

ALLE  
TERMINE,  
WORKSHOPS &  
SEMINARE

Investieren Sie in Ihre Mitarbeiter  
und somit in Ihre Marken

2019



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 6 und 14.

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

---

UNSERE REFERENTEN	4
<b>MARKENFÜHRUNG</b>	
MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER BRANDING	6
PRÄSENTATIONSTRAINING Marken überzeugend in Szene setzen	7
LEARNING FROM CHINA Inspiration für Innovation made in Germany	8
CONSUMER CENTRICITY BOOTCAMP	9
ABOUT AGILE Die Geister, die wir riefen und wie man sie für den Arbeitsalltag zähmt	10
CONSUMER INSIGHT	11
TELL MY WHY! Auf dem Weg zur Purpose driven Company	12
MARKEN FÜHREN IM DIGITALEN ZEITALTER	13
<b>MARKENVERTRIEB</b>	
MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER SALES	14
KEY ACCOUNT MANAGEMENT Grundlagenseminar I und II	15
E-COMMERCE EXPERTENZIRKEL	16
VORBEREITUNG UND DURCHFÜHRUNG VON JAHRESGESPRÄCHEN	17
COMPLIANCE-FALLEN IM VERTRIEB Kartelle – Preisbindung – Missbrauch von Marktmacht	18
SHOPPER-AKTIVIERUNG IM OMNI-CHANNEL RETAILING	19
<b>ÜBERSICHT TERMINKALENDER</b>	<b>20</b>

# UNSERE REFERENTEN



**Brenya Adjei**  
Senior Consultant Experience Design  
different Strategieagentur



**Silke Kreiling**  
Director Future Readiness & Service Innovation  
different Strategieagentur



**Simon Loebel**  
Associate Partner  
Sasserath Munzinger Plus



**Ralf Klein-Boelting**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
NEXTBRAND GmbH



**Uwe Munzinger**  
Partner & Gründer  
Sasserath Munzinger Plus



**Dr. Oliver Nickel**  
Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm BRANDING  
Managing Partner  
SWELL GmbH



**Jan Pechmann**  
Co-Founder und Managing Partner  
different Strategieagentur



**Vanessa Pomp**  
Junior Manager  
Category Management + Shopper Marketing  
GS1 Germany GmbH



**Katrin Seifarth**  
Inhaberin  
Train Effect



**Marcus Wailersbacher**  
Geschäftsführer  
DEFACTO realations



**Dr. Andreas Gayk**  
Leiter Vertriebspolitik / Handelsbeziehungen  
Compliance Officer  
Markenverband e.V.



**Brigitte Liermann**  
Director Experience Design  
different Strategieagentur



**André Lutz**  
Geschäftsführer  
DEFACTO BE/ONE



**Prof. Dr. Roland Mattmüller**  
Akademischer Leiter der MARKENAKADEMIE  
Inhaber des Lehrstuhls für Strategisches Marketing  
an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht



**Dr. Heinz Müller**  
Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm SALES



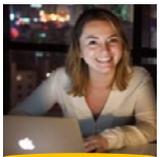
**Susanne Oemus**  
Partner  
Director Content & Social  
Sasserath Munzinger Plus



**Thomas Plennert**  
Executive Director  
Data Intelligence



**Claus Schuster**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
DEFACTO X



**Emilia Torres**  
Senior Consultant Markenstrategie  
different Strategieagentur



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

**JETZT ANMELDEN**  
BRANDING KURS 20: START 27.03.2019  
SALES KURS 7: START 13.02.2019



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

Qualifizierung zum Markenmanager

**BRANDING & SALES**

- Top-Referenten fördern den Blick über den Tellerrand
  - Komprimiert auf 3 x 2 Tage

### 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)

3 x 2 Tage 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 3x2 Tage konkrete Fallstudien aus der Praxis vor, die von den maximal 15 Teilnehmern bearbeitet und auf Augenhöhe intensiv diskutiert werden.

