

Positionierungs-
möglichkeiten
für Partner

Präsenz-
Veranstaltung
Mit Livestream

Aufschwung

digital. innovativ. nachhaltig.

Wie erfolgreiche Marken in die Zukunft gehen

14. Deutscher Marken-Summit // 4. Mai 2021

F.A.Z.-INSTITUT

Frankfurter Allgemeine

Mission Statement

„Innovationen geben der Zukunft eine Zukunft.“

Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger

Ohne Bezug zu den Themen Innovation, Nachhaltigkeit und Digitalisierung kann sich heute kein Unternehmen mehr erfolgreich positionieren. Neben klassischen Attributen wie Vertrauenswürdigkeit, Qualität, Preisführerschaft oder Zuverlässigkeit gewinnen Innovationen (vor allem in der digitalisierten Welt) weiter an Bedeutung. Sowohl die Digitalisierung als auch die Nachhaltigkeitsbewegung profitieren von gewinnbringenden Innovationen.

- Doch wie kann ich mich erfolgsversprechend als innovatives Unternehmen positionieren?
- Worauf kommt es an, wenn die Wirtschaft wieder Fahrt aufnimmt und neue Chancen winken?
- Welche Reputationsaspekte und Kernbotschaften fördern mein Profil als innovative Marke?
- Gibt es innovative Ansätze zur erfolgreichen Markenpositionierung in digitalen Netzwerken?
- Wie sieht heute eine „innovationsfördernde“ Visualisierung im Netz aus?
- Wie können Unternehmen innovative Maßnahmen auch im Nachhaltigkeitsbereich gewinnbringend umsetzen?

Solche Fragen beschäftigen alle Entscheider in Kommunikation und Marketing, die ihrer Zukunft eine Zukunft geben möchten.

„Wir fragen die, die es wissen sollten und leisten müssen!“

Themenschwerpunkt – Innovation | Green Technology

Mögliche Themenfelder / Vortragsthemen

- Innovationen / Innovationsführerschaft
- Green Technologies (s.u.)
- Mobilität der Zukunft
- Smart Cities / Verstädterung
- Demografischer Wandel / Gesundheit
- Umwelt / Klima / CO2 (s.u.)

Green Technologies / Umwelt- und Klimatechnik

In Zeiten der Digitalisierung und abnehmender Ressourcen spielen Green Technologies eine immer wichtigere Rolle. Mögliche Themen im Bereich:

- Herstellung / Vermarktung grüner Produkte
- Nachhaltige Mobilität
- Green Banking
- Konsumausgleich vs. grüne Innovationen
- Umwelttechnik und Ressourceneffizienz



Rahmendaten

Termin und Ort

- Termin: 4. Mai 2021
- Ort: Innovations- und Besucherzentrum Fraport, Frankfurt a. M.
- Zusätzlich digitale Übertragung via **Live-Stream**
- Moderator: F.A.Z.-Herausgeber Carsten Knop
- **Tagesveranstaltung** 9.00 – 16.00 Uhr
- **Abendprogramm mit Preisverleihung** ab 17 Uhr
 - Deutscher Image Award
 - Integrated Communications Award
 - Innovativste Marke
 - Global Ranking Champion

Kernzielgruppe / Teilnehmermarkt

- ca. 300 Teilnehmer
- Geschäftsführer, Direktoren und Vorstände aus den Bereichen Marketing bzw. Kommunikation
- Ausgewählte Marken-, Kommunikations- und CSR-Verantwortliche großer Unternehmen
- Lenker aus der Politik und Medienvertreter

Beratungsdienstleister, die nicht zum Sponsorenkreis der Veranstaltung gehören, sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Einladungsprozess und Teilnehmergebühren

Die Teilnehmerakquise findet im Rahmen **einer umfassenden Marketingkampagne** statt. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen die Netzwerke des F.A.Z.-Instituts. Des Weiteren erhalten die engagierten Unternehmen je nach gebuchtem Leistungspaket ein Ehrengastkontingent, um (Ziel-) Kunden einzuladen.

Die Teilnahme ist für die Ehrengäste und die Vertreter der Veranstalter kostenfrei.

Themenschwerpunkt

- Innovationen in Marketing und Kommunikation
- Neue Technologien und Green Technologies
- Innovative Markenpositionierung in der digitalen Welt

Basiskonzept

Der Deutsche Marken-Summit hat sich in den letzten Jahren als Leitveranstaltung für Marken- und Kommunikationsentscheider und strategische Lenker deutscher und internationaler Unternehmen entwickelt.

Am 4. Mai 2021 laden das F.A.Z.-Institut und die Frankfurter Allgemeine Zeitung wieder zum **14. Deutschen Marken-Summit** in Frankfurt am Main ein.

Im Vordergrund stehen aktuelle Fragen der strategischen Unternehmens-, Markt- und Markenpositionierung mit Blick auf den Gesamtauftritt des Unternehmens und die integrierte Kommunikation. Diskutieren Sie mit uns, wie Sie Ihr Unternehmen zum Innovationsführer machen können und mit Ihrer Marke herausragen.

