

Der Markenverband und seine Pop-up-Denkfabrik

Unter dem Motto „**Marke 2030: Neues Denken!**“ hielt der Markenverband seine Jahrestagung in Berlin ab. Vor über 600 Gästen im ehemaligen Großkino Kosmos berichteten Markenverantwortliche, was neues Denken für sie bedeutet – sei es der Übertritt der Marke Volkswagen in das Zeitalter der Elektromobilität oder die Transformation von Philip Morris in einen „Tabakkonzern ohne Zigaretten“. Bis auf den letzten Platz gefüllt war der Saal bei der Keynote von Bundeskanzlerin Angela Merkel, die an die Markenindustrie appellierte, sich bei Themen wie Nachhaltigkeit oder Datenschutz als Vorreiter zu positionieren.



Der große Saal im Kosmos war während der Veranstaltung gut gefüllt



„Vertrauen und Marke hängen zusammen“: Bundeskanzlerin Angela Merkel sprach in ihrer Keynote unter anderem über Werbeverbote und Datenschutz



Gilbert Heise, Head of Global Brand Management, Media & Consumer Insights bei Volkswagen, sprach über die Neuaufladung der Marke



Markus Essing, Vorsitzender der Geschäftsführung und oberster Transformator bei Philip Morris Deutschland



Nach dem Konferenzteil lud der Markenverband zum gemütlichen Get-together beim Markentreff



Preisträger: Stihl-Marketingchefin Sarah Gewert und die Braceless-Gründer Björn Zäuner und Patrick Böhm (rechts)



Wie jedes Jahr volles Haus in der Alten Oper



„iPad-Magier“ und Moderator Simon Pierro, Claudio Montanini, Sarah Gewert, Kristina Vogel, Ingo Krauss, Friedrich Liechtenstein (v.l.)

600 Gäste feiern Stihl und das Start-up Braceless

Herbstzeit ist Eventzeit. Eines der kurzweiligsten Events der Branche ist die **Marken-Gala**. Das liegt nicht nur am mittlerweile legendären Marken-Quiz, das der ehemalige Top-Agentur-Manager Ingo Krauss entwickelt hat (und das es dieses Jahr besonders in sich hatte), sondern auch an der Top-Gästeliste, dem bunten Rahmenprogramm und den Preisträgern. Mit dem Goldenen Brandeisen wurde in diesem Jahr der Sägenspezialist Stihl ausgezeichnet. Für Jurypräsident Krauss ist Stihl ein außergewöhnlicher „Hidden Champion“ des deutschen Mittelstands. Der Nachwuchspreis „Frankfurter Sprungfeder“, den der Marketing Club zum fünften Mal vergab, ging an das Bad Homburger Start-up Braceless, ein Hersteller, der ein innovatives System für Zahnkorrekturen vertreibt.



Stadtrat Markus Frank begrüßt die 600 Gäste



Gabriele Eick, Executive Communications; Markus Gotta, dfv Mediengruppe; Gabriele Hässig, P&G; Marketing-Club Präsident Claudio Montanini (v.l.)



Steht Rede und Antwort: Axel Hellmann, Eintracht Frankfurt



Beim TV-Gipfel standen die Herausforderungen durch neue Plattformen im Mittelpunkt. Torsten Zarges diskutierte mit Yvette Gerner, Radio Bremen; Sascha Schwingel, Vox; Elke Walther, Sky, und Frank Zervos vom ZDF (v.l.)



N-TV-Chefredakteurin Tanit Koch im Gespräch mit Ulrich Wilhelm, Intendant des Bayerischen Rundfunks



Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, begrüßte die Gäste

Für eine neue Medienordnung

„Let’s build the Media we want!“ lautete das Motto der diesjährigen **Medientage München**. „Wir wollen darüber sprechen, was für ein Mediensystem wir haben wollen“, betonte Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, mit Blick auf die Dominanz der US-amerikanischen und chinesischen Medienkonzerne. Der traditionelle Auftakt des Branchentreffens, der Mediengipfel, wurde erstmals von N-TV-Chefredakteurin Tanit Koch moderiert – die zugab, zum ersten Mal überhaupt bei den Medientagen dabei zu sein.

Gelungene Premiere für Karrieremesse

Arbeitgeber der Branchen FMCG, Textil, Medien und Hotel treffen, Bewerbungsfotos machen, in Workshops lernen, Vorträgen lauschen, Lebenslauf checken lassen – Studenten und Young Professionals wurde bei der Premiere der **dfv-Karrieremesse „Making Future“** in Mainz viel geboten. Bei den rund 450 jungen Talenten wie den Vertretern von Firmen wie Lidl, Ferrero, Guess, C&A, Red Bull und Nestlé kamen Programm und der Industrie-Charme der Location Halle 45, einer ehemaligen Waggonfabrik, gut an. Workshops und der Bewerbungsmappencheck von AFC und Rau Consulting wurden gerne genutzt.



Facebook-Recruiting-Experte Fabian Köster im Gespräch mit Eva-Maria Schmidt, HORIZONT



Tim Dörpmund, TextilWirtschaft, befragt Alina-Sophie Borchardt, Betty Barclay Group



Marco-Polo-Workshop „User Story Mapping“ – Wie entwickelt man innerhalb einer Stunde einen Prozess, in dem die für den Endkunden relevanten USPs definiert sind?



P&G hatte sich wie 33 weitere Aussteller einen Stand gesichert, um mit den jungen Talenten ins Gespräch zu kommen – abgegrenzt wurden die Branchenbereiche durch ein Farbleitsystem bunter Bänder an Gerüststangen



Der Veranstalter dfv Conference Group hatte eine Fotografin organisiert, die Bewerbungsfotos schoss