

Produktmanagement und Markenführung in der Energiewirtschaft

Zukunftsfähige Erfolgskonzepte für Ihr Marketing

- ✓ Szenarien der zukünftigen Energiemärkte
- ✓ Aktives Produktmanagement: Produktentwicklung und -differenzierung
- ✓ Markenaufbau und konsequente Implementierung
- ✓ Kooperationen und Zusammenschlüsse für eine bessere Marktposition
- ✓ Einsatz von Werbung und integrierte Kommunikationsstrategie
- ✓ Stakeholderkonzept für die Energiewirtschaft

Profitieren Sie von Top-Praxisberichten:

- Einführung des Stromproduktes „Jürgen“
- Das Markenkonzept von E.ON
- Marketing im europäischen Vergleich



Ihre Referenten:

Lothar Keite,
Inhaber,
Institut **effibrain**



Dr. Almut Kirchner,
Marktfeldleiterin Energie- und Klimaschutzpolitik,
Prognos AG



Timm Degenhardt,
Senior Vice President Marketing & Sales,
E.ON AG



Frank Schrader,
Managing Director,
Grey Worldwide GmbH



Eva-Susanne Ellminger,
Leiterin Marketing und Öffentlichkeitsarbeit,
Stadtwerke Detmold GmbH



Joachim K. Knollmann,
Geschäftsführender Gesellschafter,
JK Werbeagentur GmbH

Erfolg im Wettbewerb um den Kunden erfordert zukunfts-fähige, marktorientierte Konzepte. Nur die Energieunter-nehmen können Kunden gewinnen und langfristig binden, die über eine hohe Professionalisierung der Marktbearbei-tung verfügen. Dazu gehören eine konsequente Markenbil-dung und ein professionelles Produktmanagement. Unsere Konferenz beleuchtet alle Schritte des Produktmanage-ments, von der Marktanalyse über die Produktentwicklung bis zu europäischen Trends, und gibt Leitlinien für die Mar-kenführung. Diskutieren Sie mit Vertretern erfolgreichen Energieunternehmen die Umsetzung des Markenaufbaus und der entsprechenden Kommunikationsstrategie!

Der Innovationsworkshop „Kreativitätstechniken für erfolg-reiche Werbe- und Produktideen!“ vermittelt Schlüsseltech-niken für die Ideenfindung und legt die Grundlagen für einen Wandel zum innovativen Unternehmen. Praktische Beispiele und konkrete Übungen zur Entwicklung von Werbe- und Produktideen stehen im Mittelpunkt des Semi-nars. Bringen Sie gerne eigene Frage-/Aufgabenstellungen mit in den Workshop!

Mittwoch, 26. August 2009

Fachliche Leitung: Lothar Keite,
Inhaber, Institut **effibrain**, Hamburg

9.00 Begrüßung durch Management Forum Starnberg und den Konferenzleiter, Agenda, Zielsetzung

9.15 Herausforderung Marketing in der Energiewirtschaft

- Wie werden sich die Märkte entwickeln?
Was verlangt der Kunde in Zukunft?
- Müssen die Angebote neu verpackt oder neue Pakete geschnürt werden?
- Wie kann der Kunde erreicht und gebunden werden?
- Sind Markenbildung und Markenführung wirklich wichtig?
- Wie sind alle Beteiligten unter einen Hut zu bekommen?

Lothar Keite

Marktanalyse und Marktvorhersage

9.45 Szenarien für die Energiemärkte bis 2020 (und darüber hinaus)

- Szenarien für den Energiegipfel bis 2020
 - Politische und technische Rahmenbedingungen
 - Entwicklung der Nachfrage
 - Stromangebot, Kraftwerkspark

- Entwicklungen seit dem letzten Gipfel:
 - Aktuell umgesetzte politische Instrumente, voraussichtliche Auswirkungen
 - Politische Entscheidungen auf EU-Ebene und ihre Auswirkungen
- Jenseits von 2020 – Schlussfolgerungen aus den ambitionierten Klimazielen bis 2050
- Chancen und Risiken für die Unternehmen im aktuellen und im zu erwartenden Umfeld, alte und neue Produkte und Dienstleistungen

Dr. Almut Kirchner, Marktfeldleiterin Energie- und Klimaschutzpolitik, Prognos AG, Basel

