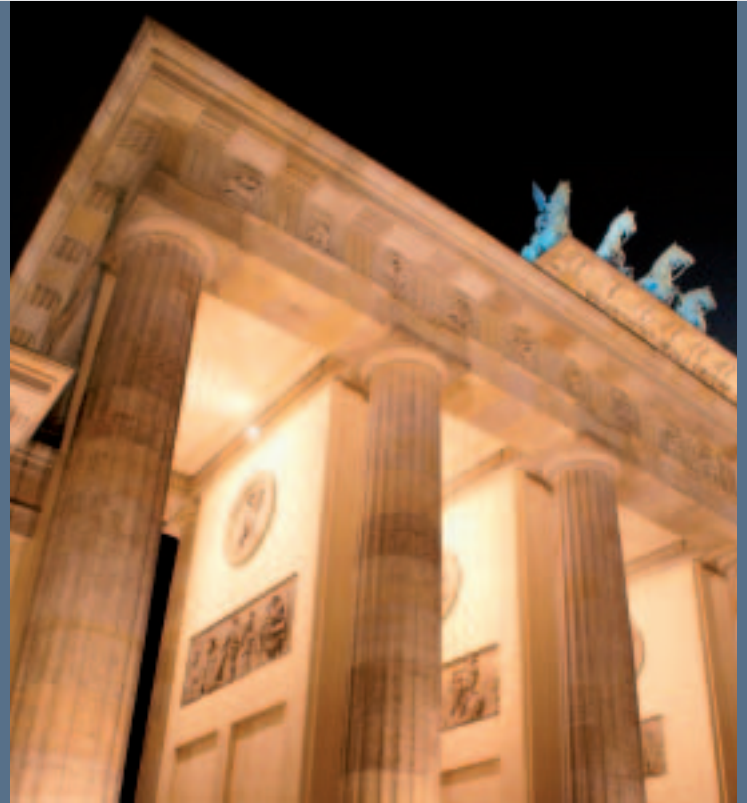


Programm

1. Deutscher Marken-Summit

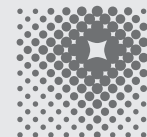
Strategische Inspiration für Unternehmensleiter
und Markenentscheider
– geschlossene Veranstaltung für geladene Gäste –



14./15. Juni 2007
Pergamonmuseum zu Berlin
Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom AG, Berlin

Veranstalter:

E.A.Z.-INSTITUT



Deutscher
Marken
Summit

Die Veranstalter

F.A.Z.-INSTITUT

F.A.Z.-Institut GmbH
Cornelia Klaas
Mainzer Landstraße 199
60326 Frankfurt am Main
Telefon: (069) 75 91-12 94
Telefax: (069) 75 91-11 79
E-Mail: c.klaas@faz-institut.de

BIRD & BIRD

Bird & Bird
Prof. h.c. Klaus-Jürgen Michaeli
Karl-Theodor-Straße 6
40213 Düsseldorf
Telefon: (02 11) 20 05 60-00
Telefax: (02 11) 20 05 60-11
E-Mail: klaus-juergen.michaeli@twobirds.com



Deutsche Telekom AG
Silke Armann
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn
Telefon: (0228) 1 81 94-3 64
Telefax: (0228) 1 81 94-3 14
E-Mail: silke.armann@telekom.de



PricewaterhouseCoopers AG
Dr. Diane Robers
Marie-Curie-Straße 24-28
60439 Frankfurt
Telefon: (069) 95 85-55 10
Telefax: (069) 95 85-59 54
E-Mail: diane.robbers@de.pwc.com



DDB Group Germany GmbH
Phillip Schilling
Neue Schönhauser Straße 3-5
10178 Berlin
Telefon: (030) 2 40 84-5 90
Telefax: (030) 2 40 84-5 45 90
E-Mail: phillip.schilling@de.ddb.com

Creating and managing
brand value

Interbrand Zintzmeyer & Lux

Interbrand Zintzmeyer & Lux AG
Prof. Dr. Jürgen Häusler
Kirchenweg 5
CH-8008 Zürich
Telefon: +41 1 3 88 78 78
Telefax: +41 1 3 88 78 05
E-Mail: juergen.haesler@interbrand.ch



TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG
Hartmut Scheffler
Stieghorster Straße 66
33605 Bielefeld
Telefon: (0521) 92 57-3 30
Telefax: (0521) 92 57-2 50
E-Mail: hartmut.scheffler@tns-infratest.com

Begrüßung

Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer
des 1. Deutschen Marken-Summits,

strategische Inspiration – wer sucht sie nicht? Die Idee, das Neue, das fehlende Stück im Erfolgskonzept.

Strategiearbeit gehört immer mehr zum Anforderungskatalog der Markenentscheider auf der ersten und zweiten Führungsebene großer Unternehmen. Der Markenentscheider ist zunehmend ein strategischer Impulsgeber für den Kern der Geschäftsidee. Längst beschäftigt er sich nicht mehr allein mit der Marke, sondern auch mit der Unternehmensstrategie und dem Zauber der Idee.

