

B2B Markensymposium 2006

ERFOLGSFAKTOREN VON B-TO-B-MARKEN

19.10.2006
IN SIEGEN

TAGUNGSGEBÜHR

inkl. Getränke, Mittagessen und Dokumentation

50 €	Studenten
100 €	Wissenschaftler
280 €	Unternehmensvertreter

(Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.)

TAGUNGSORT

Artur Woll-Haus
Am Eichenhang 50
57076 Siegen

Eine Anfahrtsskizze finden Sie im Internet unter:
www.markensymposium.de

INFORMATION & ANMELDUNG

Baumgarth & Baumgarth
Brandconsulting

Tel.: 0271/4059881
Fax: 0271/4059883
info@markensymposium.de
www.markensymposium.de

**HIERMIT MELDE ICH MICH VERBINDLICH FÜR DIE
TAGUNG AM 19. OKTOBER 2006 AN:**

Unternehmensvertreter Wissenschaftler Student

Name: _____

Firma/Uni: _____

Anschrift: _____

Ort: _____

Tel.-Nr.: _____

E-Mail: _____

Datum/Unterschrift: _____

Baumgarth & Baumgarth - Brandconsulting
- Markensymposium -
Am Eichenhang 50
57076 Siegen

Online-Anmeldungen sind unter www.markensymposium.de möglich.

Baumgarth & Baumgarth

Brandconsulting

UND DIE
UNIVERSITÄT SIEGEN laden Sie ...

... herzlich zum B2B-Markensymposium „Erfolgsfaktoren von B-to-B-Marken“ nach Siegen ein.

Seit einiger Zeit ist B-to-B-Markenführung in aller Munde.

Ob der Begriff für Sie bisher nur Schlagwort war oder Sie sich schon intensiv mit der Thematik beschäftigt haben, verschaffen Sie sich an einem Tag einen Überblick über die wichtigsten Erfolgsfaktoren und neuesten Erkenntnisse der professionellen B-to-B-Markenführung.

Ihnen werden anhand von Best-Practice-Beispielen die Erfolgsfaktoren von Markenstrategie und Markenpositionierung vorgestellt.

Erfahrene Dienstleister und Wissenschaftler zeigen Ihnen die Do's und Don'ts des Branding, der Kommunikation und der internen Führung für B-to-B-Marken auf.

Anhand einer ausführlichen Casestudy werden Ihnen abschließend wichtige Konzepte eines Markencontrolling präsentiert.

Am Ende dieses Tages werden Sie so über eine fundierte Plattform für Ihre eigene Markenführung verfügen.

PROGRAMM

10.30: • Begrüßung & Einführung
A. Baumgarth

Markenrelevanz & Status Quo

- B-to-B-Marken: Eine Standortbestimmung
Priv.-Doz. Dr. C. Baumgarth

Markenpositionierung & Markenstrategie

- Die Marke RITTAL im Spannungsfeld von Diversifikation und Globalisierung
F. Hensgen
- MENNEKES: Marke?
W. Mennekes

Branding & Kommunikation

- Konsequent Marke
A. Litschko
- Emotionale Markennamen für funktionale Produkte
S. Kircher

Interne Markenführung

- Markenorientierung als Erfolgsfaktor von B-to-B-Unternehmen
Priv.-Doz. Dr. C. Baumgarth
- Interne Markenführung zwischen Marketing und Change Management
Dr. U. Günther

Markencontrolling

- Markencontrolling für B-to-B-Marken: Konzepte und praktische Anwendung am Beispiel der Marke EJOT
C. F. Kocherscheidt, Priv.-Doz. Dr. C. Baumgarth

Ca. 18.00: • Thesen zur B-to-B-Markenführung
Priv.-Doz. Dr. C. Baumgarth

REFERENTEN



Anne Baumgarth
Baumgarth & Baumgarth - Brandconsulting



PD Dr. Carsten Baumgarth
Baumgarth & Baumgarth - Brandconsulting



Sybille Kircher
Nomen International Deutschland GmbH



Friedemann Hensgen
Rittal GmbH & Co. KG



Walter Mennekes
Mennekes Elektrotechnik GmbH & Co. KG



Christian F. Kocherscheidt
EJOT Holding GmbH & Co. KG



Achim Litschko
RTS Rieger Team



Dr. Ulrike Günther
Kaufmännische Krankenkasse