### PROGRAMM

#### 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:**  
Dr. 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’Oréal Deutschland
- **Zusammenarbeit mit Agenturen: Agentursuche, Briefing, Vergütung, Vertrag, Pitch-Case:** Dr. Thomas Dmoch, Principal Capgemini Consulting



### 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

## PRÄSENTATIONSTRAINING

Marken überzeugend in Szene setzen

14. Mai 2019 von 9:30 bis 18 Uhr

### Ort

Train Effect  
Zeppelinallee 95  
60487 Frankfurt



### Kontakt und Anmeldung

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

### Kosten

695,- 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 29. Januar 2019 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.

Eine wesentliche Aufgabe des Markenmanagements besteht darin, Marken tagtäglich gemäß Markenkern und Markenbotschaft in Szene zu setzen. Dazu dienen viele Präsentationssituationen wie z. B. beim Handel, vor dem Vertrieb oder bei Verbänden oder anderen Stakeholdern. Oft mangelt es diesen Präsentationen an Überzeugungskraft und Erlebnischarakter für meine Marke. Dabei sind beide wichtig, um meine eigene Begeisterung für meine Marke auf mein Gegenüber überspringen zu lassen. In diesem Seminar lernen Sie, Ihre Marken gekonnt bei Präsentationen in Szene zu setzen und so die „Fangemeinde“ für Ihre Marken zu erhöhen.

Dieses Seminar richtet sich an Mitarbeiter und Führungskräfte, die eine definierte Zielgruppe (z.B. Handel, Außendienst, Verbände) von ihrer Marke durch überzeugende Präsentationen begeistern wollen.

### SEMINARINHALT

- Die eigenen physischen Präsentationsstärken (Körperhaltung, Mimik, Gestik, Stimme, Blick) wahrnehmen und ausbauen
- Die Marke und den Markenkern erfassen und mit meiner Persönlichkeit und meinen Präsentationsstärken in Einklang bringen
- Die Präsentation meiner Marke gezielt vorbereiten: Was soll mein Gegenüber von meiner Marke / von meiner Initiative denken?
- Typische Zielgruppen von Markenartiklern verstehen, mit einer zielführenden Präsentationsstruktur „abholen“ und Win-Wins schaffen
- Meine Marke mit visuellen Präsentationshilfen gemäß Markenkern und Markenbotschaft in Szene setzen
- Lampenfieber überwinden und andere selbstbewusst und mit angemessenem Stolz für meine Marke begeistern

### METHODIK

Kurze Theorieteile, Übungen zur Verinnerlichung der einzelnen Inhalte, Übung an eigenen realen Präsentationssituationen mit zwei Videoaufzeichnungen zum Mitnehmen und individuellem Feedback.



**Katrin Seifarth**  
Inhaberin  
Train Effect

## LEARNING FROM CHINA

Inspiration für Innovation made in Germany

27. März 2019 von 10 bis 18 Uhr

Deutschland und Innovation – das gehört untrennbar zusammen. Made in Germany ist Garant für gute Qualität und außergewöhnliche Produkte. Und Identität nach außen.

Was heute noch gelten mag, kann morgen schon vorbei sein. Vor allem eine Nation setzt auf eine ganz eigene Strategie: China. Bis 2020 soll China Deutschland den Rang als Innovationsnation abgenommen haben.

Warum das funktionieren kann? China setzt mit aller Kraft auf das Thema Innovation, investiert in Bildung, in den Auf- und Ausbau von Universitäten, in Digitalisierung und massiv in den Einkauf von Know-how.

Das ist aber nicht alles: Der chinesische Konsument „umarmt“ digitale Innovationen und treibt so die Industrie zu immer neuen Entwicklungen an.

Die Industrie nimmt Strömungen extrem schnell auf und setzt sie um – in Produkte und Services – dies zum Teil innerhalb von Tagen.

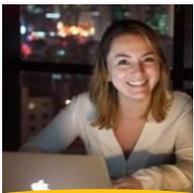
### VERANSTALTUNGSINHALTE

- Von China lernen: Cases, Cases, Cases und: what's in it for you?
- Über den Rubicon springen: Hürden identifizieren, die unsere Innovationskraft bremsen und Wege finden, diese zu überwinden
- Insights nutzen: Trends und Strömungen schneller aufspüren und umsetzen
- den deutschen Mainstream begeistern: uns mit dem deutschen innovations- und technologiekritischen Konsumenten auseinandersetzen
- Neue Wege entdecken: Konsumenten für Innovationen zu begeistern.