Wir möchten mit dem Deutschen Marken-Summit eine Plattform schaffen für einen umfassenden Austausch von Ideen und Erfahrungen quer durch alle Branchen und zusätzlich über Fachgrenzen hinweg, rund um die zentralen Marken- und Branding-Themen von strategischer Bedeutung.

Wir danken der Deutschen Telekom AG, die als Gastgeber und Mitveranstalter in ihre Hauptstadtrepräsentanz einlädt. Damit ist der Summit, seinem Charakter entsprechend, vor neugierigen Blicken geschützt. Zugang erhalten an diesem Tag allein die geladenen Gäste. Dank gilt auch den Staatlichen Museen zu Berlin, die das Vorabendprogramm im Vortragssaal des Pergamonmuseums mitgestalten.

Nicht versäumen möchten wir, uns bei unseren Mitveranstaltern und natürlich bei allen Referenten zu bedanken. Jeder Einzelne ist für das Gelingen des Ganzen von großer und besonderer Bedeutung!

Es bleibt, Ihnen und uns ein gutes Gelingen zu wünschen.



Volker Sach



Cornelia Klaas



Volker Sach
Geschäftsführer
F.A.Z.-Institut



Cornelia Klaas
Projektleiterin
Marken-Summit
F.A.Z.-Institut

Strategische Inspiration für Markenentscheider

Programmübersicht

Vorabendprogramm am 14. Juni 2007

Ab 19.30 Uhr im Vortragssaal des Pergamonmuseums, Berlin

Empfang

Streitgespräch: Kultur und Kommerz

Prof. Monika Grütters

Mitglied des Bundestages

Dr. Tessen von Heydebreck

Mitglied des Konzernvorstands, Deutsche Bank AG

Prof. Dr. Gerhard Pfennig

Geschäftsf. Vorstandsmitglied, VG Bild-Kunst

Prof. Dr. Peter-Klaus Schuster

Generaldirektor, Staatliche Museen zu Berlin –

Stiftung Preußischer Kulturbesitz

MODERATION:

Dr. Heinrich Wefing

Leiter des Feuilletonbüros, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Berlin

Anschließend

Get-together mit exklusiver Führung durch das Pergamonmuseum

Tagesprogramm am 15. Juni 2007

Ab 9.00 Uhr in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom AG, Berlin

Registrierung

9.30 Uhr

Eröffnung

9.40 Uhr bis 10.00 Uhr

Vortrag: Brand Equity Management by Deutsche Telekom

Dr. Jens Gutsche

Senior Executive Vice President, Marketing Strategy and Brand Management, Deutsche Telekom AG

10.00 Uhr bis 10.45 Uhr

Podiumsdiskussion: Marke und Internationalität Wie werden neue Märkte erschlossen?

Hans G. Güldenber

BrandCreation, ehem. CEO, Nestlé Deutschland

Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert

Em. Direktor, Institut für Marketing, Universität Münster

Torsten Müller-Ötvös

Bereichsleiter Zentrales Marketing und Markenführung BMW, BMW Group

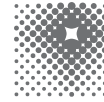
MODERATION:

Dr. Tonio Kröger

Chairman und CEO, DDB Group Germany GmbH

10.45 Uhr bis 11.15 Uhr

Kaffeepause



11.15 Uhr bis 12.30 Uhr

Impulsreferat Moderne Produktpiraterie: Eine globale Herausforderung für Marken und Marktwirtschaft

Jörg Zintzmeyer
Präsident des Verwaltungsrats, Originize Holding AG

Diskussion: Strategien zum Umgang mit Fälschungen

Detlef Braun
Geschäftsführer, Messe Frankfurt GmbH

Prof. Dr. Helmut Merkel
Vorstandsmitglied, KarstadtQuelle AG

Dr. Thomas Zimmer
Senior Vice President Safety, Quality & Environmental Protection,
Boehringer Ingelheim

MODERATION:

Prof. h.c. Klaus-Jürgen Michaeli
Partner, Bird & Bird RA

12.30 Uhr bis 14.00 Uhr

Mittagessen

14.00 Uhr bis 14.45 Uhr

Streitgespräch: Wie entstehen gute Ideen und Innovationen? Kreativität versus Markt- und Zukunftsforschung

Prof. Dr. Christian Belz
Geschäftsf. Direktor, Institut für Marketing und Handel,
Universität St. Gallen

Amir Kassaei
Chief Creative Officer, DDB Group Germany GmbH

Prof. Dr. Eckard Minx
Leiter Forschung „Gesellschaft und Technik“, DaimlerChrysler AG

Kai Panholzer
Managing Director Germany, Wrigley GmbH

MODERATION:

Hartmut Scheffler
Geschäftsführer, TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG

14.45 Uhr bis 15.15 Uhr

Kaffeepause

15.15 Uhr bis 16.00 Uhr

Vortrag mit Diskussion: Die Marke – der wichtigste unternehmerische Wert des 21. Jahrhunderts?

