

Programm

# 5. Deutscher Marken-Summit

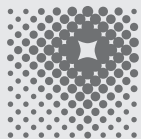
25./26. Mai 2011

Alte Nationalgalerie Berlin

Maybach-Center in der Mercedes-Welt Berlin



*Nur Mut! Menschen machen Marken.*



Deutscher  
Marken  
Summit

Initiator:

**FA.Z.-INSTITUT**

FOR MANAGEMENT, MARKT- UND MEDIENINFORMATIONEN GMBH

# Die Veranstalter

---

## Initiator

### F.A.Z.-Institut

Cornelia Klaas | Mainzer Landstraße 199 | 60326 Frankfurt am Main  
Telefon: (0 69) 75 91 - 12 94 | Telefax: (0 69) 75 91 - 11 79  
E-Mail: c.klaas@faz-institut.de

**F.A.Z.-INSTITUT**

## Mitveranstalter

### Deutsche Post DHL

Wolfgang Giehl | Charles-de-Gaulle-Straße 20 | 53113 Bonn  
Telefon: (02 28) 1 82 - 92 30  
E-Mail: w.giehl@deutschepost.de

**Deutsche Post DHL**

### Doyle Dane Bernbach Group GmbH

Oliver Janik | Münzstraße 13 | 10178 Berlin  
Telefon: (0 30) 2 40 84 - 0  
E-Mail: oliver.janik@ddbgroup.com

**Doyle Dane Bernbach** Group

### FPS Rechtsanwälte & Notare

Dr. Christoph Holzbach | Eschersheimer Landstraße 25–27 | 60322 Frankfurt am Main  
Telefon: (0 69) 9 59 57 - 2 43  
E-Mail: holzbach@fps-law.de

**FPS** RECHTSANWÄLTE & NOTARE

### Interbrand Zintzmeyer & Lux AG

Prof. Dr. Jürgen Häusler | Kirchenweg 5 | CH-8008 Zürich  
Telefon: (+41 [0]44) 3 88 78 78  
E-Mail: juergen.haesler@interbrand.com

**Interbrand**

### Daimler AG / Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland

Simone Wilhelm | Potsdamer Straße 7 | 10785 Berlin  
Telefon: (0 30) 26 94 - 50 60  
E-Mail: simone.wilhelm@daimler.com



**Mercedes-Benz**



Volker Sach  
Geschäftsführer  
F.A.Z.-Institut

## Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer des 5. Deutschen Marken-Summits,

Entscheidungen durchsetzen, Gegenwind aushalten – Menschen brauchen Mut und Kraft, wenn sie Themen und Ideen verfolgen. Sie sind dann am besten, wenn sie sich emotional engagieren und mitreißen lassen. Wie aber entstehen Engagement und Mut? Wann haben Marken und Markenmacher echte Strahlkraft – nach innen und außen, auf Mitarbeiter und den Markt? Und wie werden Unternehmenslenker und Marketingverantwortliche zu Ideengebern, wie leben sie ihre Marke, faszinieren ihr Umfeld und inspirieren das gesamte Unternehmen? Spannende Fragen also, und für uns die Motivation, den Deutschen Marken-Summit 2011 unter das Leitthema

### „Nur Mut – Menschen machen Marken“

zu stellen. Wir laden Sie herzlich ein, mit uns über Mut in der Markenführung, die Menschen hinter den Marken und die neue Macht der Konsumenten im globalen Business zu diskutieren. Auch werfen wir einen Blick hinter die Kulissen: Wir diskutieren darüber, wann uns Mutlosigkeit, Angst oder langwierige Entscheidungsprozesse behindern und wie wir das Heft in der Hand behalten können.

Unseren Mitveranstaltern danken wir für die vielen wertvollen Impulse. Wir freuen uns besonders, dass uns Mercedes-Benz als Gastgeber und Mitveranstalter in das Maybach-Center in der Mercedes-Welt Berlin einlädt und einen Einblick in seine Marken-Welt gewährt.

Wir sind gespannt auf den Gedankenaustausch, freuen uns auf vertraute und neue Gesichter und wünschen Ihnen wertvolle Impulse für mehr Mut im Marketing.



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

Volker Sach

Cornelia Klaas

# Programmübersicht

## Vorabendprogramm am 25. Mai 2011 Alte Nationalgalerie Berlin

ab 19.30 Uhr ■ Empfang

20.00 Uhr ■ Begrüßung

Volker Sach  
*Geschäftsführer, F.A.Z.-Institut*

20.05 Uhr ■ Vortrag

Survival – Abenteuer – Menschenrechte: das Prinzip Mut

Wie aus Reiselust und Abenteuer Engagement entsteht

Rüdiger Nehberg  
*Abenteurer und Menschenrechtsaktivist*

20.45 Uhr ■ Vortrag mit Einführung in die Alte Nationalgalerie

Der Mut, neue Wege zu gehen: Wie entstehen neue Ausdrucksformen  
in der Kunst?