**Brigitte Liermann**

Director Experience Design  
different Strategieagentur



**Emilia Torres**

Senior Consultant Markenstrategie  
different Strategieagentur

### Ort

Hotel Unicorn  
Falckensteinstraße 49  
10997 Berlin



### 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 15. Februar 2019)

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 13. März 2019 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.

## CONSUMER CENTRICITY BOOTCAMP

11. April 2019 von 9 bis 17 Uhr (Mit Vorabendveranstaltung am 10. April 2019 ab 19 Uhr)

### Ort

Berghaus Spitzingsee  
Kratzerweg 4  
83727 Schliersee–Spitzingsee



### 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

Davon gehen 250,- EUR an die DEFACTO Stiftung zu Gunsten Schülerpower.

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 29. März 2019 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.

Unser Ziel: dem Thema Digitalisierung ein Stück weit die Komplexität nehmen: Wir möchten Ihnen als Unternehmenslenker Handlungsspielräume zeigen, die Consumer Centricity Ihnen vor dem Hintergrund der digitalen Transformation eröffnet. Kennen sie ihre Kunden gut genug, um das Unternehmen an deren Wünschen ausrichten zu können? Denn darum geht es bei Consumer Centricity. Ein Unternehmen vom Kunden her zu denken und zu führen, das ist eine völlig neue Herangehensweise, die einen Perspektivwechsel voraussetzt. Diesen muss man erst einmal verstehen, um ihn für das eigene Unternehmen in die Praxis zu überführen. Das ist die unternehmerische Leistung hinter Consumer Centricity.

Wir laden Sie ein zu Kurzvorträgen, Präsentationen aktueller Praxisbeispiele, anschließenden Diskussionen und Workshops, sowie Erfahrungsaustausch.

### SEMINARINHALT

Fragen, die im Seminar u.a. in diesem Zusammenhang diskutiert und beantwortet werden:

- Warum Consumer Centricity und was ist darunter zu verstehen?
- Was können Sie mit Consumer Centricity konkret erreichen?
- Welches sind die fünf strategischen Handlungsfelder für erfolgreiche Consumer Centricity?
- Welches sind die wichtigsten Trends, welches die entscheidenden Anwendungsfelder von Consumer Centricity?
- Wie strukturieren und messen Sie den Erfolg Ihrer Consumer Centric Strategie?
- Wie nehmen Daten künftig Einfluss auf Ihre Markenführung?
- 80% Ihrer Umsatzpotentiale liegen in Ihren Kundendaten. Wie monetarisieren Sie Ihre Daten?

Am Vorabend der Veranstaltung organisieren wir ab 19 Uhr als Warm-up ein Round-Table zum ersten Kennenlernen und Erfahrungsaustausch. Mit Gerhard Polt als Special Guest.

**Teilnehmerzahl:** max. 14 Personen

**Zielgruppe:** Geschäftsführer / C-Level

Jeder Teilnehmer erhält eine vollständige Dokumentation sowie ein persönliches Buchexemplar „Chefsache Digitalisierung 4.0“ (Springer Fachmedien Wiesbaden, Juli 2018).



**Andre Lutz**  
Geschäftsführer  
DEFACTO BE/ONE



**Claus Schuster**  
Geschäftsführender Gesellschafter  
DEFACTO X

**Thomas Plennert**  
Executive Director  
Data Intelligence



**Marcus Wailersbacher**  
Geschäftsführer  
DEFACTO realtions



## ABOUT AGILE

Die Geister, die wir riefen und wie man sie für den Arbeitsalltag zähmt

17. April 2019 von 10 bis 17:30 Uhr

Agile hat sich vom „wild child“ der Start-ups, Innovations-Labs und IT-Abteilungen emanzipiert und hat sich auch im Mittelstand und Konzernen als Universalheilmittel für Effizienz und Innovation fest verankert. Agile löst aber weiter Disruption aus. Mittlerweile nicht mehr nur als Kreativbooster in Projekten, sondern häufig als „Sand im Getriebe“ von Entscheidungsprozessen, in Teamstrukturen und dem praktischen Projektalltag. Wie kommt es, dass Agile immer häufiger Enttäuschungsmomente, statt des versprochenen Innovationsspeeds schafft?

Muss das „wild child“ erwachsen werden? Wenn ja, wie? Und um welchen Preis?

