

# Digital Branding

Strategie und Praxis der Markenführung im Zeitalter der digitalen Gesellschaft

## Strategische Markenführung 2020

- > Wie Sie Ihre Marke fit für den Digitalen Wandel machen

## Digitale Revolution

- > Stärken Sie die neue Beziehung zwischen Marke und Konsument

## Branding und Customer Journey

- > Entwickeln Sie Konsumenten aktiv zu Fans und Markenbotschaftern

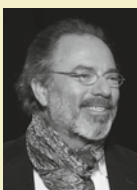
## User- und Brand-Experience im Kontext von Digital Branding

- > Machen Sie Ihre Markenwebsites zum Marken-, Dreh- und Angelpunkt

## **SPECIAL:**

Die Zukunft Ihrer Marke gestalten – Sie entwickeln im Workshop konkrete, digitale Konzepte und Innovationen für Ihre Marken, Produkte und Dienstleistungen

## IHR SEMINARLEITER



Prof. Hansjörg Zimmermann,  
Hochschule Macromedia

## IHRE PRAXISREFERENTEN



Sebastian Daume,  
ISO-Gruppe



Alexander Mai,  
DERTOURISTIK  
Online



Erik Podzuweit,  
Scalable Capital  
Vermögensver-  
waltung GmbH



Raphael Schleiter,  
HypoVereinsbank AG

# SEMINARBESCHREIBUNG

Digital Branding und das Verstehen komplexer Zielgruppen wird mehr und mehr zum Schlüssel für erfolgreiches Marketing. Je stärker und je digitaler sich Marken präsentieren umso mehr steigt die Relevanz gegenüber der Zielgruppen, die mit tradierten Markenversprechen und -verhalten nichts mehr anfangen können. Empfehlungsmarketing statt aggressive/aufzwingende Werbung nach altem Muster, individuelle Kommunikation der Marke statt Massenkommunikation, User-Experience statt Information Overload.

Die digitale mobile Gesellschaft erfordert neue, digitale Strategien und Innovationen. Von Marken und Unternehmen verlangen Konsumenten heute die Fähigkeit kanalspezifisch und cross-medial interagieren zu können. Wenn die Kunden „always on“ sind verlangt dies explizit nach Innovationen und Digital Wandel in der Markenführung. Egal wo Konsumenten gerade sind oder was sie gerade machen: Marken müssen sich über die Relevanz der digitalen Interaktion bewusst sein, um somit das Potenzial der digitalen Markenführung erfolgreich und effizient ausschöpfen zu können. Second und third Screens gehören inzwischen bei allen Altersgruppen zum Alltag ebenso wie soziale Medien – von Facebook, Twitter und YouTube bis hin zu Pinterest und Instagram. Die Integration dieser Kanäle kann echten Mehrwert für ihre Marke schaffen und damit die Kaufentscheidung von Konsumenten nachhaltig beeinflussen. Erleben Sie, wie man eine markenorientierte Digital Brand Journey erfolgreich plant und durchführt.

Um ihre individuellen Bedürfnisse im Vorfeld besser einschätzen und vorbereiten zu können, erhalten Sie vorab einen Fragebogen, um Ihren Praxisteil, der individuell für Ihren Cases gestaltet wird optimal vorzubereiten.

## Nach erfolgreicher Teilnahme können Sie

- > den Wert Ihrer Marke neu verankern und steigern
- > eine effiziente Digital Branding Strategie entwickeln
- > die richtigen operativen kommunikativen Maßnahmen aufsetzen
- > mit entsprechenden Tools Ihrer Marke Stabilität verleihen

Bereits im Seminar werden Sie erste, konkrete Digital Branding Aspekte erarbeiten und auf dieser Basis können Sie umgehend Ihre eigene Digital Branding-Strategien fortführen und weiterentwickeln.

## IHRE ANSPRECHPARTNERIN

**Gundula Schwan**  
Geschäftsführerin

„Ihre Fragen zur Veranstaltung beantworte ich gerne!“

Tel. (0 81 51) 27 19 28  
gundula.schwan@management-forum.de



## IHR SEMINARLEITER

**Prof. Hansjörg Zimmermann** ist Geschäftsführender Gesellschafter von DAS GOLDENE VLIES GMBH, DIGITAL BRANDING. Seit 2007 ist er Professor im Studiengang Markenkommunikation und Werbung an der Hochschule Macromedia. Hansjörg Zimmermann ist Gründer und Herausgeber von der zeitjung.de GmbH und Gründungsgesellschafter der Lablive GmbH – Gesellschaft für Mobile Education. 2015 wurde er Head Executive School und Vice Head School of Creative Arts der Hochschule Macromedia.