Udo Kittelmann  
*Direktor der Nationalgalerie, Staatliche Museen zu Berlin*

ab 21.00 Uhr ■ Get-together mit Führung durch das Museum

## Tagesprogramm am 26. Mai 2011 Maybach-Center in der Mercedes-Welt Berlin

ab 8.30 Uhr ■ Registrierung

9.00 Uhr ■ Eröffnung durch den Moderator

Dr. Rainer Hank  
*Verantw. Redakteur Wirtschaft, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*

9.05 Uhr ■ Impuls

Feuer und Flamme für das Unternehmen – Mitarbeiter machen Marken

Prof. Dr. Heike Bruch  
*Direktorin, Institut für Führung und Personalmanagement und  
Ordinaria an der Universität St. Gallen*

9.30 Uhr ■ Keynote

Über den Mut zur Marke und zu außergewöhnlichen Wegen

Thomas-B. Quaas  
*Vorstandsvorsitzender, Beiersdorf AG*

10.15 Uhr ■ CEO-Panel

Mehr Mut – mehr Glück? Was macht mutiges Marketing aus?

Anders Sundt Jensen  
*Leiter Markenkommunikation Mercedes-Benz Cars, Daimler AG*

Christian Köhler  
*Hauptgeschäftsführer, Markenverband e.V.*

Dr. Tonio Kröger  
*Chairman und CEO, Doyle Dane Bernbach Group GmbH*

Steffen Seifarth  
*Regional Vice President, DACH & Eastern Europe, Coty Prestige*

**11.00 Uhr ■ Brunch**

**11.45 Uhr ■ Impuls**

**Courage in Marketing – How Do Different Cultures Define It?**

Prof. Chris Halliburton  
*Professor of International Management and Marketing, ESCP Europe*

**12.15 Uhr ■ Impuls**

**Wem gehören Marken?**

Dr. Christoph Holzbach  
*Partner, FPS Rechtsanwälte & Notare*

**12.25 Uhr ■ Streitgespräch**

**Wer führt denn eigentlich die Marke (noch) – und wie?**

Berthold Figgen  
*Director Corporate Marketing Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH),  
Mitglied DACH Management Board, Procter & Gamble GmbH*

Jürgen Herrmann  
*Geschäftsführer Marketing, Alfred Ritter GmbH & Co. KG*

Eric Schoeffler  
*CCO, DDB Tribal Group*

Volker Smid  
*Vorsitzender der Geschäftsführung, Hewlett-Packard GmbH*

**im Anschluss**

Offene Diskussion mit den Teilnehmern des Deutschen Marken-Summits

**Mach dich rar! Überfluss und Zurückhaltung im Marketing.  
Was bedeutet Markenaufbau ohne Kommunikation?**

**13.15 Uhr ■ Bühnengespräch**

**Freiheit und Mut:  
Wie viel Mut und Zivilcourage brauchen unsere Gesellschaft  
und unsere Wirtschaft?**

Rainer Eppelmann  
*Politiker, Bürgerrechtler und Theologe*

Cem Özdemir  
*Bundvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen*

**14.00 Uhr ■ Mittagessen und Ausklang**

ab 14.30 Uhr: Führung durch die Markenwelt von Maybach und Mercedes-Benz, Mercedes-Welt am Salzufer in Berlin

Alte Nationalgalerie  
Berlin



Vorabendprogramm

## Alte Nationalgalerie Berlin

Die Alte Nationalgalerie beherbergt heute Gemälde und Skulpturen des 19. Jahrhunderts. Mit der Überlassung durch J.H.W. Wagener 1861 entstand so das Stammhaus der Nationalgalerie. Nach Behebung der schweren Kriegsschäden des Zweiten Weltkriegs wurde die Alte Nationalgalerie 1949 in Teilen und 1955 vollständig wieder eröffnet. Dank der durch den „Masterplan Museumsinsel“ seit 1998 möglichen Generalsanierung wurde die Alte Nationalgalerie im Dezember 2001 als erstes Gebäude auf der Museumsinsel wieder eröffnet. Sie bildet zusammen mit dem Alten Museum, dem Bode-Museum, dem Neuen Museum und dem Pergamonmuseum das Ensemble der Museumsinsel Berlin (UNESCO-Weltkulturerbe). Die Alte Nationalgalerie gilt als umfangreiche Epochensammlung für die Kunst zwischen Französische Revolution und Erstem Weltkrieg, zwischen Klassizismus und Sezessionen. Zur Sammlung gehören u.a. impressionistische Meisterwerke von Edouard Manet, Claude Monet, Auguste Renoir, Paul Cézanne und Skulpturen von Auguste Rodin. Das Museum ist an diesem Abend ausschließlich für die Teilnehmer des 5. Deutschen Marken-Summits geöffnet: Dank der Unterstützung der Staatlichen Museen zu Berlin haben die Teilnehmer somit die Gelegenheit, sich bei einer exklusiven Führung von den Werken inspirieren zu lassen. Zuvor laden die Veranstalter zum Empfang und zur Diskussion rund um Mut und Menschen.