### VERANSTALTUNGSINHALT

- kritische Untersuchung von agilen Projekten im Konzernalltag, ihrer Wirkkraft und Qualität, anhand typischer Entwicklungsverläufe
- Gegenüberstellung von idealtypischen agilen Prämissen und tatsächlichen Möglichkeiten
- Aufzeigen der typischen und dringlichsten Herausforderungen und möglicher Stellschrauben für den erfolgreichen Alltagseinsatz
- Herausarbeiten von erfolgreichen „smart strategies“ und „preferred hacks“ für den erfolgreichen Einsatz in komplexen Umfeldern
- Identifikation der größten Pain Points, Roadblocks und grundsätzlichen Anpassungsbedarfe für den großflächigen Einsatz
- Auswirkungen der Anpassungen auf Schulung, Skillset und Einsatzbereiche
- Zukunftsblick: Was kommt nach Agile? Was wird das neue „disruptive wild child“ sein?

**Teilnehmerzahl:** max. 20 Personen



**Jan Pechmann**

Co-Founder und Managing Partner  
different Strategieagentur



**Silke Kreiling**

Director Future Readiness & Service Innovation  
different Strategieagentur

### Ort

Hotel Unicorn  
Falckensteinstraße 49  
10997 Berlin



### 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 15. Februar 2019)

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 14. März 2019 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.

02. Mai 2019 von 9 bis 17 Uhr

### Ort

Hotel im Wasserturm  
Kaygasse 2  
50676 Köln



### 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 16. März 2019)

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 5. April 2019 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.

„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
- Vom Insight zur Value Proposition I: Typische Arbeitsschritte
- Techniken zur Ableitung von Insights: Von der Methodenorientierung zur Lösungsorientierung
- Vom Insight zur Value Proposition II: Übung zur Formulierung eines echten Insights
- Fragen oder Eintauchen: Neues Selbstverständnis für die Markenforschung
- Speed Contest: Fallstudie mit drei Pitch-Teams und einer Jury

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

## TELL MY WHY!

Auf dem Weg zur Purpose driven Company

29. Mai 2019 von 10 bis 18 Uhr

„Purpose“ löst aktuell als Marketingliebling ganz klar „Unternehmensimage“ ab. 89% der Top-Manager glauben, dass ein starker Purpose die Transformation ihres Business begünstigt. 94% der Generation Why möchten ihre Tatkraft gern in den Dienst einer guten Sache stellen (Society for HR Management). Die Generation Why wird mittlerweile auch als Generation Purpose betitelt. Und auch darüber hinaus sind immer mehr Menschen, von der Biofachverkäuferin bis zum Top Manager, um den Purpose ihrer Arbeit besorgt. Aber was bedeutet dieser Purpose, der den Zeitgeist mitten ins Herz trifft, eigentlich so ganz genau? Was steckt dahinter? Und warum lohnt, es sich als Unternehmen damit zu beschäftigen?

Brand Purpose bedeutet den Perspektivwechsel von Image- zu Impact-fokussierter Markenführung. Unternehmen fragen sich nicht mehr „wie sehe ich mich, sondern viel mehr „was hat die Welt von mir“? Der Purpose startet die Suche nach dem Sinn.

### SEMINARINHALT

- Was ist ein Purpose: Begriffsklärung und -debatte mit einem Philosophen, Soziologen und Marketeer
- Was sind Purpose-Benchmarks: Inspirierende Cases und Lessons Learned Session
- Wie kommt man zu einem Purpose: Tools und agile Prozesse zur Entwicklung eines Purposes

Inspiration durch Cases starker Purpose Marken. Keynote eines Vetreters einer Purpose-Brand. Gemeinsames Entwickeln möglicher Purpose Routen für ihr Unternehmen!

**Teilnehmerzahl:** max. 20 Personen



**Jan Pechmann**

Co-Founder und Managing Partner  
different Strategieagentur



**Brenya Adjei**

Senior Consultant Experience Design  
different Strategieagentur

### Ort

Hotel Unicorn  
Falckensteinstraße 49  
10997 Berlin



### 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 15. April 2019)

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 15. Mai 2019 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

13. Juni 2019 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 31. Mai 2019 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



**Simon Loebel**

Associate Partner  
Sasserath Munzinger Plus

## MARKENAKADEMIE – MARKENMANAGER SALES

In Kooperation mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht

KURS 7: MODUL A: 13. – 15. Februar 2019 | MODUL B: 03. – 05. April 2019 | MODUL C: 22. – 24. Mai 2019

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 3x2 Tage und begrenzt auf 15 Teilnehmer werden konkrete Unternehmensfälle bearbeitet und diskutiert.