10.45 Kommunikations- und Kaffeepause

11.15 Herausforderungen für Unternehmen

- Veränderungen, die auf die Unternehmen zukommen:
 - Der neue Konsument
 - Die neuen Möglichkeiten
 - Die neuen Anforderungen

Lothar Keite

11.45 Segmentierung als Grundlage effizienten Marketings

- Unterteilung der Zielgruppen als ökonomisches Gebot
 - Vergleich Gießkanne vs. Gartenschlauch
 - Ziele, Kriterien, Regeln für eine Unterteilung von Haushalts- und Gewerbekunden
 - Differenzierte Marktbearbeitung für bessere Ergebnisse
- Folgerungen:
 - Welche Chancen und Risiken bieten die Märkte?
 - Wer kann welche Stärken in die Waagschale werfen? Wer hat welche Schwächen zu meistern?
 - Stärken bei positiven Marktaussichten für die interessantesten Zielgruppen ausspielen!

Lothar Keite

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Aktives Produktmanagement

14.00 Klassisches Produktmanagement – Übertragung auf die Energiewirtschaft?

- Der Produktmanager als Verantwortlicher zwischen Kundengruppe und Unternehmensangebot
- Herausforderung – Heutige Angebote schaffen nicht den Umsatz, um die Existenz morgen zu sichern: Strukturierung, Wachstumsmöglichkeiten
- Was heißt Produkt, was Service, was Dienstleistung?
- Produktaktualisierung, -differenzierung und -entwicklung

- Modulbildung
- Produktpolitik ist die erste Aufgabe des Marketings!

Lothar Keite

14.45 Einführung des Stromproduktes „Jürgen“

- Wie kann ich aus Strom ein Produkt machen?
- Wie kann ich das Produkt einführen?
- Wie läuft die Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur?

Eva-Susanne Ellminger, Leiterin Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Stadtwerke Detmold GmbH

Joachim K. Knollmann, Geschäftsführender Gesellschafter, JK Werbeagentur GmbH, Bielefeld

15.30 Produktentwicklung in der Energiewirtschaft

- Grundlagen des Innovationsmanagements
- Stufenweise Angebotsentwicklung: Kernprodukt, begleitende Services und Dienstleistungen
 - Kann das Kernprodukt anders vermarktet werden? Ist es mit einer Umformulierung zu Energiedienstleistungen getan?
 - Was verstehen Kunden unter Service und Dienstleistungen?
 - Was passt zum Unternehmen? Wo sind Suchfelder?
 - Technische Möglichkeiten nutzen: Smart Metering
- Systematisches Innovationsmanagement als Erfolgsgrundlage

Lothar Keite

16.00 Kommunikations- und Kaffeepause

16.30 Blick über den Tellerrand: Was läuft in Europa?

- Wie kann und soll Produktmanagement die Markenbildung unterstützen?
- Welche „implementation gaps“ sehen wir in diesem Prozess? Gibt es hier Unterschiede in Europa?
- Welche Voraussetzungen werden in Europa geschaffen, um Produktmanagement und Markenbildung voranzutreiben?

Timm Degenhardt, Senior Vice President Marketing & Sales, E.ON AG, Düsseldorf

17.15 Kooperationen und Zusammenschlüsse für eine bessere Marktposition

- Wann sind Kooperationen vorteilhaft aus Sicht der Marktbearbeitung?
- Was bedeuten Zusammenschlüsse für das Marketing?

Lothar Keite

17.45 Zusammenfassung Produktmanagement in der Energiewirtschaft

- Produktmanagement auf Basis einer guten Marketinganalyse
- Rezepte, Checklisten

Lothar Keite

18.00 Ende des ersten Konferenztages und Get-Together

Management Forum Starnberg lädt Sie herzlich ein zum Dialog mit Referenten und Teilnehmern – eine Gelegenheit für Erfahrungsaustausch und Kontakte.