Vortrag mit Einführung in die Sammlung der Alten Nationalgalerie

## Der Mut, neue Wege zu gehen: Wie entstehen neue Ausdrucksformen in der Kunst?



© Bundesregierung, Foto: Sandra A. Steins

### Udo Kittelmann

Direktor der Nationalgalerie, Staatliche Museen zu Berlin

Udo Kittelmann ist seit November 2008 Direktor der Nationalgalerie in Berlin und verantwortlich für die Alte Nationalgalerie, die Friedrichswerdersche Kirche, die Neue Nationalgalerie und den Hamburger Bahnhof – Museum für Gegenwart – Berlin sowie für das Museum Berggruen und die Sammlung Scharf-Gerstenberg. Von 2002 bis 2008 war er Direktor des Museums für Moderne Kunst (MMK) in Frankfurt am Main. In der Zeit von 1994 bis 2001 war er als Direktor des Kölnischen Kunstvereins in Köln tätig. 2001 war er Kommissar des Deutschen Pavillons auf der Biennale in Venedig; seine Ausstellung von Gregor Schneiders „Totes Haus ur“ wurde als bester nationaler Beitrag mit dem Goldenen Löwen ausgezeichnet. Udo Kittelmann ist Kurator vieler Ausstellungen im In- und Ausland und Autor zahlreicher Veröffentlichungen zur zeitgenössischen Kunst.



QUINHENTOS ANOS DE BRASIL  
MILHARES DE ANOS  
DE CULTURAS INDÍGENAS  
MILHÕES DE ANOS  
DE FLORESTA AMAZÔNICA

HORA DE AGIR:

PROTEJA OS POVOS INDÍGENAS  
RESPEITE SEUS DIREITOS PELA TERRA  
PRESERVE A FLORESTA

PORQUE DIVERSIDADE É A VIDA  
PARA UM FUTURO

Rüdiger Nehberg  
bei der Atlantiküberquerung

## Survival – Abenteuer – Menschenrechte: das Prinzip Mut

Wie aus Reiselust und Abenteuer Engagement entsteht



### Rüdiger Nehberg

Abenteurer und Menschenrechtsaktivist

Reisen abseits der Routen haben den Abenteurer Rüdiger Nehberg schon immer gereizt. Bereits als Jugendlicher bereiste er mit einem selbstgebauten Fahrrad Deutschland, fuhr über Paris und Madrid nach Marokko, um Schlangenbeschwörung zu lernen. Er erkundete das europäische Ausland, Vorderasien und Teile Afrikas. 1960 musste er in Jordanien wegen des Versuchs, in einem gestohlenen Boot über das Rote Meer nach Ägypten überzusetzen, für zwei Monate ins Gefängnis. Fünf Jahre später machte er sich in Hamburg als Konditor selbstständig.

Als Nehberg in den 60er Jahren vom Thema Survival in den USA erfuhr, begann er sich mit Überlebenstraining in Extremsituationen zu beschäftigen. Mit dem neu erworbenen Wissen wagte er 1970 mit einem selbst konstruierten Boot die Fahrt auf dem Blauen Nil, die erst im zweiten Versuch, 1972, glückte. Bei einer dritten Expedition dorthin verlor Nehbergs Partner Michael Teichmann durch einen bewaffneten Raubüberfall sein Leben.

Mit seinen Aktionen machte Nehberg Survival auch in Mitteleuropa populär. So lief er u.a. Tausend Kilometer ohne Nahrung und Ausrüstung durch Deutschland und überlebte im brasilianischen Dschungel ohne Ausrüstung und Proviant. Auf seinen Reisen beobachtete er Eingeborene, Fischer, Eskimos, Indianer, Aborigines, Buschleute und Soldaten. Zwei Dutzend Male wurde Nehberg überfallen und entkam mit Glück und Know-how. „Wichtig ist es, sich vor jeder Unternehmung mit den Risiken auseinanderzusetzen“, das hat er gelernt.

Anfang der 80er Jahre veränderte eine Reise nach Brasilien sein Leben. Die ursprünglich von Abenteuerlust geprägten Reisen erhielten unerwartet Sinn. Nehberg wurde im Urwald Brasiliens Augenzeuge des drohenden Völkermordes an den Yanomami-Indianern. Plötzlich waren die Reisen nicht mehr reiner Selbstzweck, sondern Engagement für Bedrohte, für solche, die zu schwach sind, sich gegen politische Willkür und Mord zu wehren. Nehberg engagierte sich für ein bis dahin unbekanntes Indianervolk, das durch Naturzerstörung und verbrecherische Geschäftsleute in seiner Existenz bedroht war. Er kämpfte 18 Jahre lang für die Rechte der Yanomami-Indianer, eine der letzten indigenen Gemeinschaften. Um Aufmerksamkeit zu erregen und die internationale Lobby für die Indianer zu stärken, überquerte Nehberg in spektakulären Solofahrten dreimal den Atlantik (per Tretboot, Bambusfloß und Baumstamm). Mit Erfolg: Die Yanomami erhielten ein Schutzgebiet und werden seitdem international beobachtet und betreut.