Im Rahmen der Abendveranstaltung werden zudem die Preise „**Deutscher Image Award**“, „**Integrated Communication Award**“, „**Innovativste Marke**“ sowie „**Global Ranking Champion**“ verliehen.

Als inspirative Veranstaltung mit hohem inhaltlichen Niveau, profilierten Sprechern und einem spannenden Abendprogramm gilt der Deutsche Marken-Summit als Treffpunkt für Entscheider in Kommunikation und Marketing.

Werden Sie Partner beim Deutschen Marken-Summit und profitieren Sie von:

- Erreichung einer erweiterten, **hochrelevanten Zielgruppe** in den Bereichen Kommunikation, Marketing und CSR
- **Darstellung Ihrer Marke** und Ihrer Markenstrategie
- **Inspirationen, Trendimpulse** und **Innovationen** für einen zukunftsorientierten und integrierten Kommunikationsansatz

Darüber hinaus können Sie Ihre Kontakte und Ihr Netzwerk erweitern.

Programmrahmen

Der „Deutsche Marken-Summit“ ist eine Konferenz-Tagesveranstaltung mit anschließender Abend-Award-Gala inkl. Preisverleihungen.

Die Konferenz bietet ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm, hochkarätige Gäste und die Möglichkeit zum Networking.

Konferenztag:

- Keynotes
- Diskussionsrunden
- Workshops
- Demonstrationen
- Networking / Unterhaltung

Abendprogramm

Preisverleihung / Networking / Unterhaltung



Zu den Impressionen und Imagefilmen der letzten Jahre: www.marken-summit.de/rueckblick

Übergreifende Marketingaktivitäten

Vor der Veranstaltung

- Veranstaltungswebsite
- Anzeigenkampagne in den verlagseigenen Medien des F.A.Z.-Instituts (u.a. >kommunikationsmanager, Verantwortung), print & online
- Schaltung von Anzeigen in der F.A.Z. und Horizont
- Social-Media-Marketing
- Save-the-Date und Einladungsbroschüre: personalisierte Mailings an die Entscheider der Kernzielgruppen (postalisch und via E-Mail)
- Veranstaltungs-Special/Sonderteil „Kommunikationsmanager“: veröffentlicht im >kommunikationsmanager 2/2021 (ET Juni 2021); enthält einen Sonderteil zur Veranstaltung sowie redaktionelle Beiträge der Sponsoren und wird durch Anzeigenflächen finanziert
- Ergänzende Marketingaktivitäten der Kooperations- und Medienpartner
- Pressearbeit
- Newsletter im Vorfeld der Veranstaltung

Auf der Veranstaltung

- Auslage der Tagungsunterlagen / Informationsmaterialien der Mitveranstalter
- Logo-Präsenz der Mitveranstalter und Partner
- Social-Media-Aktivitäten
- Teilnehmerdialog (Handy-App)



Nach der Veranstaltung

- Nachberichterstattung in den verlagseigenen Medien des F.A.Z.-Instituts (u.a. >kommunikationsmanager, Verantwortung), print & online
- ggf. Imagefilm auf der Veranstaltungswebsite
- Thesen und ggf. Präsentationen auf der Veranstaltungswebsite
- Fotomaterial wird zur freien Verfügung gestellt
- Dankese-mail an alle Teilnehmer
- Pressearbeit

Medienpartner

Frankfurter Allgemeine Verantwortung

kommunikationsmanager

Markt
UND MITTELSTAND
DACH- & WELTMARKT

Positionierungsmöglichkeiten

Platzieren Sie Ihr Unternehmen an der richtigen Stelle!



Der „**Deutsche Marken-Summit**“ bietet Unternehmen eine Reihe von Präsentationsmöglichkeiten, um in Kontakt mit den Teilnehmern zu treten und sich in der Zielgruppe zu positionieren.

Die folgenden Leistungspakete stehen interessierten Unternehmen zur Auswahl:

- Gastgeber / Locationpartner
- Mitveranstalter
- Partner
- Supporter

Darüber hinaus sind - nach vorheriger Abstimmung - Sonderwerbformen und Upgrades möglich.

Gastgeber / Locationpartner (oberste Kategorie)

Vorbehaltlich der Verfügbarkeit, nur nach Rücksprache mit dem F.A.Z.-Institut buchbar

Gastgeber stellen ihre Räumlichkeiten oder eine entsprechend angemietete Event-Location incl. Technik (und ggf. Catering) zur Verfügung.

Sie erscheinen auf allen Unterlagen besonders herausgehoben als „Gastgeber“.