Herbert Hainer
Vorstandsvorsitzender, adidas AG

EINFÜHRUNG UND MODERATION:

Dr. Jutta Menninger
Partnerin, PricewaterhouseCoopers AG

16.00 Uhr bis 16.45 Uhr

Welche gesellschaftliche Verantwortung tragen Unternehmen? Podiumsdiskussion zur politischen Dimension von Marken

Gabriele Eick
Vize-Präsidentin, Deutscher Marketing Verband; Präsidentin,
Marketing Club Frankfurt

Volker Heck
Leiter Konzernkommunikation, RWE AG

Wolfgang von Meibom
Chairman, Bird & Bird Deutschland

Dr. Rainier van Roessel
Mitglied des Vorstands, LANXESS AG

Philipp Schindler
Geschäftsführer Nordeuropa, Google

MODERATION:

Prof. Dr. Jürgen Häusler
CEO, Interbrand Zintzmeyer & Lux

16.45 Uhr bis ca. 18.00 Uhr

Get-together/Empfang



Vorabendprogramm und Empfang im Pergamonmuseum

Im Pergamonmuseum, mit annähernd 1 Million Besuchern pro Jahr das erfolgreichste Museum Deutschlands, finden sich einzigartige Werke, die selbst zu kulturellen Marken geworden sind: Der Pergamon-Altar, die Mschatta-Fassade, das Ischtar-Tor und die Prozessionsstraße von Babylon sind einzigartige Kunstschätze. Seit 1999 steht die gesamte Museumsinsel Berlin unter dem Schutz der UNESCO Welterbe-Liste.

Das Museum ist an diesem Tag ab 21.00 Uhr ausschließlich für die Teilnehmer des Ersten Deutschen Marken-Summits reserviert: Dank der Unterstützung der Staatlichen Museen zu Berlin haben die Teilnehmer somit die Gelegenheit zu einer exklusiven Themenführung.

Zuvor laden die Veranstalter in den Vortragssaal des Pergamonmuseums ein – zum Empfang, Get-together und zur Diskussion rund um Unternehmen und Kunst.

Streitgespräch

Kultur und Kommerz

Gibt es Marken auch in der Kunst? Wenn es sie gibt – wie lange schon? Was unterscheidet sie von Unternehmens- oder Produktmarken? Wie kommerziell ist Kunst (geworden)? Gibt es noch – oder gab es jemals uneigennützig Mäzene? Wie wichtig sind kulturelle Veranstaltungen und Kultursponsoring für die „Markenbildung“ in Unternehmen?

SPRECHER



Prof. Monika Grütters

MdB

ist seit 2005 MdB (Obfrau für Kultur der CDU/CSU) und Mitglied der CDU seit 1980. Seit 1995 Mitglied des Abgeordnetenhauses Berlin, dort stellvertretende Vorsitzende und kulturpolitische und wissenschaftspolitische Sprecherin der CDU-Fraktion, Mitglied u. a. im Ausschuss für Kulturelle Angelegenheiten. Die Literatur- und Kunsthistorikerin ist zudem im Vorstand der Stiftung „Brandenburger Tor“ der Bankgesellschaft Berlin und Honorarprofessorin für Kulturmanagement.



Dr. Tessen von Heydebreck

Mitglied des Vorstands, Deutsche Bank AG

wurde 1994 in den Vorstand der Deutsche Bank AG berufen. Ende Mai 2007 wird der 62-jährige promovierte Jurist aus dem Vorstand ausscheiden. Seit 2004 ist er Member of the Group Executive Committee und als Chief Administrative Officer (CAO) verantwortlich für Personal, Recht, Compliance, Revision sowie Corporate Social Responsibility und u.a. für das gesellschaftliche und kulturelle Engagement der Deutsche Bank Stiftung verantwortlich.



Prof. Dr. Gerhard Pfennig

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied, VG Bild-Kunst ist geschäftsführ. Vorstandsmitglied der VG Bild-Kunst, der deutschen Verwertungsgesellschaft für Bildende Kunst, Fotografie, Grafik-Design und Film. Der Rechtsanwalt ist Geschäftsführer der Stiftung Kunstfonds, die mit ca. 1,5 Mio. € jährlich u.a. zeitgenössische Künstlerinnen und Künstler fördert. Er veröffentlicht regelmäßig zu Themen des Urheberrechts, der Kulturförderung und -politik und ist Honorarprofessor an der Universität Mainz.



Prof. Dr. Peter-Klaus Schuster

Generaldirektor Staatliche Museen zu Berlin – Stiftung Preußischer Kulturbesitz

Der Kunsthistoriker ist Generaldirektor von 17 Museen und vier Instituten, mithin der größten deutschen Museumseinrichtung. Er ist maßgeblich verantwortlich für die Umsetzung des Masterplans Museumsinsel und die Neukonzeption der Staatlichen Museen zu Berlin als Universalmuseum. Sein Weg führte von der Hamburger Kunsthalle, dem Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg und den Bayerischen Staatsgemäldesammlungen in München schließlich nach Berlin.

