



Branding Gipfel 2009

11. - 13. Oktober 2009 | Fairmont Le Montreux Palace | Montreux | Schweiz | www.brandinggipfel.com

Sonntag, 11. Oktober 2009		
10:00-12:00	Registrierung	Léman C
12:00-13:00	Mittagessen	La Coupole
13:00-13:15	Eröffnung durch den Veranstalter Jens Frenkel , Summit Producer, marcus evans Ltd.	Léman B
	Eröffnung durch den Vorsitzenden Professor Dr. Christoph Burmann , Inhaber des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement (LiM), Universität Bremen	Léman B
13:15-14:00	Keynote Präsentation Vertikales Marketing Thorsten Grönlund , Geschäftsführer Produkt, Marketing, Vertrieb, s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG	Léman B
14:00-14:45	Keynote Präsentation Markenführung in Krisensituation - Ist die Marke durch ein Markenmanagement in Krisenzeiten überhaupt noch führbar? Welchen Beitrag leistet die Marke zur Krisenbewältigung? Dr. Andreas Bierwirth , Vorstand & Chief Commercial Officer, Austrian Airlines AG	Léman B
14:45-15:15	Kaffeepause mit Networking-Gelegenheiten und Briefing der Sponsoren	Léman C
15:15-17:15	Vier-Augen-Gespräche	Léman A
17:15-18:00	Case Study Präsentation Der Markenlaunch von Sky Ingeborg Bönitz , Head of Brand Management, Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG	Léman B
	Case Study Präsentation Emotional Branding in der Investitionsgüterindustrie - Auf Kopf und Bauch des Kunden zielen Dr. Andreas Bauer , Director Marketing, KUKA Robot Group	Rochers-de-Naye
18:00-18:45	Case Study Präsentation „Das Auto.“ in China Barbara Lamprecht , Director Brand Management, Volkswagen China Investment CO., LTD.	Léman B
18:45-19:30	Keynote Präsentation Neuromarketing: Neuroökonomische Forschung für das Markenmanagement Professor Dr. Peter Kenning , Inhaber des Lehrstuhls für Marketing, Head of Department, Zeppelin University	Léman B
19:30-20:15	Freizeit	
20:15-20:45	Willkommensempfang	La Coupole
20:45-22:45	Willkommensdinner	La Coupole



Branding Gipfel 2009

11. - 13. Oktober 2009 | Fairmont Le Montreux Palace | Montreux | Schweiz | www.brandinggipfel.com