Nach dem Frieden für die Yanomami wandte sich Nehberg einer neuen Herausforderung zu: dem Kampf gegen das Verbrechen der weiblichen Genitalverstümmelung. Denn er kann nicht stillsitzen. „Es gibt genug Probleme, wenn man mit wachen Augen auf Reisen geht oder sich in Deutschland umsieht“, so Nehberg. Unermüdlich und mit beachtlichem Erfolg überzeugt er nun muslimische Geistliche, sein Anliegen zu unterstützen. Im September 2000 gründete er gemeinsam mit Annette Weber die Menschenrechtsorganisation „TARGET“. 2008 erhielt er das Bundesverdienstkreuz 1. Klasse für sein Engagement.

Rückblickend sieht Nehberg seine medienwirksamen Abenteuer auch kritisch. Er hätte schon früher mit der Menschenrechtsarbeit beginnen sollen, sagt er heute.



## Moderator



**Dr. Rainer Hank**

Verantwortlicher Redakteur Wirtschaft, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung

In Tübingen und Fribourg (Schweiz) studierte Dr. Rainer Hank Literaturwissenschaft, Philosophie und Katholische Theologie mit anschließender Promotion über die Literatur der Wiener Moderne. Es folgten fünf Jahre beim Cusanuswerk in Bonn, einem katholischen Begabtenförderungswerk, parallel dazu freie Mitarbeit und Hospitanzen unter anderem bei der „Süddeutschen Zeitung“ und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Im November 1988 trat er in die Wirtschaftsredaktion der F.A.Z. ein. Dort berichtete er über Gewerkschaften, Verbände und Lohnpolitik; außerdem war er für die wöchentlich erscheinende Seite „Beruf und Chance“ zuständig. Von März bis August 1997 war er Visiting Scholar an der Business School des MIT und am Center for European Studies der Harvard University im Rahmen eines Sabbaticals. Während dieser Zeit entstand die Idee zu seinem Buch über den globalen Kapitalismus: „Das Ende der Gleichheit“ (Frankfurt 2000). Von November 1999 bis August 2001 leitete er die Wirtschaftsredaktion des „Tagesspiegels“ (Berlin). Der Reiz, eine neue Sonntagszeitung aufzubauen, führte ihn zurück nach Frankfurt: als Ressortleiter „Wirtschaft“ sowie „Geld & Mehr“ bei der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung. Er ist zudem u.a. Mitglied in der Jury des Ludwig-Erhard-Preises und im Kuratorium des Max-Planck-Instituts für Gesellschaftsforschung in Köln. Sein Buch „Der amerikanische Virus. Wie verhindern wir den nächsten Crash?“ ist im März 2009 erschienen.

## Impuls

# Feuer und Flamme für das Unternehmen – Mitarbeiter machen Marken



**Prof. Dr. rer. pol. Heike Bruch**

Direktorin, Institut für Führung und Personalmanagement und Ordinaria, Universität St. Gallen

Seit 2001 ist Heike Bruch Professorin und Direktorin am Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen. In den Jahren 1999 bis 2001 arbeitete sie an der London Business School als Senior Research Fellow. Zuvor war sie wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität St. Gallen (Habilitation 2001) sowie an der Universität Hannover (Promotion 1996). Professorin Bruch ist u.a. Mitglied des McKinsey Academic Sounding Board, Mitglied des Vorstands der Deutschen Gesellschaft für Personalführung (DGFP) und wissenschaftlicher Beirat des deutschen Demographienetzwerkes (dnn). Zu ihren Forschungsinteressen gehören die Themen Leadership sowie organisationale Energie und Arbeitgeberezellen.



## Über den Mut zur Marke und zu außergewöhnlichen Wegen

Über die Verantwortung des Managements für die Positionierung und Führung einer Marke und Wege, das eigene Unternehmen zu prägen



**Thomas-B. Quaas**

Vorstandsvorsitzender, Beiersdorf AG

Thomas-B. Quaas ist seit über 30 Jahren bei der Beiersdorf AG tätig. Der Betriebswirt und engagierte Familienvater lernte 1979 als einer der ersten Trainees das Unternehmen von Grund auf kennen. Eine gesunde Portion Ehrgeiz in Kombination mit Geduld zählt Quaas zu seinen Haupttugenden, die ihm zu dem stetigen Aufstieg bis an die Spitze des Unternehmens verhalfen. Nach Stationen als Verkaufs- und Marketingdirektor sowie als Geschäftsbereichsleiter von Consumer Products Deutschland wurde er 1999 in den Vorstand berufen und Leiter der Medical-Sparte. Ab 2003 verantwortete er das Ressort Einkauf, Produktion und Logistik und leitete das Ressort Supply Chain. Seit 2005 ist er Vorstandsvorsitzender und lenkt die Bereiche strategische Unternehmensentwicklung, Konzernkommunikation, interne Revision sowie CSR/Nachhaltigkeit.