MODERATOR



Dr. Heinrich Wefing

Leiter des Feuilletonbüros der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Berlin

ist seit 1996 Mitglied der Feuilletonredaktion der F.A.Z. Er war Korrespondent der F.A.Z. für die amerikanische Westküste mit Sitz in San Francisco. Zahlreiche Veröffentlichungen, u.a. „Kulisse der Macht. Das Berliner Kanzleramt“ (DVA, 2001). Mehrere Auszeichnungen, darunter 2005 der Journalistenpreis „Politik und Kultur“ des Deutschen Kulturrats, 2006 der Kritikerpreis des Bundes Deutscher Architekten.



Vortrag: Brand Equity Management by Deutsche Telekom

REFERENT



Dr. Jens Gutsche

Senior Executive Vice President, Marketing Strategy and Brand Management, Deutsche Telekom AG

ist verantwortlich für die Marketingstrategie und das Markenmanagement der Deutschen Telekom AG. Zuvor war der Wirtschaftsingenieur Leiter Marketing Lufthansa Passage bei der Lufthansa AG und anschließend Mitglied der Geschäftsleitung der AOL Bertelsmann Online Deutschland.

Podiumsdiskussion: Marke und Internationalität

Wie werden neue Märkte erschlossen?

Was heißt gesundes Markenwachstum im globalen Markt? Gibt es wirklich die „Weltmarke“? Wie erschließt man neue Märkte und Marktpotentiale? In neuen Kulturkreisen? Wie denken und handeln chinesische Verbraucher? Gelten dieselben Spielregeln in Russland? Regiert die kulturelle Vielfalt oder die einheitliche Marken- und Marktstrategie?

SPRECHER



Hans G. Güldenber

BrandCreation, ehemaliger CEO von Nestlé Deutschland
Seine Karriere begann bei Unilever und führte ihn über Lingner & Fischer und A.C. Nielsen zur Nestlé AG Deutschland, wo er 1995 Vorstandsmitglied wurde und 2 Jahre später den Vorsitz des Vorstandes übernahm. Im Jahr 2000 wurde er Präsident von Nestlé Russia. Seit 2005 ist er Consultant bei Brand Creation in Frankfurt am Main.



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert

Em. Direktor, Institut für Marketing, Univ. Münster

Er gründete an der Universität Münster das erste Institut für Marketing in Deutschland, dessen langjähriger Direktor er war. 1995 übernahm er das Rektorat an der Handelshochschule Leipzig, wo ihm 1999 die Ehrendoktorwürde verliehen wurde. Bis 2005 war er drei Jahre lang Vorsitzender des Vorstandes der Bertelsmann Stiftung.



Torsten Müller-Ötvös

Bereichsleiter Zentrales Marketing und Markenführung BMW, BMW Group

Nach mehrjähriger leitender Tätigkeit in der Produktstrategie übernahm er die Führung der Konzernmarkenstrategie sowie der Markt- und Trendforschung der BMW Group. 2000 übernahm er die Funktion „Markenführung und Produktmanagement MINI“ und war damit verantwortlich für den weltweiten Relaunch der Marke. Seit Januar 2004 ist Torsten Müller-Ötvös Leiter des Bereiches „Zentrales Marketing und Markenführung BMW“.

MODERATOR



Dr. Tonio Kröger

Chairman und CEO, DDB Group Germany GmbH

Vor seinem Eintritt bei der DDB Group Germany, wo er seit 2003 Chairman und CEO ist, war der 41-Jährige Mitglied der Geschäftsleitung bei Springer & Jacoby und Leiter Marketing-Kommunikation bei DaimlerChrysler Vertriebsorganisation Deutschland.

Markenpiraterie
Copyright
Produktpiraterie
Markenpiraterie
Copy
Copyright
Produktpiraterie
Markenpiraterie
Copyright
Copy
Fälschung
Markenpiraterie

Moderne Produktpiraterie: Eine globale Herausforderung für Marken und Marktwirtschaft

REFERENT



Jörg Zintzmeyer

Präsident des Verwaltungsrats, Originize Holding AG

ist selbständiger Berater, Präsident des Verwaltungsrates der Originize Holding AG und Verwaltungsrat der Orell Füssli Banknote Engineering Ltd. Seine Arbeitsgebiete umfassen die Analyse, Planung und Konzeption im Bereich der integrierten Kommunikation, insbesondere Entwicklung von Marken- und Corporate-Identity-Strategien und -Programmen sowie Beratung mit Blick auf den Markenschutz (Verfahren von Originalerkennung). Darüber hinaus ist er der Gestalter der aktuellen Banknoten der Schweiz (Schweizer Franken). Er ist maßgeblich beteiligt an den Erscheinungsbildern von BMW, der Deutschen Telekom, Lufthansa und vielen anderen. Jörg Zintzmeyer gründete in den 70er Jahren seine Corporate Identity Beratung Zintzmeyer & Lux und brachte sie 1996 in eine Allianz mit Interbrand zu Interbrand Zintzmeyer & Lux ein, wo er bis 2006 Chairman war.

