

## MARKENAKADEMIE BRANDING

In Kooperation mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht

Sollten junge Markenverantwortliche nicht mal so richtig über den Tellerrand der eigenen Marke blicken? Durch Praxisbeispiele erfahren, welche Tools eine Marke erfolgreich machen? Und Inhalte mitnehmen, die sie direkt am nächsten Tag im eigenen Unternehmen anwenden können? Seit über 10 Jahren vereint die MARKENAKADEMIE genau das: Wissensturbo & Karriereunterstützung in Sachen Marke.

### MODUL A

- **Marcus Macioszek, Gerolsteiner**  
Multichannel Brand Experience: Nutzung und Orchestrierung der neuen Medien
- **Christoph Brickwedde, G.V.K.**  
Shopper-Marketing: DOS & DON'TS
- **Hans-Jürgen Herr, Weber-Stephens**  
Markenführung und Brand Experience Building
- **Dr. Oliver Nickel, SWELL/MARKENAKADEMIE**  
Archetypen als Framework für's WHY: Werkzeuge für deinen Toolbalken
- **Andreas Berens, theUntold & stories4brands**  
Die Heldenreise: Inspiration für Storytelling und Customer Journey

### MODUL B

- **Dr. Manuel Roj, Bosch Power Tools**  
Markenkommunikation in Zeiten der Digitalisierung
- **Mascha Grundmann, Bird & Bird**  
Zentrale Grundlagen zum Markenrecht
- **Michael Hähnel, Rügenwalder Mühle**  
Entweder du veränderst dich oder du wirst verändert. DOS & DON'TS radikaler Transformation.
- **Franz-Olaf Kallerhoff, Procter & Gamble** (angefragt)  
Diversity-Management in globaler Markenarbeit
- **Dr. Oliver Nickel, SWELL/MARKENAKADEMIE**  
Vom Consumer Insight zur Value Proposition: Werkzeuge für deinen Toolbalken
- **Philip Hambach, Global Consumer Insight** (angefragt)  
Own the Game: Vom Consumer Centricity zur Consumer Experience
- **Michael Durst, Itonics** (angefragt)  
Strategic Foresight im Rahmen der Markenentwicklung

### MODUL C

- **Dr. Oliver Nickel, SWELL/MARKENAKADEMIE**  
Design Thinking Sprint
- **Dr. Oliver Nickel, SWELL/MARKENAKADEMIE**  
Agile Methoden/Tools für Innovation, Disruption und organisatorische Transformation
- **Ronald Focken, Serviceplan**  
Beispiele zu Kommunikation und neuen Geschäftsmodellen in digitalen Zeiten
- **Dr. Thomas Dmoch, frog/CapGemini Invent**  
Zusammenarbeit mit Agenturen
- **Dr. Thomas Dmoch, frog / CapGemini Invent**  
Agentursuche, Briefing, Vergütung, Vertrag, Pitch, Organisationsmodelle

### Termine und Ort

Modul A | 19. - 21. April 2023  
Modul B | 05. - 07. Juli 2023  
Modul C | 18. - 20. Oktober 2023

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

### Teilnahmegebühr

3.995,- EUR für Mitgliedsunternehmen  
5.495,- EUR für Nichtmitglieder

3 x 2,5 Tage inklusive Abschlussprüfung

### Kontakt und Anmeldung

M. veranstaltung@markenverband.de  
T. +49 30 206168-38  
F. +49 30 206168-777

Hier geht es zur [Online-Anmeldung](#)

### Referenten



**Prof. Dr. Roland Mattmüller**  
EBS Universität für  
Wirtschaft und Recht



**Dr. Oliver Nickel**  
SWELL GmbH

Die MARKENAKADEMIE ist mit dem zertifizierten Programm BRANDING auf die besonderen Anforderungen der High-Potentials in Marketing in den ersten 5 Berufsjahren optimiert. Das Programm bietet direkten Austausch in Kleingruppen auf dem Campus der EBS und digitales Coaching.

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer. Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich mit unseren [AGB](#) und [Datenschutzbestimmungen](#) gemäß DSGVO einverstanden.