Als Gründungstag des Unternehmens Beiersdorf gilt das Datum der Patenturkunde zur Herstellung medizinischer Pflaster durch den Apotheker Paul C. Beiersdorf am 28.03.1882. Heute so bekannte Marken wie Labello oder Nivea konnten sich bereits zu Anfang der Unternehmensgeschichte etablieren – die 1911 eingeführte Kultmarke Nivea feiert in diesem Jahr ihr hundertjähriges Jubiläum. Obwohl sich das Grundprinzip der Rezeptur seit damals nur wenig verändert hat, wurden doch die Nivea-Markenfamilie und die Dachmarkenkampagnen immer wieder angepasst. Auch im Jubiläumsjahr startet Beiersdorf eine weltweite Kampagne, um das Profil der Kultmarke auf den Kern der Marke Nivea zu fokussieren. Heute ist die Beiersdorf AG eine global agierende Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Hamburg und mehr als 150 Tochtergesellschaften weltweit. Beiersdorf-Hautpflegemarken sind international erfolgreich: Sie sind in den wichtigen Segmenten Massenmarkt, dem Bereich der Dermo-Kosmetik und im Premiumsegment vertreten. Mehr als 19.000 Mitarbeiter weltweit erwirtschafteten 2010 einen Gesamtumsatz von 6,194 Mrd. Euro.

## CEO-Panel

## Mehr Mut – mehr Glück? Was macht mutiges Marketing aus?

Wann sind mutige Ideen und Innovationen in Unternehmen durchsetzbar? Wer entscheidet, wie kreativ wir sein dürfen? Wann werden unkonventionelle Wege begangen? Was sind die Faktoren, die Unternehmen lähmen oder anspornen? Innensichten eines spannenden Beziehungsgeflechtes und in Entscheidungswege rund um Markenprozesse



**Anders Sundt Jensen**

Leiter Markenkommunikation  
Mercedes-Benz Cars, Daimler AG

Anders Sundt Jensen ist seit November 2008 als Leiter Markenkommunikation Mercedes-Benz Cars für die internationale Markenkommunikation verantwortlich. Er stieg nach seinem Studium der Wirtschaftswissenschaften als Trainee bei der AEG AG ein und war anschließend in verschiedenen Positionen im In- und Ausland innerhalb der Daimler AG tätig. Von 2005 bis 2008 war er Leiter Vertrieb und Marketing smart.



**Christian Köhler**

Hauptgeschäftsführer, Markenverband e.V.

Christian Köhler studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der TU Berlin und absolvierte an der Roosevelt University in Chicago den Studiengang Master of Science in Marketing Communications erfolgreich. Er hat mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Markenartikelindustrie und im Handel. Köhler war in Geschäftsführungspositionen bei Effem (Mars-Petcare), Kraft Foods sowie bei Tchibo tätig. Seit 2010 ist er Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes e.V. und hat verschiedene Aufsichtsrats- und Beiratsmandate.



**Dr. Tonio Kröger**

Chairman und CEO,  
Doyle Dane Bernbach Group GmbH

Seit 2003 ist Dr. Tonio Kröger Chairman und CEO der Doyle Dane Bernbach Group GmbH. Vor seinem Eintritt in die deutsche DDB-Gruppe war er als Leiter Marketing-Kommunikation bei der Daimler Chrysler-Vertriebsorganisation Deutschland tätig. Von 1995 bis 1998 war Kröger Mitglied der Geschäftsleitung bei Springer & Jacoby.



**Steffen Seifarth**

Regional Vice President, DACH & Eastern Europe, Coty Prestige

Seit 2002 gehört Steffen Seifarth der Cotyinc. an und war in verschiedenen Positionen tätig. Zurzeit ist er Regional Vice President DACH and Eastern Europe von Coty Prestige. Seifarth ist zudem Vizepräsident beim VKE Kosmetikverband. Der studierte Betriebswirt arbeitete zuvor als Vice President Marketing bei Lycos Bertelsmann und war in verschiedenen Funktionen bei Procter & Gamble tätig.

## Impuls

## Courage in Marketing – How Do Different Cultures Define It?

What is the role of different cultural factors for branding? How do cultural factors affect marketing communications within Europe? The use, and misuse, of humour in branding? The rise or fall of Asian branding?



**Prof. Chris Halliburton**

Professor of International Management and Marketing, ESCP Europe

Chris Halliburton is Professor of International Marketing and former UK Director of ESCP Europe. He has marketing consultancy experience in many consumer and industrial markets for such clients as Unilever, Gerber, Caterpillar, Xerox, IBM, Capgemini, and Alliance Boots. He was adviser to the Strategy and Marketing Group of PwC. His overseas experience includes Europe, Africa, the America, and Asia.

He has lectured in marketing at London Business School, City University and ESCP Europe. With research interests in international marketing and branding, he is the author of numerous publications. He is the academic judge for the UK Marketing Effectiveness Awards and was elected as Fellow of the Marketing Society.

## Wem gehören Marken?



**Dr. Christoph Holzbach**

Partner, FPS Rechtsanwälte & Notare

Dr. Christoph Holzbach ist seit 1995 Rechtsanwalt. Er führt gemeinsam mit einem weiteren Partner die IP-Gruppe von FPS in Frankfurt am Main. Er hat umfassende Erfahrung bei der Beratung und gerichtlichen Vertretung von national wie auch international tätigen Mandanten im Bereich des Gewerblichen Rechtsschutzes, des Marken- und Lizenzrechts, des Sportrechts und des Patentrechts. Holzbach berät Unternehmen bei der Erarbeitung einer Markenstrategie, der Gestaltung von Werbemaßnahmen, bei der Formulierung von Presseerklärungen sowie bei der Durchführung und Abwehr von Verfügungs- und Klageverfahren sowohl im Bereich des Marken- und Wettbewerbsrechtes als auch im Hinblick auf Kartell- und Urheberrechte. Seit 2010 ist Dr. Holzbach geschäftsführender Partner von FPS Rechtsanwälte & Notare.

