
4. Deutscher Marken-Summit „Marken im Aufbruch“ am 30. Juni/1. Juli 2010 in Berlin

Terminankündigung

Das F.A.Z.-Institut richtet am 30. Juni / 1. Juli 2010 gemeinsam mit den Mitveranstaltern – DDB Group Germany, Deutsche Telekom, FPS Rechtsanwälte & Notare und Interbrand – den **4. Deutschen Marken-Summit** in Berlin aus.

Im Fokus der Veranstaltung stehen die großen Herausforderungen für Unternehmen und Marken unter dem Motto „**Marken im Aufbruch – Schöpferische Zerstörung und neue Werte**“. Die Wirtschaftskrise, der Strukturwandel und die gesellschaftlichen Umbrüche zwingen Unternehmen zu Innovation und Wandel in ihren Strategien: Was bleibt, was kommt? Wie sehen Marken der Zukunft aus? Welche Strategien müssen über Bord geworfen, wie kann der Aufbruch aktiv gestaltet werden – in der Unternehmens- wie in der Markenführung? Und welche Chancen bieten sich Unternehmen und Marken, wenn die Weltwirtschaft die Talsohle durchschritten hat?

Im Oktober 2009 wiedereröffneten Neuen Museum beginnt der 4. Deutsche Marken-Summit. Keynote-Speaker des Vorabendprogramms ist der Star-Architekt Sir David Chipperfield. Am 1. Juli 2010 stehen Markt- und Markenstrategien und Visionen von Unternehmensstrategen im Mittelpunkt. In der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom kommen knapp 200 Markenverantwortlichen zusammen, um Inspiration und Anregungen über das Tagesgeschäft hinaus zu erhalten. Keynote-Speaker sind u.a. **Harry Brouwer**, Chairman/Unilever DACH, und **James Woodbridge**, Vorstand Marketing/McDonald's Deutschland. Die Veranstaltung moderiert Dr. Rainer Hank, verantw. Redakteur, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung.

Der 4. Deutsche Marken-Summit steht ausschließlich den geladenen Gästen der Veranstalter offen. Persönliche Einladung auf Anfrage.

Veranstalter: F.A.Z.-Institut

Mitveranstalter: DDB Group Germany, Deutsche Telekom, FPS Rechtsanwälte & Notare, Interbrand

Gastgeber des Vorabends: Deutsche Post DHL

Fachbeirat: Professor Dr. Christian Belz, Universität St. Gallen/ Gabriele Eick, Vize-Präsidentin
Deutscher Marketing Verband

Sponsoren: Markenverband, Museum&Location, Staatliche Museen zu Berlin

Medienpartner: Frankfurter Allgemeine Zeitung, >kommunikationsmanager

Kontakt:

F.A.Z.-INSTITUT
FÜR MANAGEMENT, MARKT- UND MEDIENINFORMATIONEN GMBH

Cornelia Klaas, Projektleiterin Marken-Summit, F.A.Z.-Institut
c.klaas@faz-institut.de, Tel.: (0 69) 75 91- 12 94, www.marken-summit.de