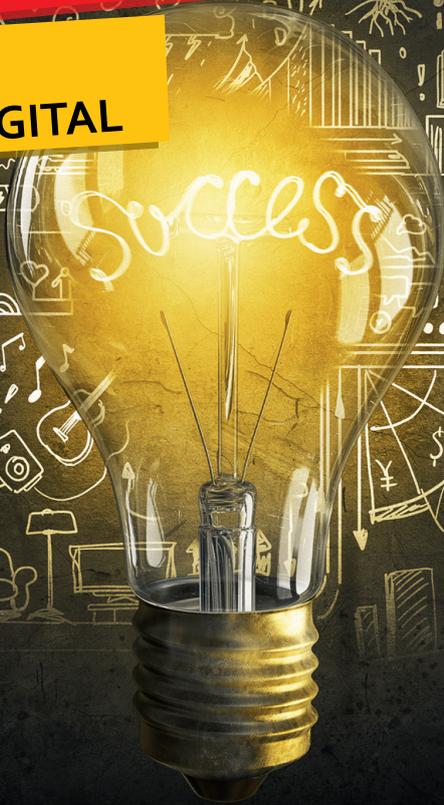


**Hannes Ley**

Partner & Gründer  
Sasserath Ley Plus

**JETZT ANMELDEN**  
KURS 8 : START 12.02.2020

**RELAUNCH:  
MIT SCHWERPUNKT DIGITAL**



**Hier werden Ihre Young Talents  
gefordert – und gefördert**

Qualifizierung zum Markenmanager

**SALES**

- Top-Referenten fördern den Blick über den Tellerrand
- Effektiv komprimiert auf 8 Tage an drei Modulen

### Ort

EBS Universität für Wirtschaft und Recht  
Rheingaustraße 1  
65375 Oestrich-Winkel



### Kontakt und Anmeldung

markenakademie@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

**3.995,- EUR**  
für TeilnehmerInnen aus Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes

**5.495,- EUR**  
für TeilnehmerInnen aus Markenunternehmen (Nicht-Mitglieder)

8 Tage, 3 Module, inkl. Abschlussprüfung

### Hinweis

Nähere Informationen sowie das Programm der MARKENAKADEMIE finden Sie unter:

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

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Die Kosten einer Stornierung bis acht Wochen vor Kursbeginn betragen 300,- EUR, 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.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

Wenn das Know-how über Markenführung und Verkaufsstrategie sich ergänzen, entsteht eine schlagkräftige Symbiose. Das zertifizierte Weiterbildungsprogramm, das der Markenverband in Kooperation mit der mehrfach ausgezeichneten EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Oestrich-Winkel durchführt, richtet sich vor allem an Ihre „High-Potentials“. Das Qualifizierungsprogramm „Markenmanager SALES“ der MARKENAKADEMIE vermittelt einen umfassenden und unmittelbar umsetzbaren Transfer von Vertriebsmanagement- und Handels-Know-how. Konzentriert auf 3 x 2,5 Tage und begrenzt auf 15 Teilnehmer werden konkrete Unternehmensfälle bearbeitet und diskutiert.

### PROGRAMM

#### Modul A:

- **Heribert Gathof, im Puls Beratung:** „Wir sind Marke! - Vertrieb 4.0“
- **Julia Willikonsky, FALKE:** „Inhousing vs. Outsourcing – Herausforderungen & Chancen beim Aufbau des eigenen E-Commerce“
- **Florian Moser, Salesforce:** „Wie eine internationale Schmuckmarke digitales Einkaufen zum Erlebnis macht“
- **Michael Reuter, Zwiesel Kristallglas:** „Internationale Vertriebsstrategien“

#### Modul B:

- **Xenia Giese, Microsoft:** „Künstliche Intelligenz für Retail und Consumer Goods“
- **Harald Meilicke, E. Breuninger:** „Neue Wege zum Kunden im digitalen Zeitalter am Beispiel Fashion Retail“
- **Dr. Katrin Gruber, Amazon:** „Amazon als digitaler Vertriebspartner“
- **Petra Schäfer, GLOBUS SB-Warenhaus:** „Von der „alten“ in die „neue“ Welt – die Veränderungen der Zusammenarbeit zwischen Handels- und Markenpartnern in Zeiten der Digitalisierung“
- **Matthias Mey, Mey:** „HOSEN RUNTER ... Erfolgsfaktoren und Herausforderungen einer internationalen Marke mit schwäbischen Understatement – Bereich Multichannel“

#### Modul C:

- **Wolfgang Rieber, Hardenberg-Wilthen:** „Vermeidung der Silofalle – Erfolgsfaktoren für erfolgreiches Marken- und Kundenmanagement“
- **Detlev Simonis, FERRERO:** „Bausteine Total Store-Konzept und Umsetzung in der Praxis“
- **Marvin Popescu, PROAKTIV:** „Vertrieb 4.0 – Professionelles Verkaufen mit dem persönlichen Stärkenprofil“
- **Christian Wehner, SAP:** „Think new - transform now“