### Streitgespräch

## Wer führt denn eigentlich die Marke (noch) – und wie?

Brand Ownership im Jahr 2011: Müssen oder sollten wir die Marken „loslassen“ und dem Konsumenten die Macht überlassen? Welche Steuerungsmechanismen haben wir noch? Überlassen wir die Marken dem freien Spiel der Kräfte und den Kunden? Was bedeutet das für Marketing- und Markenverantwortliche, welche Wege gehen wir künftig in Marketing und Kommunikation?



**Berthold Figgen**

Director Corporate Marketing Deutschland, Österreich, Schweiz (DACH), Mitglied DACH Management Board, Procter & Gamble GmbH

Nach einem Mathematik-Studium und einem MBA begann Berthold Figgen 1986 im Marketing bei der Procter & Gamble GmbH, wo er seither viele Marken und Kategorien geführt hat, u.a. Pampers, Always und Haarpflege. Derzeit ist er als Director Corporate Marketing verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung der Marketingprogramme im deutschsprachigen Raum sowie für alle markenübergreifenden Programme.



**Jürgen Herrmann**

Geschäftsführer Marketing, Alfred Ritter GmbH & Co. KG

Jürgen Herrmann ist Geschäftsführer Marketing der Alfred Ritter GmbH & Co. KG. Er ist mit verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung der neuen Unternehmensstrategie, konzipiert die neuen Marken- und Produktstrategien sowie den neuen Innovationsprozesses nebst zugehörigem Management. Vor seinem Wechsel zu Ritter 2001 war Herrmann Brand Manager bei Procter & Gamble, Marketing Direktor der Dortmunder Union-Ritter Brauerei und Marketing Leiter bei der Rich. Hengstenberg GmbH & Co.



**Eric Schoeffler**

CCO, DDB Tribal Group

Eric Schoeffler begann 1994 seine Karriere nach dem Grafikdesign-Studium bei der Kölner Westag Werbeagentur. Fünf Jahre später wechselte er als Art Director zu DDB Düsseldorf. 2004 wurde er in die Geschäftsführung berufen. Schoeffler war bis 2009 als Executive Creative Director und Managing Director tätig und verantwortlich für Kunden wie Ramazzotti, Volkswagen oder Congstar. Er ist Mitglied im ADC und im D&AD und hat mit seinen Teams mehr als 100 internationale Awards in den vergangenen fünf Jahren gewonnen. Seit 2011 leitet er als CCO von Düsseldorf aus das kreative Potential von DDB Tribal.



**Volker Smid**

Vorsitzender der Geschäftsführung, Hewlett-Packard GmbH

Volker Smid ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Hewlett-Packard GmbH, General Manager und Vice President Enterprise Business HP Deutschland. Bis zu seinem Wechsel zu HP im Januar 2009 war er President von Novell für die Region Europa, Mittlerer Osten und Afrika (EMEA). Zuvor leitete er als Senior Vice President EMEA und Asia-Pacific das Mittelstandsgeschäft der Parametric Technology Corporation (PTC). Smid ist zudem Mitglied des Präsidiums des BITKOM.



## Freiheit und Mut:

### Wie viel Mut und Zivilcourage brauchen unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft?

Wie entsteht mutiges Handeln, wenn wir zwischen Mut und Angst hin- und hergerissen sind? Wann beweisen Menschen Zivilcourage? Wie viel Risiko nehmen wir in Kauf? Und wie hoch ist Preis, den wir zu zahlen bereit sind? Was kosten uns Freiheit, Demokratie und Menschenrechte? Können wir die Risiken und Auswirkungen unseres Handelns tatsächlich immer gut einschätzen? Und was geschieht, wenn das nicht gelingt?

Ein Impuls über Mut und Angst, über das Eingehen von Risiken und die Konsequenzen, gepaart mit einem persönlichen Blick: zurück auf die deutsche Geschichte, auf Politik und Wirtschaft im 21. Jahrhundert – und auf künftige Herausforderungen für mehr Freiheit in Westeuropa, Asien oder Nordafrika.



**Rainer Eppelmann**

Bürgerrechtler, Theologe, Minister für Abrüstung und Verteidigung a. D., ehrenamtlicher Vorstandsvorsitzender der Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur

Als „Staatsfeind“ wurde der Bürgerrechtler in der DDR massiv durch das Ministerium für Staatssicherheit (MfS) verfolgt, mit Inhaftierung bedroht und abgehört. Mit gezielten Gerüchten und Verleumdungen wurde versucht, ihn privat und beruflich zu diskreditieren. In den 80er Jahren plante das MfS sogar Attentate, es wollte den Pfarrer Rainer Eppelmann „vernichten“. Diese Pläne sind in Eppelmanns Stasi-Akte dokumentiert.