anschließend Diskussion:

Strategien zum Umgang mit Fälschungen

Erst gefördert, lange verdrängt, dann unterschätzt, aber existentiell brandgefährlich – Produkt- und Markenpiraterie. Wie können sich Unternehmen schützen? Was raten Berater, Handelsunternehmen oder Messen den betroffenen Unternehmen? Welche Maßnahmen treffen Unternehmer selbst? Sind Schutzmaßnahmen und Gesetze tatsächlich wirksam, oder müssen andere (Marken-)Strategien greifen?

SPRECHER



Detlef Braun

Geschäftsführer
Messe Frankfurt GmbH

ist in der Geschäftsführung der Messe Frankfurt u. a. für Textil-, Automobil-, Technische sowie Musik- und Freizeit-messen verantwortlich. Zuvor war der Betriebswirt (ebs) Chairman & CEO Zentral- und Nord-Europa der internat. Werbeagentur J. Walter Thompson, Frankfurt, Geschäftsführer der Joop GmbH, Geschäftsführer/Vice President der Lancaster Group Worldwide/Paris und Marketing Manager Marlboro von Philip Morris Inc.



Prof. Dr. Helmut Merkel

Vorstandsmitglied
KarstadtQuelle AG

Vor seinem Eintritt bei der KarstadtQuelle AG, wo er seit dem Jahr 2000 Vorstandsmitglied ist, war er Vorstandsmitglied der SEMA Group, Vorstandsvorsitzender der DAT AG und Mitglied der Geschäftsführung der internationalen Handelsgruppe Deichmann. Bis Juli 2006 hatte er den Vorsitz der Geschäftsführung der Karstadt Warenhaus GmbH inne. Professor Merkel hat einen Lehrstuhl an der Universität Mannheim.



Dr. Thomas Zimmer

Senior Vice President Safety, Quality & Environmental Protection, Boehringer Ingelheim

ist Chairman der Anticounterfeiting ad hoc group des Europäischen Pharmaverbandes EFPIA und Mitglied von IM-PACT, International Medical Products Anticounterfeiting Taskforce der WHO. Der promovierte Pharmazeut war vor seiner Berufung zum Senior Vice President mit Verantwortung für Safety Quality & Environmental Protection vier Jahre lang Technical Director der Boehringer Ingelheim France.



Jörg Zintzmeyer

Präsident des Verwaltungsrats, Originize Holding AG

(siehe oben)

MODERATOR



Prof. h.c.

Klaus-Jürgen Michaeli

Partner, Bird & Bird RA

leitet das deutsche Markenrechtsteam von Bird & Bird und ist spezialisiert auf die Entwicklung von Markenstrategien und die Durchsetzung von Marken. Mit fast 30-jähriger Erfahrung ist er einer der bedeutendsten Markenrechtler in Deutschland. Er ist Mitglied des Vorstandes der Dt. Vereinigung für Gewerbli. Rechtsschutz und Urheberrecht (GRUR). Er leitete vier Jahre das Committee L der International Bar Association (IBA).



Wie entstehen gute Ideen und Innovationen?

Streitgespräch: Kreativität versus Markt- und Zukunftsforschung

Brauchen wir mehr Kreativität – oder harte Fakten? Bedingt die Logik der Marktforschungsdaten den Markterfolg? Oder ist die kreative Leistung entscheidend? Stimmt unsere Interpretation der Forschungsdaten? Und wie ist der unternehmerische Alltag wirklich? Zählen Daten und Zahlen, wenn strategische Entscheidungen unter Zeitdruck gefällt werden, oder doch die subjektive Wahrnehmung? Kann man Kreativität und gute Ideen erzeugen – oder entstehen sie durch Inspiration? Und: Welche Zukunftstrends werden unsere Wirtschaft grundlegend verändern?

MODERATOR



Hartmut Scheffler

Geschäftsführer TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG

1980 begann Hartmut Scheffler seine Karriere im damaligen Emnid-Institut, später TNS Emnid, wo er zehn Jahre später zum Geschäftsführer berufen wurde. Nach vollzogenem Merger zwischen TNS Emnid und NFO Infratest zur TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG ist Hartmut Scheffler seit Januar 2006 Geschäftsführer der Infratest Holding GmbH & Co. KG.

SPRECHER



Professor Dr. Christian Belz

Geschäftsf. Direktor, Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen

Der Ordinarius für Marketing leitet das Institut für Marketing und Handel (IMH) mit den Kompetenzzentren Brand Management, Marketingplanung und -controlling, BtB-Marketing und Marktbearbeitung, Internat. Handelsmanagement sowie Distribution und Kooperation. Er ist Mitherausgeber der Fachzeitschrift für Marketing „Thexis“ und Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten.