## IHRE PRAXISREFERENTEN

**Sebastian Daume** erweitert den Bereich Business Development um Strategie und Innovation bei der ISO-Gruppe in Nürnberg. In den letzten 10 Jahren als Konzeptmensch und Strategie hat Sebastian seine eigene digitale Agentur geleitet, als freier Berater für führende Agenturen in verschiedenen Rollen als Product Owner, Konzepter und Strategie nationale und internationale digitale Projekte unterstützt und zwei Jahre verschiedene digitale Strategiethemen DER Touristik online mit betreut. Die Themenschwerpunkte liegen bei ihm im Bereich Nutzerzentrierung, Service Design, Content-, Mobile- und CRM-Strategie.

**Alexander Mai** leitet den Bereich Strategie/User Experience/ Business Innovation bei der DER-TOURISTIK Online. Er ist seit 20 Jahren im Digital-Bereich in unterschiedlichen Umfeldern tätig und hat dabei Stationen als Manager eCommerce bei AIDA, als Berater bei Sinnerschrader und Ogilvy sowie als selbständiger Strategie für unterschiedliche internationale Unternehmen durchlaufen. Er hat dabei Erfahrungen aus über 80 Projekten in Commerce, CRM und Human Resources gesammelt.

**Erik Podzuweit** ist Gründer und Geschäftsführer von Scalable Capital, einem der führenden digitalen Vermögensverwalter in Europa. Erik Podzuweit hat langjährige Erfahrung im Finanzbereich und im Aufbau digitaler Geschäftsmodelle. Er war zuletzt als Co-CEO für das Deutschlandgeschäft von Westwing Home & Living verantwortlich. Zuvor arbeitete Erik Podzuweit 7 Jahre als Executive Director bei Goldman Sachs in London und Frankfurt. Dort betreute er Finanzinstitute im Bereich Kapitalanlagen und war für eine elektronische Handelsplattform zuständig. Erik Podzuweit studierte Betriebs- und Volkswirtschaftslehre in Kiel und Warwick und lehrte als Tutor im Bereich Statistik und Ökonometrie.

**Raphael Schleiter** ist seit 2010 Leiter Online-Marketing bei der HypoVereinsbank AG in München. Zuvor arbeitete er als Leiter Direct-Marketing und Vertrieb bei der Hubert Burda Media Group und von 2002 bis 2007 war er als Leiter Marketing/eCommerce/ Kundenservice bei der Alois Dallmayr KG tätig. Weitere Erfahrungen sammelte Raphael Schleiter in seinen Tätigkeiten als Direkt-Marketing-Manager bei der Helvetia-Versicherung und als Marketing-Manager bei Schwab Versand. Seine Expertise liegt insbesondere im Online-Marketing und eCommerce sowie in den Bereichen Multikanal-Management, Performance, Dialog-, Direkt- und Brand-Marketing.

# ERSTER SEMINARTAG

**Ihr Seminarleiter: Professor Hansjörg Zimmermann,**  
Professor für Medienmanagement Hochschule Macromedia und  
Geschäftsführer DAS GOLDFENE VLIES GmbH, München

Die Rolle der Marke im Kontext des Digitalen Wandels und die  
substanzielle Entwicklung der Marke hin zu einem Digital Brand.  
Die Schwerpunkte liegen dabei – unter Berücksichtigung diverser  
Markenstrategien – auf Technologie, Innovation, Social Media  
und dem Konsumentenverhalten der Zielgruppen. Dabei werden  
zentrale Ziele für die Digitale Markeneinführung definiert und die  
Bedeutung von Content Marketing thematisiert.

- > Klassische Markenführung. Von der Markenidentität über  
den Markenkern zum Markensteuerrad 2020.
- > Der strategische Rahmen - warming-up: Markenführung,  
User Experience und Technologie im Kontext und Grundlagen  
für Digital Branding im Rahmen der Digitalen Transformation.
- > Die Branding und Customer Journey als Ausgangspunkt für  
digitale Markenführung und der Einfluss der Digitalisierung  
auf Markenführung und Kommunikation
- > Design-Thinking als notwendiger Prozess neue Produkte,  
neue Dienstleistungen und Marken neu zu denken.
- > Der Wert und die neue Rolle von Dienstleistern und Agenturen  
mit Digital Branding Background – Tipps und Tricks: vom praxis-  
nahen Agentur-Screening mit Agenturauswahl bis hin zum  
Pitch und richtigen Dienstleistungspartner.