Immer stand der Theologe, Bürgerrechtler und Politiker vor Entscheidungen, die Mut und Courage erforderten und deren Konsequenzen oftmals bedrohlich waren. 1943 geboren, wuchs er als Sohn einer Arbeiterfamilie auf und besuchte ein Gymnasium im Westen Berlins. Nach dem Mauerbau kam ein erster prägender Einschnitt: Er war gezwungen, in Ost-Berlin als Dachdeckerhilfsarbeiter und später als Maurer zu arbeiten. Eine unruhige Zeit, die ihn zum überzeugten Pazifisten machte. Mut und tiefe innere Überzeugung erforderte seine Gewissensentscheidung, 1966 den Wehrdienst mit der Waffe und den Fahnenjude zu verweigern. Acht Monate Haft und der Einsatz als Bausoldat waren die Folge.

Auf dem zweiten Bildungsweg studierte er Theologie und arbeitete als Pfarrer und Kreis-Jugendpfarrer in verschiedenen Berliner Gemeinden. Von sich selbst sagt er: „Je mehr die Sorgen und Nöte vieler anderer mich belasteten, desto zorniger wurde ich.“ So wuchs sein Engagement: Er organisierte u.a. Bluesmessen für Jugendliche mit immensem Zulauf. Das Misstrauen auf Seiten der Stasi stieg, die massive Beobachtung begann. 1982 veröfentlichte er gemeinsam mit Robert Havemann den Berliner Appell „Frieden schaffen ohne Waffen“. Er beteiligte sich an zahlreichen Aktivitäten kirchlicher Friedens- und Menschenrechtsgruppen. Schließlich wurde er mit der Wahl zwischen Haft und Abschiebung konfrontiert. Eppelmann entschied sich für das Bleiben, nur dank seiner Bekanntheit entging er der drohenden Inhaftierung. Seit der friedlichen Revolution ist Eppelmann in vielen politischen Funktionen aktiv: 1989 war er Mitbegründer, später dann Sprecher und Vorsitzender der Partei Demokratischer Aufbruch (DA) und Vertreter am Zentralen Runden Tisch. 1990 war Eppelmann Minister ohne Geschäftsbereich in der zweiten Regierung Hans Modrow, Abgeordneter der Volkskammer in der Fraktion CDU/DA und ab April 1990 Minister für Abrüstung und Verteidigung in der Regierung Lothar de Maizière. Seit 1990 ist Eppelmann Mitglied der CDU, er war u.a. Bundesvorsitzender der CDA in der CDU, Mitglied des Bundesvorstands und Präsidiumsmitglied der CDU. Dem Einsatz für Freiheit und Menschenrechte gilt sein Wirken: Über sechs Jahre war er Vorsitzender der beiden Enquete-Kommissionen des Deutschen Bundestags „Zur Aufarbeitung von Geschichte und Folgen der SED-Diktatur in Deutschland“. Ferner war er Mitglied im Ausschuss für Menschenrechte und humanitäre Hilfe sowie stellvertretendes Mitglied im Ausschuss für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.



**Cem Özdemir**

Bundesvorsitzender, Bündnis 90/Die Grünen

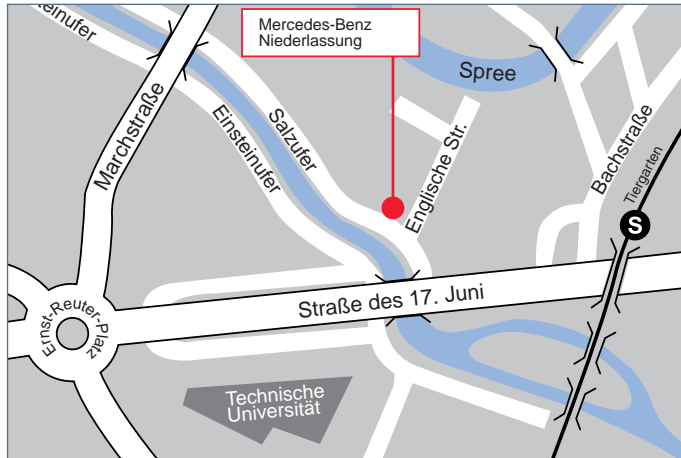
Als Bundesvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen gilt Özdemirs besondere Aufmerksamkeit u.a. der Behandlung ökologischer und ökonomischer Fragen im Rahmen eines „Green New Deal“ und dem Thema bildungspolitischer Reformen. Als Erzieher ausgebildet, schloss er 1994 sein Studium der Sozialpädagogik in Reutlingen ab. 1981 trat er der Partei Die Grünen bei (heute: Bündnis 90/Die Grünen). Zwischen 1989 und 1994 war er Mitglied im Landesvorstand der Grünen in Baden-Württemberg, wo er heute im Kreisverband Stuttgart beheimatet ist. 1994 wurde Özdemir als erster Abgeordneter türkischer Herkunft in den Deutschen Bundestag gewählt, dem er zwei Legislaturperioden lang bis 2002 angehörte. Zwischen 1998 und 2002 war er innenpolitischer Sprecher seiner Fraktion und wirkte in dieser Zeit an der Reform des Staatsangehörigkeitsrechts mit, die 2000 in Kraft trat.