Amir Kassaei

Chief Creative Officer, DDB Group Germany GmbH

Mit 38 Jahren ist Amir Kassaei einer der jüngsten Kreativchefs Europas. Seit 2003 ist er Kreativchef und geschäftsführender Gesellschafter der DDB Gruppe in Deutschland. Er ist einer der meistausgezeichneten Kreativen Europas. DDB wurde von Adweek zum Global Agency Network of the Year gewählt und ist laut Gunn Report das kreativste Network der Welt.



Professor Dr. Eckard Minx

Leiter der Forschung „Gesellschaft und Technik“ DaimlerChrysler in Berlin, Palo Alto und Kyoto

ist Lehrbeauftragter mehrerer Universitäten, wissenschaftlicher Beirat diverser Stiftungen, u. a. als Strategiebeirat sozial-ökologische Forschung im Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie Forschungsbeirat der SWP Stiftung Wissenschaft und Politik. Bei DaimlerChrysler forscht er zu Innovationsmanagement, Zukunftsforschung und Organisationsentwicklung.



Kai Panholzer

Managing Director Germany, Wrigley GmbH

Der Betriebswirt begann seine Karriere bei Procter & Gamble. 1998 wechselte er zu Wrigley, einem der weltweit führenden Süßwarenunternehmen und dem größten Hersteller und Vermarkter von Kaugummi. Dort war er u. a. für das internationale Marketing zuständig und leitete als Marketing Director Germany die deutsche Marketingabteilung. Seit 2005 ist Kai Panholzer Managing Director Germany.

Marke und Unternehmenswert

Vortrag mit Diskussion: Die Marke – der wichtigste unternehmerische Wert des 21. Jahrhunderts?

Marken sind wertvoll. Das Unternehmen ebenso. Nur – wie eng sind Marken- und Unternehmenswert miteinander verknüpft? Ist der Markenerfolg Garant für den Unternehmenserfolg? Kann man den Markenwert wirklich messen? Und – welche Relevanz haben die Messwerte für den Unternehmensleiter und seine Strategie?

EINFÜHRUNG UND MODERATION



Dr. Jutta Menninger

Partnerin, PricewaterhouseCoopers AG

verfügt über mehr als zwölf Jahre Beratungserfahrung bei PricewaterhouseCoopers in Frankfurt, London und München. Sie leitet die Abteilung Valuation & Strategy in München und ist zuständig für die Entwicklung des gesamten Advisory-Bereichs in München. Deutschlandweit betreut sie die Dienstleistung Management und Bewertung von immateriellen Werten, insbesondere von Marken, Patenten, Innovationen und Humankapital.

Sie ist Global Relationship Partnerin für adidas und Mitglied in verschiedenen Arbeitskreisen zur monetären Markenwertmessung (IDW, DIN sowie Brand Valuation Forum der GEM/des Markenverbandes). An der Universität Erlangen-Nürnberg ist sie Lehrbeauftragte.

REFERENT



Herbert Hainer

Vorstandsvorsitzender adidas AG

Seine Karriere startete Herbert Hainer bei Procter & Gamble, bevor er 1987 bei adidas Deutschland als Vertriebsdirektor Hardware einstieg. Nach zehn Jahren wurde er Mitglied des Vorstands und ist seit März 2001 Vorstandsvorsitzender der adidas AG. Sein zielstrebigem Aufstieg zum Vorstandsvorsitzenden und die temporeiche und gewinnorientierte Restrukturierung der adidas AG haben ihm ein ausgezeichnetes Medienimage beschert.

In einem der härtesten Märkte muss sich die adidas AG unter der Leitung von Herbert Hainer als Premiumunternehmen positionieren. Der Kampf um Marktanteile, das Markenimage und die Inszenierung von Erlebniswelten sind eine ständige Herausforderung. Unterschiedliche Märkte und Regionen wie Europa, Nordamerika oder Asien erfordern eine angepasste Unternehmensstrategie. Jedes der drei Kernsegmente adidas, Reebok und TaylorMade-adidas Golf erfordert eine eigene Markenstrategie. Mit einem Umsatz von rund 10 Mrd. Euro und einer Verantwortung für mehr als 26.000 Mitarbeiter weltweit steht die Sicherung des Unternehmenswertes und der einzelnen Markenwerte im Fokus jeder markenstrategischen Frage.

Welche gesellschaftliche Verantwortung tragen Unternehmen?

Podiumsdiskussion zur politischen Dimension von Marken

Umweltschutz, China-Engagement, Arbeitsbedingungen in Südamerika – einige wenige Schlagworte rufen schnell Kritik an der Unternehmens-, Markt- und Markenstrategie hervor. Ist Corporate Social Responsibility nur ein „Feigenblatt“? Sind Social oder Kultursponsoring mehr als PR-Aktionen, um das Marken- oder Unternehmensimage aufzupolieren? Welche gesellschaftliche Verantwortung tragen Unternehmen? Bringt das Engagement auf Auslandsmärkten politische Verantwortung mit sich? Und – welche reale Bedeutung hat die Wirtschaftsethik für das unternehmerische Handeln, die Markenstrategie und den Corporate Brand?