### PROGRAMM

#### Modul A:

- **Konfliktfeld Marke – Handelsmarke:** Ernst Schulte, ehem. Geschäftsführer Chiquita Dtl.
- **Die Marke als Kernpunkt vertriebl. Handelns:** Heribert Gathof, ehem. Eckes-Granini Dtl.
- **Funktionsübergreifende Prozesse als Voraussetzung erfolgreicher Marken- und Vertriebsarbeit:** Wolfgang Rieber, Geschäftsführer Hardenberg-Wilthen AG
- **Nutzung von CM-Know How und Shopper Insights für kanalspezifisches Handeln:** Detlev Simonis, Ferrero MSC GmbH & Co. KG

#### Modul B:

- **Erfolgsfaktor einer internationalen Marke mit schwäbischem Understatement:** Matthias Mey, Geschäftsführer Mey GmbH & Co. KG
- **Potentialorientiertes Key Account Management:** Jörg Schöffken, Gründer und Inhaber INCORPORE Managementberatung
- **Markenwahrnehmung des Fashion-Kunden im digitalen Zeitalter:** Harald Meilicke, Geschäftsführer E. Breuninger GmbH & Co.

#### Modul C:

- **Die Edeka als Kooperationspartner für die Markenartikelindustrie:** Hans-Jürgen Steffen, Geschäftsführer EDEKA-Handelsgesellschaft Hessenring mbH
- **Jahresgespräche aus Sicht der Industrie:** Robert Bastong, Geschäftsführer Dr. Dünner AG
- **Professionelles Key Account Management mit dem persönlichen Stärkenprofil:** Gerd Pult, Gründer PROAKTIV Management GmbH
- **Web 2.0 - Markenführung unter veränderten Rahmenbedingungen:** Ralf Klein-Bölting, Geschäftsführer NEXTBRAND GmbH



#### Prof. Dr. Roland Mattmüller

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



#### Dr. Heinz Müller

Studienleiter der MARKENAKADEMIE  
Qualifizierungsprogramm SALES

#### 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)

3 x 2 Tage 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.

## KEY ACCOUNT MANAGEMENT – GRUNDLAGENSEMINAR I UND II

27. - 28. März 2019 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

### 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 14. März 2019 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 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 (27. März 2019)

- Rolle, Aufgaben und Schnittstellen des Key Account Managements
- Erwartungen der Kunden an den Key Account Manager
- Verstehen von Handelsstrategien 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 (28. März 2019)

- 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)

## E-COMMERCE EXPERTENZIRKEL

28. Mai 2019 von 10 bis 16 Uhr

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

### 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 14. Mai 2019 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

5. und 12. September 2019 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 22. August 2019 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

16. September 2019 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 15. August 2019)

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 2. September 2019 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.

## SHOPPER-AKTIVIERUNG IM OMNI-CHANNEL RETAILING

07. November 2019 von 9:30 bis 17 Uhr

### 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 24. Oktober 2019 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 fortschreitende Digitalisierung hat das Informations- und Einkaufsverhalten der Menschen stark verändert. Durch das Internet, mobile Endgeräte und Sprachassistenten haben die Shopper die Möglichkeit, zu jeder Zeit an jedem Ort zu recherchieren und einzukaufen.

Durch die Verbindung aller Kanäle wird dem Shopper ein flexibles und nahtloses Käuferlebnis geboten – egal ob im Geschäft, online oder per Smartphone. Welchen Einfluss diese veränderte Shopper Journey auf das Arbeitsumfeld von Markenherstellern und hinsichtlich der Zusammenarbeit mit Händlern hat wird in dem 1-Tages-Seminar zum Thema Shopper-Aktivierung im Omni-Channel Retailing erläutert. Es werden die wichtigsten Erkenntnisse aufgezeigt und ein gemeinsamer Erfahrungsaustausch angeregt.