Im Jahr 2003 war er als „Transatlantic Fellow“ beim US-Think Tank German Marshall Fund of the US, Washington DC. In dieser Zeit befasste er sich mit den transatlantischen Beziehungen und mit der politischen Selbstorganisation ethnischer Minderheiten in den USA und Europa.

Von 2004 bis 2009 war Cem Özdemir Abgeordneter des Europäischen Parlaments (Die Grünen / Freie Europäische Allianz). Er war außenpolitischer Sprecher seiner Fraktion, Berichterstatter des Parlaments zu Zentralasien und Vize-Präsident des CIA-Sonderausschusses („Nichtständiger Ausschuss zur behaupteten Nutzung europäischer Staaten durch die CIA für die Beförderung und das rechtswidrige Festhalten von Gefangenen“), dessen Abschlussbericht im Februar 2007 vom Europäischen Parlament angenommen wurde.

Für seinen gesellschaftlichen Beitrag ist er vom World Economic Forum im Jahr 2002 zum „Global Leader for Tomorrow“ ernannt worden. 1996 erhielt er die Theodor-Heuss-Medaille und den Civis Media-Preis für seine Integrationspolitik und seinen Einsatz für ein vorurteilsfreies Zusammenleben von Deutschen und Migranten. 2009 verlieh ihm die türkische Universität Tunceli die Ehrendoktorwürde für sein Engagement für eine Verständigung der Kulturen. Cem Özdemir ist u. a. Mitglied im Politischen Beirat des Bundesverbandes Mittelständische Wirtschaft (BVMW) und Gründungsmitglied des European Council on Foreign Relations (ECFR).

# Organisatorisches



## Veranstaltungsorte

### Tagesveranstaltung

26. Mai 2011  
Maybach-Center in der  
Mercedes-Welt am Salzufer Berlin  
Salzufer 1  
10587 Berlin-Charlottenburg

### Vorabend

25. Mai 2011  
Alte Nationalgalerie  
Bodestraße 1–3  
10178 Berlin



## Für Übernachtungen empfehlen wir:

Wir haben für Sie in folgenden Hotels Zimmerkontingente reserviert, die Sie bis zum 25. April 2011 unter dem Stichwort „Marken-Summit“ abrufen können. Bitte nehmen Sie Buchung und Abrechnung selbst vor.

### MARITIM proArte Hotel

Friedrichstraße 151  
10117 Berlin  
Telefon: (030) 20 33 - 44 10  
[www.maritim.de](http://www.maritim.de)  
Übernachtung mit Frühstück (EZ): 105 €

### Grand Hyatt Berlin

Marlene-Dietrich-Platz 2  
10785 Berlin  
Telefon: (030) 25 53 - 12 12  
[www.berlin.grand.hyatt.com](http://www.berlin.grand.hyatt.com)  
Übernachtung mit Frühstück (EZ): 215 €

### The Regent

Charlottenstraße 49  
10117 Berlin  
Telefon: (0 30) 20 33 - 66 66  
[www.theregentberlin.com](http://www.theregentberlin.com)  
Übernachtung mit Frühstück (EZ): 220 €

### Hotel Adlon Kempinski Berlin

Unter den Linden 77  
10117 Berlin  
Telefon: (0 30) 22 61 - 11 11  
[www.hotel-adlon.de](http://www.hotel-adlon.de)  
Übernachtung mit Frühstück (EZ): 239 €

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

Bildnachweis/Quellen:  
Titelbild: © FOTOLIA [www.fotolia.de](http://www.fotolia.de), eka  
Seite 6: © bpk/Foto: Hans Christian Krass  
Seite 8: © Nehberg

Seite 10: © Foto: misterQM/photocase.com  
Seite 12: © Foto: Dan Kuta/photocase.com  
Seite 16: © istockphoto.com/Paperboat  
Seite 17: © Bundesstiftung Aufarbeitung/Barbara Seyerlein;  
Vita im Wesentlichen zitiert nach: Helmut Müller-Enbergs  
u.a. (Hg.): Wer war wer in der DDR? Berlin 2000, S. 190f.

# Mit freundlicher Unterstützung von

---

## Wir danken unseren Fachbeiräten

**Professor Dr. Christian Belz**  
Universität St. Gallen,  
Geschäftsführender Direktor, Institut für Marketing



**Gabriele Eick**  
Vorsitzende des Kuratoriums, MC Frankfurt  
Vizepräsidentin, Deutscher Marketing-Verband



## Förderer



MUSEUM & LOCATION  
VERANSTALTUNGSGESELLSCHAFT  
DER STAATLICHEN MUSEEN ZU BERLIN MBH

S M  
B Staatliche Museen  
zu Berlin

## Medienpartner

**Frankfurter Allgemeine**  
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

kommunikationsmanager  
www.kommunikationsmanager.com

Deutsche Post DHL

**Doyle Dane Bernbach** Group

**FPS** RECHTSANWÄLTE & NOTARE

**Interbrand**



Mercedes-Benz