MODERATOR



Prof. Dr. Jürgen Häusler

CEO, Interbrand Zintzmeyer & Lux

Seit über 15 Jahren berät er renommierte Unternehmen im Bereich strategische Markenführung. Seine Arbeit u.a. für die Deutsche Telekom sowie seine Artikel und Vorträge weisen den Sozialwissenschaftler und Honorarprofessor für Strategische Unternehmenskommunikation der Universität Leipzig als Experten für Corporate Branding aus. Vor seiner Tätigkeit bei Interbrand Zintzmeyer & Lux arbeitete er am Max Planck-Institut in Köln und am MIT in Boston.

SPRECHER



Gabriele Eick

Executive Communications

Ihr beruflicher Werdegang führte die „Managerin des Jahres 1993“ (Forbes) über A.C. Nielsen Marktforschung, Burson-Marsteller zu der Dresdner Bank Gruppe. Die „Frau des Jahres 1993“ (Horizont) ist seit 1997 Präsidentin des Marketing Clubs Frankfurt und seit 2005 Vizepräsidentin des Deutschen Marketing Verbandes. Im Herbst 2000 gründete sie ihre eigene Unternehmensberatung – Executive Communications.



Volker Heck

Leiter Konzernkommunikation, RWE AG

Seit Oktober 2006 bekleidet er das Amt des Leiters Konzernkommunikation der RWE AG, wo sein beruflicher Werdegang 1991 in der Unternehmensentwicklung begann. Nach Stationen in der Konzernentwicklung und -kommunikation übernahm er im Jahr 2000 die Leitung des Zentralbereiches Energie- und Umweltpolitik. Seit 2006 ist er Leiter Konzernkommunikation/Public Affairs.



Wolfgang von Meibom

Chairman Bird & Bird Deutschland

Neben seiner Tätigkeit als Chairman Deutschlands ist er Co-Chairman der internat. IP Practice Gruppe von Bird & Bird. Er gilt als einer der führenden internationalen Experten auf dem Gebiet des Gewerblichen Rechtsschutzes, insbesondere im Patent- und Markenbereich. 2006 wurde ihm eine Gastprofessur der Civil Commercial and Economic Law School der China University of Political Science and Law in China verliehen.



Dr. Rainier van Roessel

Mitglied des Vorstands LANXESS AG

Der Niederländer, der über zwei Jahrzehnte internationale Managementenerfahrung in der chemischen Industrie verfügt, leitet die Business Unit Rubber Chemicals und ist Sprecher von LANXESS Belgien. Im Januar 2007 übernahm er im Vorstand die Verantwortung für drei Business-Units aus dem Bereich Performance Chemicals und für alle Landesorganisationen der LANXESS AG.

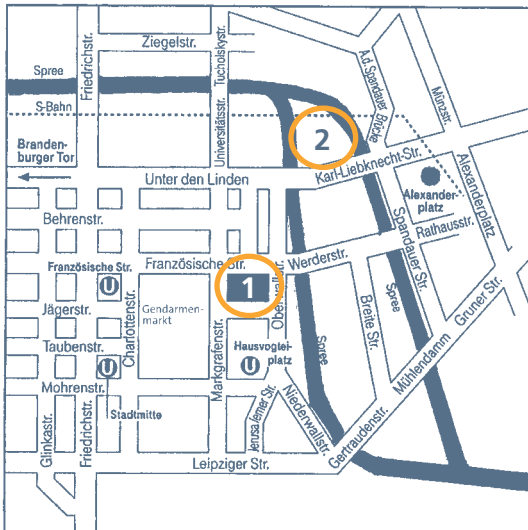
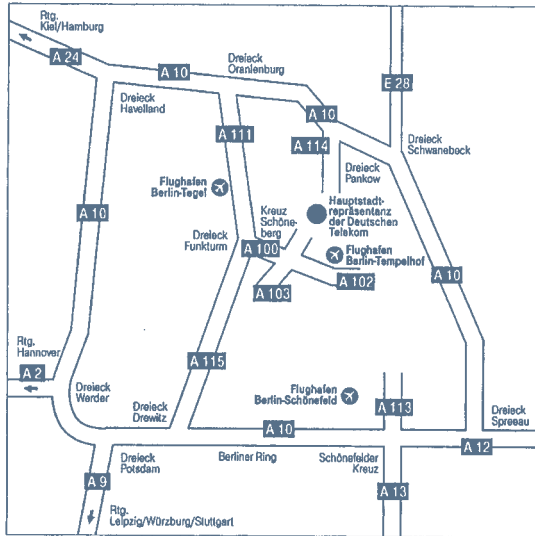


Philipp Schindler

Geschäftsführer Nordeuropa Google

stieg nach dem Studium der Betriebswirtschaft in die Bertelsmann AG, Gütersloh, ein. Anschließend wechselte er zur AOL Inc. nach Dulles, Virginia, und war in den Bereichen E-Commerce und Marketing tätig. Dort übernahm er für den Konzern die Leitung Marketing bei CompuServe, Deutschland. Im Jahr 1999 wechselte Philipp Schindler zum Mutterkonzern AOL Deutschland als Vice President of Marketing & Sales.