Montag, 12. Oktober 2009		
07:00-08:00	Frühstück	La Coupole
08:00-09:00	Keynote Präsentation Können 150 Beats/Minute die Welt verändern? Die Nachhaltigkeitskommunikation von Coop Dr. Thomas Schwetje , Leiter Marketing/Services & Mitglied der Direktion, Coop Schweiz	Léman B
09:00-09:45	Case Study Präsentation Return on Communication Investments - oder Kommunikation muss sich lohnen André Schloemer , Vice President Brand Management, Telefónica O₂ Germany GmbH & Co. OHG	Léman B
	Case Study Präsentation Digital Branding: aktuelle Insights und Trends für die strategische Markenführung Horst Liebetrau , International Ambassador, The Webby Awards	Rochers-de-Naye
09:45-10:30	Case Study Präsentation Rebranding einer großen IT-Marke Albert Brenner , Direktor Marketing und CRM Zentraleuropa, Xerox GmbH	Léman B
	Case Study Präsentation Erfolgskonzepte und Ansatzpunkte zu neuen Wegen im traditionellen deutschen Biermarkt Tobias Schultheis , Brand Marketing Director, Carlsberg Deutschland Markengesellschaft mbH	Rochers-de-Naye
10:30-10:45	Kaffeepause mit Networking-Gelegenheiten	Léman C
10:45-12:45	Vier-Augen-Gespräche	Léman A
12:45-13:45	Mittagessen	La Coupole
13:45-14:30	Case Study Präsentation auto emoción: Automobile Leidenschaft mit spanischem Temperament - Positionierung und Marketingstrategie der Marke SEAT Rainer Koch , Leiter Marketing, SEAT Deutschland GmbH	Léman B
	Case Study Präsentation Markenbildung im B2B Christian Kahl , Vice President Marketing, Voith Industrial Services Holding GmbH	Rochers-de-Naye
14:30-15:15	Case Study Präsentation Was haben Schmierstoffe mit Fußball zu tun? - Neues Markenimage von Castrol Christoph D. Kröger , Marketing Director Central Europe, Deutsche BP AG	Léman B
	Case Study Präsentation Vom Hamburger Paketversand zum globalen Multi-Channel Fulfilment Dienstleister - Anforderungen an die Markenführung Dr. Fiona Lehmann , Head of International Marketing Communications, Hermes Europe GmbH	Rochers-de-Naye
15:15-15:30	Kaffeepause mit Networking-Gelegenheiten	Léman C
15:30-17:30	Vier-Augen-Gespräche	Léman A
17:30-18:15	Case Study Präsentation Emotionalisierung von Marken über Sponsoring: Luca Toni und Franck Ribéry in „The Grand Final“ - ein Sponsoring 2.0 Case Dr. Christian Deuringer , Vice President Global Brand Building, Allianz SE	Léman B
	Case Study Präsentation Bremen erleben - Innovative Markenführung und Markenpflege der Stadt Bremen Dr. Klaus Sondergeld , Geschäftsführer, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH	Rochers-de-Naye
18:15-19:15	Keynote Präsentation Power Brand St. Moritz - Hintergrund, Ausblick und Perspektiven Dr. Hanspeter Danuser , Markenbotschafter, St. Moritz	Léman B
19:15-20:00	Freizeit	
20:00-20:30	Empfang	La Coupole
20:30	Dinner	La Coupole



Branding Gipfel 2009

11. - 13. Oktober 2009 | Fairmont Le Montreux Palace | Montreux | Schweiz | www.brandinggipfel.com

Dienstag, 13. Oktober 2009		
07:30-08:30	Frühstück	La Coupole
08:30-09:15	Keynote Präsentation 1899 Hoffenheim: Prozesse - Emotionen - Markenaufbau Jochen A. Rotthaus , Geschäftsführer, TSG 1899 Hoffenheim Fußball-Spielbetriebs GmbH	Léman B
09:15-10:00	Case Study Präsentation Differenzierungsstrategie am Beispiel von TUI Cruises - Einführung einer neuen Kreuzfahrtmarke Ina zur Oven-Krockhaus , Leiterin Markenführung, TUI Travel PLC	Léman B
	Case Study Präsentation Premium AEROTEC: Neuer Markenlaunch im EADS Konzern - Umsetzung, Probleme und Ergebnisse der Branding Initiative Manfred Knappe , Vice President & Head of Communications and Public Affairs, Premium AEROTEC GmbH	Rochers-de-Naye
10:00-10:15	Kaffeepause mit Networking-Gelegenheiten	Léman C
10:15-11:45	Vier-Augen-Gespräche	Léman A
11:45-12:30	Case Study Präsentation Von der Traditionsmarke zur Moderne Georg Thaller , Geschäftsführer, Fissler GmbH	Léman B
12:30-13:15	Keynote Präsentation User Generated Branding - Konzept und Erfolgswirkungen Professor Dr. Christoph Burmann , Inhaber des Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement (LiM), Universität Bremen	Léman B
13:15-13:30	Abschließende Worte des Vorsitzenden Was hat uns der Branding Gipfel gebracht: Die fünf wichtigsten Learnings zur Steigerung ihres Markenerfolgs Professor Dr. Christoph Burmann - anschließend Verlosung unter den eingereichten Bewertungsbögen - Ein Wochenende für zwei Personen im Fairmont Le Montreux Palace	Léman B
13:30-14:30	Mittagessen	La Coupole