### Prof. Dr. Roland Mattmüller

Akademischer Leiter der MARKENAKADEMIE  
Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing  
an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht



### Jürgen Wollschläger

Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm SALES

## KEY ACCOUNT MANAGEMENT – GRUNDLAGENSEMINAR I UND II

25. - 26. März 2020 von 10 bis 17 Uhr

Die Kernaufgaben des Key Account Managers im Spannungsfeld von Industrie- und Handelsinteressen umfassen den Aufbau strategischer Partnerschaften und die Sicherung langfristiger Lieferverbindungen. Der Key Account Manager von heute ist aber mehr als nur „der beste Verkäufer“: Er ist zusätzlich zu seinen Kernaufgaben entscheidendes Bindeglied zwischen Kunde und Unternehmen, Marktforscher und Partner. Es ist also wichtig, gewappnet zu sein für die Herausforderungen, die sich auf diesem Tätigkeitsgebiet durch den heftigen Verdrängungswettbewerb um Marktanteile täglich aufs Neue entwickeln.

### SEMINARINHALT – GRUNDLAGENSEMINAR I (25. März 2020)

- Rolle, Aufgaben und Schnittstellen des Key Account Managements
- Erwartungen der Kunden an den Key Account Manager
- Verstehen von Handelstrategien und Handelskennziffern
- „Übersetzung“ von Produkteigenschaften in eine Kunden-Nutzen-Argumentation
- Aufbau und Struktur eines Kundenprofils und Kundendossiers
- Einsatz der Kundenbedürfnis-Hierarchie
- Perspektiven der Stärken- / Schwächen-Analyse (SWOT)
- Entwicklung von Kunden-Zielen und -Strategien
- Bewertung von strategischen Optionen
- Aktives Zuhören und Verstehen
- Kunden-Einwände eingrenzen und entkräften
- Aufbau einer strukturierten Kunden-Präsentation

### SEMINARINHALT – GRUNDLAGENSEMINAR II (26. März 2020)

- Kern-Elemente zur Vorbereitung und Durchführung von Kunden-Verhandlungen
- Unterschied zwischen Verkaufs- und Verhandlungsplanung
- Festlegung der Kunden-Investitions-Strategie
- Einsatz der „Shopping-Liste“
- Simulation von Jahresgesprächs-Investitionen
- Einkäufer-Taktiken und -Training
- Einsatz unterschiedlicher Präsentationstechniken
- Alternative Antworten zu Handelsforderungen
- Checkliste für Kundenverhandlungen

Der Ablauf des Workshops wird inhaltlich und didaktisch durch Fallbeispiele, Lehrgespräche und Gruppenarbeit gestaltet. Arbeitsunterlagen unterstützen den Anwendungstransfer.



**Gerd Wolf**  
Gründer und Senior Partner  
Rhein-Main Consulting Group (RMCG)

### Ort

Steigenberger Airport Hotel  
Unterschweinstiege 16  
60549 Frankfurt a.M.



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Hinweis

Die Seminare sind einzeln oder in Kombination buchbar

### Kosten

595,- EUR	Einzelbuchung
1.090,- EUR	Komplettbuchung (Grundlagenseminar I und II)

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 28. Februar 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

## E-COMMERCE EXPERTENZIRKEL

09. Juni 2020 von 10 bis 16 Uhr

### Ort

Markenverband e.V.  
Unter den Linden 42  
10117 Berlin



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

495,- EUR

Beim Expertenzirkel E-Commerce steht der fachliche Austausch unter Fachkollegen im Vordergrund. Manager aus unterschiedlichen Branchen können so ihre Fachkenntnisse erhöhen, an Erfahrungen von Kollegen partizipieren und Beziehungsnetzwerke knüpfen, die auch nach dem eigentlichen Treffen Bestand haben.

Im Expertenzirkel E-Commerce besteht die Möglichkeit, eigene Themen einzubringen und Branchenübergreifend zu teilen, Anregungen und Impulse aus anderen Unternehmen aufzugreifen und sie im eigenen Umfeld zu bewerten. Dabei bietet der Expertenzirkel eine hervorragende Möglichkeit der Standortbestimmung für die eigene Organisation, Prozesse und Maßnahmen.

Eine besondere Qualität des Expertenzirkels besteht darin, pragmatisch durch Erfahrungen von Kollegen oder durch Praxis-Tipps zu lernen.