Donnerstag, 27. August 2009

Fachliche Leitung: Lothar Keite

Markenbildung in der Energiewirtschaft

9.00 Anforderungen guter Vermarktung: Marke und Kommunikation

- Wettbewerbsmärkte – Dominanz der Vermarktung
- Keine Vermarktung ohne Vertrauen – Markenbildung
- Was erwarten die Kunden? Welche Markenpersönlichkeit passt in die Energiewirtschaft? – Positionierungsmöglichkeiten
- Erfahrungen und Erkenntnisse zur Markenbildung von Energieunternehmen:
 - Geschickte und ungeschickte Markenbildungen anhand von Beispielen
 - Untersuchungsergebnisse
 - Folgerungen für Markenbildung und -führung

Lothar Keite

9.30 Aufbau einer Marke – Hat Strom eine Farbe?

- Die Ausgangssituation: Von Namen zu Marken
- Das Markenkonzept von E.ON
- Konsequente Implementierung nach innen und außen

Frank Schrader, Managing Director, Grey Worldwide GmbH, Düsseldorf

10.30 Kommunikations- und Kaffeepause

11.00 Integrierte Kommunikation

- Alle Kommunikationsmaßnahmen müssen einzahlen auf die Marke
- Wann ist eine Kommunikationsmaßnahme erfolgreich? – Beispiele
- Wie kann ich die Kommunikation optimieren?

- Wie kann ein Rahmen für Kommunikationsaktivitäten im Unternehmen geschaffen und durchgesetzt werden?

Lothar Keite

11.30 Marke und alternative Kommunikationsmittel

- Wandel der Kommunikation, Event-Charakter
- Erwartungen an Energieversorger: regionale Unterstützung
- Sponsoring und andere Maßnahmen im Sinne der Marke einsetzen

Lothar Keite

12.00 Einbeziehung des Internets

- Die zweite kommunikative Anforderung: E-Strategy
- Zielgruppenwahl, Inhalte und Funktion im Kommunikations-Mix
- Entwicklungen

Lothar Keite

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Anleitungen zur Markenführung

- Verankerung der Marke im Unternehmen und differenzierte Kommunikationsmaßnahmen
- Rahmen für die Aktivitäten: markendienlich, markenpassend
- Erreichen die Maßnahmen die gewünschte Positionierung? – Kriterien

Lothar Keite

14.45 Stakeholderkonzept für die Energiewirtschaft

- Marke + Produkte + Beteiligte = Erfolg
- Wer spielt mit in der Energiewirtschaft?
- Stakeholdergruppen, ihre Bedeutung und wie sie berücksichtigt werden können
- Die Beziehung von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Lothar Keite

15.30 Kommunikations- und Kaffeepause

16.00 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

- Das Marketingkonzept – wie ist es anzulegen?
- Welche Kriterien helfen, die Güte zu zeigen?
- Der Marketingplan – der Boden, auf dem alle gehen
- Zusammenarbeit mit dem Vertrieb

Lothar Keite

17.00 Ende der Fachkonferenz

Freitag, 28. August 2009

Leitung: Lothar Keite

Einführung kreatives Denken

- Grundlage: Wie entstehen Ideen?
- Ideen für Produkte, Ideen für Werbung, Ideen generell: Unterschiede? Gemeinsamkeiten?
- Der kreative Prozess
- Kreativitätskiller: Wie vermeide ich sie?

Kreativitätstechniken

- Das generelle Vorgehen
- Überblick verschiedener Kreativitätsansätze
- Praktischer Einsatz von drei Kreativitätsinstrumenten für Werbung, Kommunikationsmaßnahmen und Produktideen: Brainstorming, Bisoziation, Synektik

Einsatz von gestütztem Brainstorming

- Suchfelder festlegen
- Formulierung der Aufgabenstellung
- Ideenfindung in zwei Stufen
- Ergebnisbewertung

Nutzung von Bisoziation

- Problemstellung in anderen Dienstleistungsbranchen: Banken, Versicherungen
- Gruppenbildung
- Aufgabe und Lösungsfindung
- Übertragung auf die Energiewirtschaft
- Bewertung von Ideen für die Energievermarktung

Umsetzung von Innovationsmanagement im Unternehmen

- Phasen, Anforderungen, Steuerung, Kultur

Einführung Synektik

- Grundansatz, Spielregeln und Vorgehen

Anwendung Synektik

- Suchfelder festlegen
- Gruppenbildung
- Schrittweise Ideenfindung
- Sichtung der Ergebnisse und Bewertung
- Zusammenstellung der Ergebnisse aus allen drei Runden
- Vergleich der Resultate
- Bewertung
- Welches Verfahren für welche Aufgabe?