### SEMINARINHALT

- Entwicklung vom Multi- und Cross-Channel hin zum Omni-Channel
- Veränderte Bedürfnisse & Erwartungen des Shoppers durch die Digitalisierung
- Entwicklung der Shopper Journey 2.0 unter Berücksichtigung der neuen Touchpoints
- Live-Demonstration einer ganzheitlichen und nahtlosen Shopper Journey 2.0 im Omni-Channel
- Übersicht über eine kanalübergreifende Ansprache der Shopper unter Berücksichtigung der 4 P's

Der Ablauf des Workshops wird inhaltlich und didaktisch durch Fallbeispiele, Lehrgespräche und Gruppenarbeit gestaltet.



### Vanessa Pomp

Junior Manager  
Category Management + Shopper Marketing  
GS1 Germany GmbH

# ALLE TERMINE AUF EINEN BLICK

## FEBRUAR

13. - 15. Februar 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 7 / Modul A**  
Ort: Oestrich-Winkel

20. Februar 2019  
**Best Brands**  
Ort: München

21. Februar 2019  
**Deutscher Markenkongress**  
Ort: Frankfurt a.M.

## März

13. März 2019  
**Marken-Roadshow**  
Ort: Berlin

19. März 2019  
**Marken-Roadshow**  
Ort: München

20. - 21. März 2019  
**8. G-E-M Award sowie**  
**22. G-E-M Markendialog**  
Ort: Berlin

26. März 2019  
**Marken-Roadshow**  
Ort: Hamburg

27. März 2019  
**Learning from China**  
Ort: Berlin

27. - 28. März 2019  
**Key Account Management I und II**  
Ort: Frankfurt a.M.

27. - 29. März 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 20 / Modul A**  
Ort: Oestrich-Winkel



## April

02. April 2019  
**Marken-Roadshow**  
Ort: Köln

3. - 5. April 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 7 / Modul B**  
Ort: Oestrich-Winkel

04. April 2019  
**Marken-Roadshow**  
Ort: Frankfurt a.M.

11. April 2019  
**Consumer Centricity Bootcamp**  
Ort: Schliersee

17. April 2019  
**About Agile**  
Ort: Berlin

## Mai

02. Mai 2019  
**Consumer Insight**  
Ort: Köln

08. - 10. Mai 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 20 / Modul B**  
Ort: Oestrich-Winkel

14. Mai 2019  
**Präsentationstraining**  
Ort: Frankfurt a.M.

21. Mai 2019  
**Markenaward**  
Ort: Düsseldorf

22. - 24. Mai 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager SALES**  
**Kurs 7 / Modul C**  
Ort: Oestrich-Winkel

28. Mai 2019  
**E-Commerce Expertenzirkel**  
Ort: Berlin

29. Mai 2019  
**Tell my why!**  
Ort: Berlin

## Juni

4. Juni 2019  
**Förderkreisdinner des Markenverbandes**  
Ort: Berlin

13. Juni 2019  
**Marken führen im digitalen Zeitalter**  
Ort: Berlin

22. - 24. Mai 2019  
**MARKENAKADEMIE**  
**Markenmanager BRANDING**  
**Kurs 20 / Modul C**  
Ort: Oestrich-Winkel

## September

05. September 2019  
**Vorbereitung und Durchführung**  
**von Jahresgesprächen**  
Ort: Frankfurt a.M.

12. September 2019  
**Vorbereitung und Durchführung**  
**von Jahresgesprächen**  
Ort: Frankfurt a.M.

16. September 2019  
**Compliance-Fallen im Vertrieb**  
Ort: Frankfurt a.M.

## Oktober

23. Oktober 2019  
**Jahrestagung des Markenverbandes**  
**Spitzentreffen der deutschen**  
**Markenwirtschaft**  
Ort: Berlin

## November

07. November 2019  
**Shopper-Aktivierung im**  
**Omni-Channel Retailing**  
Ort: Köln

12. - 13. November 2019  
**OWM-Fachtagung**  
Ort: Berlin



**Markenverband e.V. | Unter den Linden 42 | 10117 Berlin**  
veranstaltung@markenverband.de | Tel +49 (0)30 20 61 68 38 | Fax +49 (0) 30 20 61 68 738