Der Expertenzirkel ist kein Vortragsseminar, sondern eine durch einen Experten moderierte Veranstaltung im kleinen Kreis (6-8 Teilnehmer) das davon lebt, dass die Teilnehmer ihre Themen, Fragestellungen und Erfahrungen einbringen, anhand von eigenen Case Studies vorstellen oder durch angeregte Diskussionen unter Experten erörtern.

Beispiel für relevante Fragestellungen im Expertenzirkel E-Commerce:

- Wie ist der Bereich E-Commerce im Unternehmen organisiert, organisatorisch, prozessual, bugetär?
- Welche Erfahrungen gibt es im Bereich Online Handel und eigenen E-Commerce Shops? Wie wird die Zukunftsperspektive eingeschätzt (im Markt und im eigenen Unternehmen)?
- Welche Chancen und Risiken im Bereich E-Commerce gibt es? z.B. im Verhältnis Offline- zu Online-Handel, national zu internationalem Vertrieb, B2B zu B2C?
- Welche Kernkompetenzen und Fähigkeiten muss eine Organisation entwickeln?



### Ralf Klein-Boelting

Geschäftsführender Gesellschafter  
NEXTBRAND GmbH

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 22. Mai 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

## NEUE TECHNOLOGIEN IM HANDEL FÜR MARKENUNTERNEHMEN

10. September 2020 von 9:00 bis 17 Uhr

Buzzwords wie Künstliche Intelligenz, Augmented Reality oder Smart Checkout sind in aller Munde. Doch um was handelt es sich bei diesen Technologien und welche Bedeutung werden diese Technologien für den Shopper und sein Einkaufserlebnis am POS haben?

Zudem stellt sich die Frage, welchen Einfluss die Industrie auf die Umsetzung von neuen Technologien am POS haben kann, wenn eine entsprechende Infrastruktur benötigt wird.

### SEMINARINHALT

- Vorstellung der neuen Technologien und Einordnung, welche Technologien noch Hype oder schon Realität sind
- Live und zum Ausprobieren können die Teilnehmer die unterschiedlichen Technologien selbst testen und in interaktiven Gruppenarbeiten die Relevanz für ihr Unternehmen prüfen
- Analyse, welche Technologien für unterschiedliche Einsatzbereiche der Industrie geeignet sind (z.B. Marketing, POS Kommunikation, ...)

Die Inhalte werden in Gruppenarbeiten erarbeitet.



**Caroline Kopp**  
Junior Manager  
Category Management + Shopper Marketing  
GS1 Germany GmbH

### Ort

Shopper Experience  
GS1 Knowledge Center  
Stolberger Str. 108, 50933 Köln



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

495,- EUR

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 21. Oktober 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

## VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON JAHRESGESPRÄCHEN

15. und 29. September 2020 von 10 bis 17 Uhr

### Ort

Steigenberger Airport Hotel  
Unterschweinstiege 16  
60549 Frankfurt a.M.



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

495,- EUR

Preiskämpfe, Preisfokussierung des Handels und der sich daraus ergebende Druck auf die Margen – dies ist auch 2018 wieder die Ausgangsbasis für die Verhandlungen mit den Einkaufsverantwortlichen der Handelspartner. Um hier zu einem tragfähigen Abschluss zu gelangen, sollten Sales-Manager und Verkaufsführungskräfte optimal vorbereitet sein.

### SEMINARINHALT

- Wie stellt sich die aktuelle Marktentwicklung nach Absatzkanälen und Warengruppen dar?
- Welche wichtigen Kennziffern verwenden Ihre Handelspartner und wie lassen sich diese Werte für die eigene Argumentation einsetzen?
- Wie sieht die „DNA“ des Handels aus?
- Wie werden Einkäufer trainiert und gemessen?
- Wie gehen Sie auf die unterschiedlichen Verhaltensmerkmale Ihrer Gesprächspartner ein?
- Was ist bei der Planung und Durchsetzung von Preiserhöhungen zu beachten?
- Welche Handels-Forderungen und „-Drohungen“ sind für das Jahr 2018/2019 zu erwarten?
- Welche Kernelemente gehören zur Vorbereitung und Durchführung von Kundenverhandlungen und Jahresgesprächen?
- Wo liegen die versteckten „Fallen“ in den AGBs des Handels?
- Welcher Aufbau und welche Inhalte sollten bei Bestätigungen bei Jahresgesprächen beachtet werden (z.B. Leistung / Gegenleistung, Vergütungsformen und Abrechnungsarten, Umgang mit Übernahmen und Kontorwechsel, etc.)?



