

Presse-Information

Wie man Marken nach oben bringt – auch in der Krise

1. Pionier-Konferenz für Markenführung in Zürich und München

Berlin, 17. Dezember 2008 – Wahre Pioniere führen ihre Marke zum Erfolg. Das ist die Botschaft von »Marke am Gipfel«, der ersten Pionierkonferenz für Markenführung, die am 10. März 2009 in Zürich und am 31. März 2009 in München stattfindet.

Bergpioniere meistern enorme Risiken. Um auf anderen Wegen zum Gipfel zu gelangen, müssen sie wissen, was sie können und wo sie stehen. Nur so können sie neue und riskante Routen planen und gehen. Unternehmen gehen in der Markenführung vergleichbare Risiken ein wie Bergsteiger – bei der kleinsten Unachtsamkeit droht der Absturz. Insofern kann die Markenwelt – gerade in wirtschaftlichen Krisenzeiten – vom Know-how der Alpinisten profitieren: Wer seine Marke sicher nach ganz oben bringen will, muss zunächst die Position seiner Marke bestimmen, die Markenziele definieren, die perfekte Route ausfindig machen und die Marke sicher und kontrolliert nach oben bringen. Erst dann kann er an der Spitze nachhaltige Markenerträge realisieren.

Genau diesen Weg an die Spitze erschließt »Marke am Gipfel«. Die Pionier-Konferenz vermittelt Praxiswissen, konkrete Schritte und DOs and DON'Ts der Markenführung. Sie untersucht, was eine Pioniermarke auszeichnet, welche Marken am Gipfel sind, wie sie nach oben gekommen sind, wer abgestürzt ist und aus welchen Gründen. Schwerpunkte sind u.a. ein sicherer Budgeteinsatz durch Priorisierung knapper Ressourcen, ein individuelles Self-Assessment der eigenen Markenführung und 25 tiefgründige Analogien zwischen Erstbesteigung und Markenführung mit konkreten markentechnischen Implikationen.

Referenten sind Dr. Christine Wichert, Wirtschaftswissenschaftlerin und Pionierin der empirischen Markenpositionierung, und Ueli Steck, einer der besten Bergsteiger der Welt (aktueller Speed-Rekordhalter an der Eigernordwand). Gemeinsam haben sie fünf »Etappen« entwickelt, über die man Marken planvoll an die Spitze führt. Dabei sind Wichert und Steck sich einig: In der Krise schaut man nicht in den Abgrund. Denn: »Das Ziel ist oben.«

Zielgruppe von Marke am Gipfel sind Unternehmer, General Manager und Geschäftsführer aus der Industrie, Marketingverantwortliche mit Führungsverantwortung, betriebliche Marktforscher und Markenverantwortliche, Kommunikationsverantwortliche sowie Fach- und Führungskräfte von Marken- und Marketing-Dienstleistern.



Über Dr. Christine Wichert, M.B.A.

Dr. Christine Wichert ist Geschäftsführerin von Logibrand – die Beratung für logische Markenführung. Die Wirtschaftswissenschaftlerin war Top-Management-Beraterin bei der Boston Consulting Group und leitete die Markt- und Trendforschung der BMW Group. Für Airbus und Hilti steuerte sie als Senior Vice President das Brand Management. In ihrem Buch »Die Logik der Marke« weist Wichert nach, dass die Wertschöpfung durch Markenführung plan- und umsetzbar ist. Wichert ist international gefragte Referentin und Dozentin, zum Beispiel bei den Baden-Badener Unternehmengesprächen, an der FH St. Gallen und der Hochschule Liechtenstein.

Über Ueli Steck

Viele Alpin-Experten halten Ueli Steck (Jahrgang 1976) für den besten Bergsteiger der Welt. Im Frühjahr 2008 bestieg er die Eigernordwand solo in 2 h 47 min und stellte damit den neuen Speed-Weltrekord auf. 2005 wurde er vom Bergsteiger-Magazin »Climb« zum besten Bergsteiger Europas gewählt. 2008 erhielt er den Eiger Award, den Oscar des Bergsteigens. Für die selbstlose Rettungsaktion zweier in Not geratener Bergsteiger an der Annapurna im Himalaya wurde er mit dem Prix Courage ausgezeichnet.

Über Marke am Gipfel

Marke am Gipfel ist eine gemeinsame Veranstaltung von Logibrand – die Beratung für logische Markenführung und SWOP. Medien und Konferenzen. Konferenzpartner ist die GMS Markenagentur. Medienpartner sind acquisa – Das Portal für Marketing und Vertrieb, brainGuide – DAS EXPERTENPORTAL, brandeins, markenlexikon.com, Marketing Review St. Gallen, das KMU-Magazin, persönlich – Die Zeitschrift für Unternehmensführung, Marketing und Kommunikation, das Magazin Slanted, die Jungfrau Region Marketing AG, das Bodenseeland, der Schweizer Alpenclub und Swiss Marketing (SMC).

Pressekontakt

Sven Nagel

Projektleiter MBA Konferenz

T 030-531 47 37-22 | sn@swop-berlin.de

SWOP. Medien und Konferenzen | Ziegelstraße 29 | D-10117 Berlin