Zeitlicher Ablauf:

- 9.00** Beginn des Workshops
- 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- 16.30** Ende des Workshops

Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden während der Veranstaltung festgelegt.


Informationen


Zielgruppe

Die Fachkonferenz ist besonders relevant für Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung sowie Führungskräfte der Bereiche Marketing, Vertrieb, Unternehmensentwicklung, Produktmanagement, Werbung und Kommunikation aus der Energiewirtschaft.


Anmeldung

So melden Sie sich an:

 per Telefon:
08151/27 19-0

 per Telefax:
08151/27 19-19

 per E-Mail:
info@management-
forum.de

 per Internet:
www.management-
forum-starnberg.de

 Management Forum Starnberg GmbH
Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg

Teilnahmegebühr

Jede Anmeldung wird von der Management Forum Starnberg GmbH schriftlich bestätigt. Die Gebühr für die zweitägige Konferenz beträgt € 1.695,- zzgl. 19% MwSt. Der Preis für den eintägigen Innovationsworkshop beträgt € 1.095,- zzgl. 19% MwSt. Bei gemeinsamer Buchung berechnen wir für die dreitägige Veranstaltung € 2.095,- zzgl. 19% MwSt. – **Sie sparen also fast € 700,-.**

In der Teilnahmegebühr sind enthalten: Mittagessen, Getränke und Arbeitsunterlagen. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir **ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass**. Sie erhalten nach Eingang der Anmeldung die Teilnahmebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahme an der Veranstaltung setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

Registrierung

Der Veranstaltungscouter ist ab 8.15 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Veranstaltungsbeginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

Termin und Ort

26. bis 28. August 2009

Steigenberger Hotel Metropolitan

Poststraße 6

60329 Frankfurt/M.

Telefon Reservierungszentrale: 069/370033-00

Telefax: 069/370033-33

Zimmerpreis: € 160,- inkl. Frühstück

Zimmerreservierung

Für die Konferenz und den anschließenden Workshop-Tag steht Ihnen im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg vor.

Rücktritt

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 11. August 2009 schriftlich bei Management Forum Starnberg eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer verspäteten Abmeldung wird die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Management Forum Starnberg

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte steht Management Forum Starnberg für

- professionelle Planung, Organisation und Durchführung
- aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte
- Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
- viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

Inhouse-Schulungen

Zu diesen und vielen weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gern ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot.

Ihr Ansprechpartner:

Peter Bartl, Telefon: 0 81 51/27 19-0

E-Mail: peter.bartl@management-forum.de

Anmeldung unter Fax 0 81 51/27 19-19 oder www.management-forum.de/energie

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg

Ja, hiermit melde ich mich an für die/den

Fachkonferenz **Produktmanagement und
Markenführung in der Energiewirtschaft**

26. und 27. August 2009 in Frankfurt/M.

Innovations-Workshop **Kreativitätstechniken
für erfolgreiche Werbe- und Produktideen**

28. August 2009 in Frankfurt/M.

1. Name _____ 2. Name _____

Vorname _____ Vorname _____

Position _____ Position _____

Abteilung _____ Abteilung _____

Firma _____

Straße/PF _____ PLZ / Ort _____

Telefon _____ *Telefax _____

*E-Mail _____

Branche _____ Beschäftigtenzahl: ca. _____

Datum _____ Unterschrift _____

**Management Forum
Starnberg GmbH
Frau Nina Floßmann
Maximilianstraße 2b
D-82319 Starnberg**

X 4654 / 4655

Sollten Sie Ihre Anmeldung bis spätestens 11. August 2009 stornieren (schriftlich bei uns eingehend), berechnen wir Ihnen eine Bearbeitungsgebühr von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person. Bei Nichterscheinen bzw. bei einer verspäteten Absage ist die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. *Mit der Nennung Ihrer E-Mailadresse und/oder Faxnummer erklären Sie sich einverstanden, dass wir Sie auch per E-Mail und/oder Fax über unser aktuelles Angebot informieren dürfen.

Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax!

Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch per Fax über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

Antworten Sie per Fax: 08151/2719-19

Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren

Name _____

Vorname _____

Position _____

Abteilung _____

Firma _____

Straße/PF _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____

Branche _____

Beschäftigtenzahl: ca. _____

Datum _____

Verbindliche Unterschrift _____