### Gerd Wolf

Gründer und Senior Partner  
Rhein-Main Consulting Group (RMCG)

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 21. August 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

## COMPLIANCE-FALLEN IM VERTRIEB

20. Oktober 2020 von 10 bis 16 Uhr

### GEFAHREN ERKENNEN UND VERMEIDEN

#### KARTELLE – PREISBINDUNG – MISSBRAUCH VON MARKTMACHT

### SEMINARINHALT

Die Aufgabe des Vertriebs ist scheinbar einfach zu formulieren: Im Wettbewerb mit konkurrierenden Unternehmen soll der Absatz der eigenen Produkte zu markenadäquaten Preisen gefördert werden, um die eigene Position im Wettbewerb zu verbessern und Marken- und Unternehmenswert zu steigern.

Jedoch sind die Unternehmen und ihre Mitarbeiter dabei vielfachen Beschränkungen unterworfen, deren Grenzen nicht immer klar sind und viele Fragen nach sich ziehen:

- Wie vermeidet man in der Auseinandersetzung mit konkurrierenden Unternehmen die Gefahr kartellrechtlich unzulässiger Absprachen und wettbewerblich bedenklichen Informationsaustausches, nicht zuletzt auch im Dreiecksverhältnis über gemeinsame Kunden?
- Wie kann die Gefahr einer unzulässigen Preisbindung gebannt und zugleich das Ziel erreicht werden, markenadäquate Preise zu erzielen und diese den Kunden zu vermitteln?
- Wie kann ein Missbrauch einer starken Marktstellung im Verhältnis zum Kunden vermieden werden?

In Vorbereitung auf die Jahresgespräche werden wir uns mit hochkarätigen Referenten und Praxisbeispielen diesen Grenzziehungen widmen.



### Dr. Andreas Gayk

Leiter Vertriebspolitik / Handelsbeziehungen  
Compliance Officer  
Markenverband e.V.

### Ort

Steigenberger Airport Hotel  
Unterschweinstiege 16  
60549 Frankfurt a.M.



### Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 (0) 30 20 61 68 38  
F. +49 (0) 30 20 61 68 738

### Kosten

595,- EUR

Early Bird 495,- EUR  
(bis 11. September 2020)

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

### Stornierungsbedingungen:

Bei einer Absage erheben wir eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro. Bei Stornierungen ab dem 25. September 2020 und bei Nichterscheinen wird der volle Betrag fällig.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Name und der Ihres Unternehmens für die Teilnahmeliste genutzt wird.

# ALLE TERMINE AUF EINEN BLICK

## FEBRUAR

12. - 14. Februar 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 8 / Modul A**  
Ort: Oestrich-Winkel

19. Februar 2020

**Best Brands**  
Ort: München

26. - 27. Februar 2020

**10. G-E-M Award und**  
**24. G-E-M Markendialog**  
Ort: Berlin

## MÄRZ

04. - 06. März 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 22 / Modul A**  
Ort: Oestrich-Winkel

12. März 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Berlin

17. März 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: München

18. März 2020

**Deutscher Markenkongress**  
Ort: Frankfurt a. M.

25. März 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Köln

25. - 26. März 2020

**Key Account Management I und II**  
Ort: Frankfurt a.M.

25. - 27. März 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 8 / Modul B**  
Ort: Oestrich-Winkel

31. März 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Hamburg

## APRIL

02. April 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Frankfurt a.M.

21. April 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Wien

22. - 24. April 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 22 / Modul B**  
Ort: Oestrich-Winkel

27. April 2020

**Consumer Insight**  
Ort: Köln

02. April 2020

**Marken-Roadshow**  
Ort: Zürich

30. April 2020

**Markenverband Wettbewerbstag**  
Ort: Berlin

## MAI

13. - 15. Mai 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 8 / Modul C**  
Ort: Oestrich-Winkel

28. Mai 2020

**Marken Award**  
Ort: Düsseldorf

## JUNI

04. Juni 2020

**Marken führen im digitalen Zeitalter**  
Ort: Berlin

09. Juni 2020

**E-Commerce Expertenzirkel**  
Ort: Berlin

17. - 19. Juni 2020

**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 22 / Modul C**  
Ort: Oestrich-Winkel

## SEPTEMBER

10. September 2020

**Neue Technologien im Handel**  
**für Markenunternehmen**  
Ort: Köln

15. September 2020

**Vorbereitung und Durchführung**  
**von Jahresgesprächen**  
Ort: Frankfurt a.M.

29. September 2020

**Vorbereitung und Durchführung**  
**von Jahresgesprächen**  
Ort: Frankfurt a.M.

## OKTOBER

07. Oktober 2020

**Jahrestagung des Markenverbandes**

**Spitzentreffen der deutschen**  
**Markenwirtschaft**  
Ort: Berlin

20. Oktober 2020

**Compliance - Fallen im Vertrieb**  
Ort: Frankfurt a. M.

## NOVEMBER

18. - 20. November 2020

**Markenforum**  
Ort: München

24. - 25. November 2020

**OWM Summit**  
Ort: Berlin