**Praxisbericht: „Im Auge des Orkans der Digitalen Transformation –  
Indikatoren, Implikationen und Methoden im Sturm zu segeln.“**

- > Was und warum entsteht die DT und was hat das mit unserem  
Unternehmen zu tun.
- > Woran sich erkennen lässt, dass DT für das eigene Unterneh-  
men wichtig ist?
- > Welche Gefahren gibt es?
- > Was muss die Organisation leisten können, um die DT zu  
meistern, neue Themen am Horizont.
- > Methodische Ansätze zur DT

**Alexander Mai,** Director UX/Strategie/Business-Innovation,  
DERTOURISTIK Online

**Praxisbericht: „10 Situationen an denen Sie erkennen,  
dass Sie im Auge des digitalen Orkans sind.“**

- > Management vs. Berufseinsteiger
- > Generation Babyboomer vs. Generation y, z
- > Erfahrener Hase vs. ungeduldiger innovativer Durchstarter
- > Performance vs. Nachhaltigkeit
- > Starre Prozesse vs. agiles Denken
- > Anzug vs. T-Shirt (rasiert vs. Bart)

**Sebastian Daume,** Business Development, ISO-Gruppe

## ZWEITER SEMINARTAG

Im Fokus stehen spezifische, operative Umsetzung bzw. Anwen-  
dung der digitalen Programme und Maßnahmen Ihres Unter-  
nehmens. Diese werden gemeinsam in einer kleinen Gruppe  
erarbeitet, und erörtert.

- > Die Bedeutung von Technologie erkennen und innovativ  
Ideenansätze bewusst einsetzen
- > Digital Transformation für die Markenführung operativ einsetzen
- > Digital Brand Fit der eigenen Marke evaluieren
- > Am Beispiel von bekannten Shitstorms lernen und diese  
bewusst in positive Markenenergie umsetzen

Anschließend offene Diskussionen von best cases und worst cases  
und konkrete Ausarbeitung der Strategie im individuellen Workshop  
für die operative Umsetzung der Marken jeweiliger Teilnehmer.

**Praxisbericht: „Scalable Capital – Aufbau einer FinTech Marke  
auf dem Weg zum größten digitalen Vermögensverwalter Europas“**

- > Unternehmensvorstellung
- > Aufbau einer neuen, vertrauenswürdigen Marke im Finanz-  
bereich (Entscheidung BaFin Erlaubnis, Team, Investoren,  
Gebührenmodell)
- > Erläuterung unser Go-to-Market-Strategie und klaren  
Fokussierung auf unseren Immediate Target Customer
- > Erläuterung unser Content-Marketing-Strategie

**30. August 2017 in Starnberg: Erik Podzuweit,** Gründer und  
Geschäftsführer, Scalable Capital Vermögensverwaltung GmbH

**Praxisbericht: „Wenn die Kunden nicht zur Marke kommen,  
muss die Marke zum Kunden kommen“**

- > Wo sind die neuen Touchpoints der Banken und Finanz-  
dienstleister der Zukunft?
- > Technologien verändern das Kundenverhalten und damit muss  
sich die Marke verändern
- > Nicht die klassischen Wettbewerber sondern neue Player,  
neue Marken aus der Digitalen Welt kämpfen um die Kunden
- > Warum Apps und Tools den Weg zum Kunden ebnen und die  
Loyalität vom Kunden erhöhen
- > Wie müssen Informations- und Serviceangebot im Zeitalter  
des Digitalen Wandels angepasst werden?
- > Chancen und Herausforderung bei der Kundenbindung 4.0
- > Wie man mit Apps und Tools Mäuse fängt

**28. November 2017 in Bad Homburg: Raphael Schleiter,** Leiter  
Online-Marketing, HypoVereinsbank AG, München

## ZEITLICHER ABLAUF

### Erster Seminartag

- 9.00** Begrüßung der Teilnehmer
- ca. 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- ca. 17.30** Ende des ersten Seminartages

Zum Abschluss des ersten Seminartages lädt Management Forum  
Starnberg Sie zu einem informellen Get-together ein – eine Gelegenheit  
für Erfahrungsaustausch und Kontakte am Rande der Veranstaltung.

### Zweiter Seminartag

- 9.00** Beginn
- ca. 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- ca. 16.30** Ende des Seminars

Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des  
Seminars festgelegt.

