

6. Internationales Marken-Kolloquium

„Markenführung in wirtschaftlich unsicheren Zeiten“



Marken-Kolloquium für Manager,
die Markenführung auf oberster Ebene in der
Praxis zu verantworten haben:

Markenartikel, Dienstleistung,
Handel und B2B

**Donnerstag, 18. Juni und
Freitag, 19. Juni 2009**

im Kloster Seeon
im Chiemgau

Auszug der Referentenliste:

- **Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Heribert Meffert** - Westfälische Wilhelms-Univ. Münster
„Identitätsorientierte Markenführung in der Bewährung“
- **Erich Harsch** - Geschäftsführer dm drogerie-markt
„Der Mensch im Mittelpunkt der Markenführung“
- **Christoph Kannengießer** - Hauptgeschäftsführer Markenverband
„Konjunkturell schwierige Zeiten -
Antworten der Wirtschaftspolitik und Konsequenzen für Marken“
- **Prof. Dr. Gerd Gutjahr** - Institut für Marktpsychologie
„Brand Success – Eine Methode zur Messung der Markenstärke“
- **Peter Kowalsky** - geschäftsführender Gesellschafter Bionade
„Bionade – Von der Produktidee zur Marke“
- **Christian-Andre Weinberger** - Senior Vice-Präsident, Henkel
„Jetzt zeigt sich die Macht der Marke“
- **Stefan Hartung** –Vorsitzender des Bereichsvorstandes Bosch Power-Tools
„Bosch Power-Tools – der Marketingpreisträger 2007“



MARKENVERBAND

VOK DAMS ■
INSTITUT FÜR LIVE-MARKETING

Donnerstag, 18. Juni 2009

Empfang ab 13.00 Uhr

Beginn: 14.00 Uhr

6. Internationales Marken-Kolloquium

Anmeldung und Abholung der Unterlagen

- Peter J. Bachmann
„**Markenführung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten**“
Szenario 1: „...und jetzt müssen die Preise gesenkt werden!“
- Marco F. Taborelli
„**Markenführung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten**“
Szenario 2: „...und jetzt werden alle Investitionen zurückgefahren!“
- Peter Kowalsky
„**Bionade – Von der Produktidee zur Marke**“
Durch persönliche Kommunikation und Identifikation eine neue Marke entwickeln
- Prof. Dr. Gert Gutjahr
„**Brand Success – Eine Methode zur Messung der Markenstärke**“
Neue Erkenntnisse der Markenpsychologie
- Abendveranstaltung
Festliches Abendessen im Gutshof Ising

Freitag, 19. Juni 2009

Beginn: 08.30 Uhr

- Erich Harsch
„**Die Marke dm-drogerie markt:
Der Mensch im Mittelpunkt der Markenführung**“
- Christian-Andre Weinberger
„**Jetzt zeigt sich die Macht der Marke**“
- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert
„**Identitätsorientierte Markenführung in der Bewährung**“
- Stefan Hartung
„**Bosch Power-Tools – Der Marketingpreisträger 2007**“
- Christoph Kannengießer
„**Konjunkturell schwierige Zeiten -
Antworten der Wirtschaftspolitik und Konsequenzen für Marken**“
- Peter J. Bachmann
„**Markenführung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten**“
Szenario 3: „...und jetzt brauchen wir mehr emotionale Verbraucheransprache!“
- Gedankenaustausch in der Lobby

ab ca. 15.30 Uhr

Veranstaltungsort

Kloster Seeon

Das Marken-Kolloquium findet in dem wunderschön gelegenen ehemaligen Benediktiner-Kloster Seeon statt, das zu einem modernen Schulungszentrum mit einer außerordentlichen Atmosphäre umgestaltet wurde.

Kloster Seeon

D-83370 Seeon, Klosterweg 1
Tel.: +49 8624 8970
www.kloster-seeon.de

