

Qualifizierungsprogramm
Markenmanager
BRANDING



MARKENAKADEMIE
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

Markenrepositionierung und Markenführung am Beispiel von Sonnen-Bassermann

Christoph Brickwedde, Geschäftsführer GVK GmbH

Generierung von Wachstum als zentrale Herausforderung der Markenführung

Eva Schumann, Brand Director Europe Coca-Cola GmbH

Strategische Markenführung bei Weber Grill: Tragfähigkeit und Dehnbarkeit einer Marke

Hans-Jürgen Herr, President Europe, Middle East and Africa Weber-Stephen Products LLC

Internationale Markenstrategie und Markenentwicklung am Beispiel von WMF

Stephen Schuster, Marketingleiter WMF Group GmbH

Modul B

Beispiele für kreative Digital und Crossmedia-Kampagnen

Ronald Focken, Geschäftsführer Serviceplan-Holding

Markenkontaktpunkt-Management bei Pick-up!

Dieter Lutz, Marketing Director Bahlsen DACH

Segmentierung, Consumer Typologies, Co-Creation, Concept Labs - Einblicke in kreative Marktforschung

Marc Rottmann, Market Research International Alfred Kärcher SE & Co. KG

Markenführung in digitalen Zeiten am Beispiel Procter & Gamble

Kristina Bulle, Marketing Director Procter & Gamble GmbH

Performance-Messung digitaler Markenkampagnen

Dr. Philipp von Hilgers, Geschäftsführer Meetrics

Modul C

Multi Channel Management: Nutzung und Orchestrierung der neuen Medien

Marcus Macioszek, Director of Marketing Gerolsteiner Brunnen

“How to build a digital brand“ am Beispiel von NYX Professional Make up

Kim Spannagel, Brand Director L’Oreal Deutschland

Zusammenarbeit mit Agenturen: Agentursuche, Briefing, Vergütung, Vertrag, Pitch-Case

Dr. Thomas Dmoch, Principal Capgemini Consulting

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
www.markenakademie.wordpress.com
www.facebook.com/Markenakademie