# INFORMATIONEN

## ZIELGRUPPE

Dieses Seminar richtet an Geschäftsführer, Fach- und Führungskräfte der Bereiche Markenführung, Digital Media, Social Media, Vertrieb, Service, Kommunikation, Mobile-Communication, Kommunikation sowie Customer Relation Management und Customer Care, die ihre Rolle in der Digitalisierung verstehen wollen und nach Ideen suchen ihre Marke fit für die Zukunft zu machen.

## ANMELDUNG

> per Telefon: 0 81 51/27 19-0 > per Fax: 0 815 1/27 19-19 > per E-Mail: info@management-forum.de  
> per Internet: www.management-forum.de/digitalbranding  
> per Post: Management Forum Starnberg GmbH · Maximilianstr. 2b · D-82319 Starnberg

## TEILNAHMEGEBÜHR

Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt € 1.995,- zzgl. 19% MwSt. Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. In der Teilnahmegebühr sind die Kosten für Mittagessen, Getränke und Arbeitsunterlagen enthalten. Sollte mehr als eine Person aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir ab dem zweiten und jedem weiteren Teilnehmer 10% Preisnachlass. Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.

## RÜCKTRITT

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 75,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Veranstaltungstermin schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer verspäteten Abmeldung wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

## TERMINE UND ORTE

**29. und 30. August 2017 in Starnberg:** Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg, Münchner Straße 17, 82319 Starnberg, Telefon: 08151/4470162, Telefax: 08151/4470161, E-Mail-Reservierung: reservierung@vier-jahreszeiten-starnberg.de, Zimmerpreis € 134,- inkl. Frühstück

**27. und 28. November 2017 in Bad Homburg:** Maritim Hotel Bad Homburg, Ludwigstraße 3, 61348 Bad Homburg, Telefon: 06172/6600, Telefax: 06172/660-100, E-Mail: info.hom@maritim.de, Reservierung: 06172/660-138, Zimmerpreis € 123,- ohne Frühstück

## ZIMMER-RESERVIERUNG

Für dieses Seminar steht in den Seminarhotels ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung rechtzeitig direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg GmbH vor.

## REGISTRIERUNG

Der Seminar-Counter ist ab 8.30 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.


## MANAGEMENT FORUM STARNBERG

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte stehen wir für  
> professionelle Planung, Organisation und Durchführung > Zusammenarbeit mit namhaften Referenten  
> aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte > viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

## INHOUSE-SCHULUNGEN UND EINZEL-COACHINGS

Zu diesen und weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen und individuelle Einzel-Coachings an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot. Ihr Ansprechpartner: Peter Bartl, Tel.: +49 (0)8151/2719-0, peter.bartl@management-forum.de

## ANREISE

 Mit der Deutschen Bahn ab € 49,50 (einfache Fahrt mit Zugbindung; solange der Vorrat reicht) deutschlandweit zur Veranstaltung von Management Forum Starnberg! Infos unter: www.management-forum.de/bahn

Datenschutzhinweis: Die Management Forum Starnberg GmbH verwendet die im Rahmen der Anmeldung erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen per Post Informationen über weitere Angebote zu schicken. Wir informieren unsere Kunden außerdem telefonisch, per E-Mail oder Fax über für sie interessante Weiterbildungsangebote, die den von ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Forum Starnberg, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg, unter info@management-forum.de, oder telefonisch unter +49 (0)8151-27190 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

[www.management-forum.de/digitalbranding](http://www.management-forum.de/digitalbranding), Fax 0 81 51/27 19-19



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 das Seminar  
**Digital Branding**

- am 29. und 30. August 2017 in Starnberg  
 am 27. und 28. November 2017 in Bad Homburg

1. Name	2. Name
Vorname	Vorname
Position	Position
Abteilung	Abteilung
Firma	
Straße/PF	PLZ/ Ort
Telefon	Telefax*
E-Mail*	
Branche	Beschäftigungszahl: ca.
Datum	Unterschrift

Management Forum  
Starnberg GmbH  
Frau Christine Cooper-Busch  
Maximilianstraße 2b  
D-82319 Starnberg

Sollten Sie Ihre Anmeldung bis spätestens 2 Wochen vor dem jeweiligen Termin stornieren (schriftlich bei uns eingehend), berechnen wir Ihnen eine Bearbeitungsgebühr von € 75,- 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. Wenn Sie dies nicht wünschen, streichen Sie bitte diesen Satz.