

Aktuelle Presseinformation

Shortcut: Verbraucher erleben Marken zunehmend digital. Was dies für die Markenführung der Zukunft bedeutet, diskutieren Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Handel beim Marken-Gipfel 2016 am 15. März in Düsseldorf. Der Kongress unter dem Motto „Markenführung mit Zukunft: ethisch, digital, crossmedial“ wird von Management Forum gemeinsam mit der Fachzeitschrift absatzwirtschaft und dem Deutschen Marketing Verband veranstaltet. Festlicher Höhepunkt ist die „16. Night of the Brands“ mit der Verleihung der Marken-Awards in den Kategorien „Bestes Marken-Momentum“, „Bester Marken-Relaunch“ und „Beste Marken-Dehnung“.

Verleihung der 16. Marken-Awards als Highlight des Marken-Gipfels 2016 in Düsseldorf **Digital und crossmedial: Die Zukunft der Markenführung**

Frankfurt, 21 Januar 2016 – Verbraucher erleben „ihre Marken“ immer häufiger auf Smartphone, Tablet oder PC. Digitalität und Crossmedialität gehören damit heute ebenso zum Einmaleins der Markenführung wie Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Verfehlungen werden von den Verbrauchern im Internet umgehend aufgegriffen. Was das für eine Markenführung bedeutet, die langfristig erfolgreich sein will, das diskutieren Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Handel beim Marken-Gipfel 2016 in Düsseldorf.

Unter dem Motto „Markenführung mit Zukunft: ethisch, digital, crossmedial“ werden am Dienstag, 15. März 2016, namhafte Referenten im tanzhaus nrw ihre Erfahrungen präsentieren. Der Kongress wird von Professor Dr. Karsten Kilian, Markenstratege und Initiator des Portals Markenlexikon.com, moderiert und von Management Forum gemeinsam mit der Fachzeitschrift absatzwirtschaft und dem Deutschen Marketing Verband veranstaltet. Das vollständige Programm kann unter marken-gipfel.de im Internet heruntergeladen werden.

Mit dem Thema „Brand Meets Digital: den digitalen Verstärker wirksam nutzen“ eröffnet Professor Dr. Franz-Rudolf Esch, Direktor für Marken- und Kommunikationsforschung an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Oestrich-Winkel, die Vorträge. Olaf Markhoff, Director Communications bei Nike Deutschland knüpft unter der Überschrift „Engage with the audience – Digitale Aktivierung des Consumers“ daran an.

Zum Schwerpunktthema „Markenpositionierung reloaded: Marken, Märkte und Kunden neu entdecken“ erwarten die Besucher u.a. Beiträge von Robert Ader, Leiter Marketing Kommunikation der Porsche AG und von Thorsten Streppelhoff, Vorstand Vertrieb und Supply Chain (COO) der edding AG. Dass Marken in der digitalisierten Welt schnell das Vertrauen der Verbraucher verlieren können, veranschaulicht Fachbuchautor und Business Angel Professor Dr. Gunter Dueck. Im Panel Talk „Ethik und Markenversprechen“ diskutiert u.a. Dr. Christian Hahn, Vice President Marketing Communications Deutsche Telekom, Fragen zu Chancen und Gefahren der ethischen Markenführung sowie zu Kundenvertrauen und Markenführung in einer datenbasierten, digitalen Welt. Martin Kunz vom ADAC stellt dar, „Wie das neue journalistische Konzept der ADAC Motorwelt die Marke ADAC unterstützt“.

Aktuelle Presseinformation

Wie emotionale, individuelle und relevante Markenführung von Start-ups gelebt wird, das erfahren die Besucher in den „Brain Snacks“. Serviert werden sie von Laura Koerver, Gründerin von Laura's Deli in Düsseldorf, von Sebastian Friedrich, Gründer des Start-ups TinkerToys sowie von Alexander Bernikas, Gründer und Inhaber und Nina Lopez Steller, Head of Sales and Marketing, beide Trend Raider.

Seinen festlichen Höhepunkt findet der Marken-Gipfel 2016 in der glanzvollen „Night of the Brands“. Zum 16. Mal werden im schicken Ambiente des Düsseldorfer Capitol Theaters die „Marken-Awards“ für exzellente Leistungen in der Markenführung verliehen. In den drei Kategorien „Bestes Marken-Momentum“, „Beste Marken-Dehnung“ und „Bester Marken-Relaunch“ können sich neun Finalisten Hoffnung auf einen Sieg machen. Mehr als 1.000 hochkarätige Gäste aus Unternehmen, Politik, Medien und Agenturen werden zu diesem Branchenereignis erwartet.

Der Marken-Gipfel gilt als Pflichttermin und lädt zum Netzwerken mit den wichtigsten Köpfen aus Wissenschaft und Praxis ein. Frühbucher können sich noch bis zum 31.01.2016 zu günstigen Frühbuecherkonditionen für 790 Euro statt 890 Euro anmelden. Der Besuch der Abendveranstaltung Marken-Award ist für Teilnehmer des Marken-Gipfels bereits im Preis enthalten.

Marken-Gipfel 2016 und Verleihung der 16. Marken-Awards

15. März 2016

tanzhaus nrw/Capitol Theater

Informationen und Anmeldung unter www.managementforum.com

Kontakt für die Fachpresse:

Jörg Streb

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0)69 / 24 24 47 81

E-Mail: streb@managementforum.com

www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.