Anfahrt



Veranstaltungsorte:

① Tagesveranstaltung

15. Juni 2007

Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom AG

Französische Straße 33 a-c

10117 Berlin

Tel.: +49 30 2 09 19 45 00

② Vorabend

14. Juni 2007

Vortragssaal im Pergamonmuseum

Am Kupfergraben 5 (Museumsinsel)

10117 Berlin

Tel.: +49 30 20 90 55 77

Parkmöglichkeiten

Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne eine Liste der nächstgelegenen Parkhäuser zu. Rufen Sie uns an: (069) 75 91-32 09.

Für Rückfragen am Veranstaltungstag wenden Sie sich bitte an:

Cornelia Klaas

Mobil: (0171) 733 9727

Telefon: (069) 75 91-12 94

Hotelinformation

Für Übernachtungen empfehlen wir:

Wir haben für Sie in folgenden Hotels Zimmerkontingente eingerichtet, die Sie bis zur jeweiligen Frist unter dem Stichwort „Marken-Summit“ abrufen können. Bitte nehmen Sie Buchung und Abrechnung selbst vor.

Grand Hyatt Berlin

Marlene-Dietrich-Platz 2
10785 Berlin
Telefon: (030) 25 53-12 12
Fax: (030) 25 53-12 35
E-Mail: berlin@hyatt.de
www.berlin.grand.hyatt.com
Übernachtung mit Frühstück (EZ): € 235,00
Zimmerkontingent abrufbar bis 17. Mai 2007

Hilton Berlin

Mohrenstraße 30
10117 Berlin
Telefon: (030) 20 23-42 55
Fax: (030) 20 23- 42 69
E-Mail: info.berlin@hilton.com
www.hilton.de/berlin
Übernachtung mit Frühstück (EZ): € 174,00
Zimmerkontingent abrufbar bis 14. Mai 2007

InterContinental Berlin

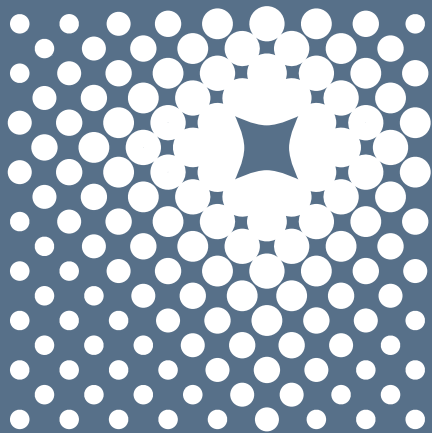
Budapester Straße 2
10787 Berlin
Telefon: (030) 26 02- 0
Fax: (030) 26 02- 11 82
E-Mail: berlin@ichotelsgroup.com
www.berlin.intercontinental.com
Übernachtung mit Frühstück (EZ): ab € 213,00
Zimmerkontingent abrufbar bis 5. April 2007
danach nach Verfügbarkeit

Rocco Forte Hotel de Rome

Behrenstraße 37
10117 Berlin
Telefon: (030) 46 06 09-0
Fax: (030) 46 06 09-20 00
E-Mail: info.derome@roccofortehotels.com
www.roccofortehotels.com
Übernachtung mit Frühstück (EZ): € 276,00
Zimmerkontingent abrufbar bis 6 Wochen vor Veranstaltung

The Westin Grand Berlin

Friedrichstraße 158–164
10117 Berlin
Telefon: (030) 20 27-34 20
Fax: (030) 20 27-34 19
E-Mail: reservation.berlin@westin.com
www.westin.com/berlin
Übernachtung mit Frühstück (EZ): € 250,00
Zimmerkontingent abrufbar bis 3. Mai 2007



Deutscher
Marken
Summit

Eine Veranstaltung von

F.A.Z.-INSTITUT

F.A.Z.-Institut für Management-,
Markt- und Medieninformationen GmbH
Mainzer Landstraße 199
D-60326 Frankfurt
Tel. (069) 7591-3209
www.faz-institut.de
www.marken-summit.de

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe
und der Speicherung in elektronischen Medien.
Programmänderung vorbehalten.

Wir danken unseren Fachbeiräten

Professor Dr. Christian Belz, Geschäftsf. Direktor des Instituts
für Marketing und Handel der Universität St. Gallen



Gabriele Eick, Präsidentin Marketing Club Frankfurt,
Vizepräsidentin Deutscher Marketing Verband

Mit freundlicher Unterstützung von

kommunikationsmanager

www.kommunikationsmanager.com

S M
B Staatliche Museen
zu Berlin

BIRD & BIRD



Creating and managing
brand value **Interbrand Zintzmeyer & Lux**

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