Darüber hinaus:

Mitwirkung im Programm

- Sitz und Stimme im Mitveranstalter-Beirat, der einmal pro Jahr tagt und den Deutschen Marken-Summit konzeptionell begleitet
- Teilnahme an einem Programmpunkt im Hauptprogramm/Plenum oder Ausrichtung eines Workshops (nach Absprache)
- Erstellung eines Videopodcasts, Bereitstellung des Videos zur freien Verfügung

Vor Ort

- Statement in den Tagungsunterlagen

Positionierung in der Marketing- und Pressekampagne, Teilnehmerakquise

- Prominente Logoeinbindung in allen Marketing- und Teilnehmerakquise-Maßnahmen

- Prominente Logoeinbindung und Kurzprofil im Internetauftritt inkl. Verlinkung
- Kontaktadresse und Logoeinbindung in Programm- und Einladungsbroschüre
- Einbindung in Kommunikationsmaßnahmen
- Bereitstellung von Basistexten für die Ansprache von Ehrengästen (Einladung)
- Individueller Online-Registrierungscode für Ehrengäste
- Inhaltlicher Beitrag / Anzeige im Magazin
>kommunikationsmanager

Eintrittskarten

- 10 Eintrittskarten für den Eigengebrauch (für Vertreter des Mitveranstalters, erste Führungsebene)
- 10 Ehrenkarten (nur für Vertreter der Kernzielgruppen), um Wunschteilnehmer aus dem (Ziel-)Kundenkreis einzuladen. Die Einladungsliste ist vorab mit dem Veranstalter abzustimmen

Projektdokumentation

- Bereitstellung von Fotomaterial mit rechtfreien Bildern der Veranstaltung
- Projektdokumentation der Veranstaltung

Mitveranstalterpaket

Vorbehaltlich der Verfügbarkeit, nur nach Rücksprache mit dem F.A.Z.-Institut buchbar

Mitwirkung im Programm

- Sitz und Stimme im Mitveranstalter-Beirat, der einmal pro Jahr tagt und den Deutschen Marken-Summit konzeptionell begleitet
- Teilnahme an einem Programmpunkt im Hauptprogramm/Plenum oder Ausrichtung eines Workshops (nach Absprache)
- Erstellung eines Videopodcasts, Bereitstellung des Videos zur freien Verfügung und Veröffentlichung auf der Veranstaltungshomepage

Vor Ort

- Statement in den Tagungsunterlagen

Positionierung in der Marketing- und Pressekampagne, Teilnehmerakquise

- Prominente Logoeinbindung in allen Marketing- und Teilnehmerakquise-Maßnahmen
- Prominente Logoeinbindung und Kurzprofil im Internetauftritt inkl. Verlinkung

- Kontaktadresse und Logoeinbindung in Programm- und Einladungsbroschüre
- Einbindung in Kommunikationsmaßnahmen
- Bereitstellung von Basistexten für die Ansprache von Ehrengästen (Einladung)
- Individueller Online-Registrierungscode für Ehrengäste

Eintrittskarten

- 4 Eintrittskarten für den Eigengebrauch (für Vertreter des Mitveranstalters, erste Führungsebene)
- 10 Ehrenkarten (nur für Vertreter der Kernzielgruppen), um Wunschteilnehmer aus dem (Ziel-)Kundenkreis einzuladen. Die Einladungsliste ist vorab mit dem Veranstalter abzustimmen

Projektdokumentation

- Bereitstellung von Fotomaterial mit rechtfreien Bildern der Veranstaltung
- Projektdokumentation der Veranstaltung

Partnerpaket

Vorbehaltlich der Verfügbarkeit, nur nach Rücksprache mit dem F.A.Z.-Institut buchbar

Mitwirkung im Programm

- Teilnahme an einer Paneldiskussion oder Ausrichtung eines Workshops (nach Absprache)

Positionierung in der Marketing- und Pressekampagne, Teilnehmerakquise

- Logoeinbindung in allen Marketing- und Teilnehmerakquisemaßnahmen
- Logoeinbindung im Internetauftritt inkl. Verlinkung
- Kontaktadresse und Logoeinbindung im Kongressprogramm
- Bereitstellung von Basistexten für die Ansprache von Ehrengästen (Einladung)
- Individueller Online-Registrierungscode für Ehrengäste

Eintrittskarten

- 1 Eintrittskarte zum Eigengebrauch (für Vertreter des Partners, erste Führungsebene)
- 4 Ehrenkarten (nur für Vertreter der Kernzielgruppen), um Wunschteilnehmer aus dem (Ziel-)Kundenkreis einzuladen. Die Einladungsliste ist vorab mit dem Veranstalter abzustimmen

Projektdokumentation

- Bereitstellung von Fotomaterial mit rechtfreien Bildern der Veranstaltung
- Projektdokumentation der Veranstaltung

Supporterpaket

Positionierung in der Marketing- und Pressekampagne, Teilnehmerakquise

- Logoeinbindung in Marketing- und Teilnehmerakquisitionsmaßnahmen (nach Verfügbarkeit)
- Logoeinbindung im Internetauftritt inkl. Verlinkung

Eintrittskarten

- 2 Ehrenkarten zum Eigengebrauch des Supporters für die Teilnahme eines internen Teilnehmers der ersten Führungsebene

Projektdokumentation

- Bereitstellung von Fotomaterial mit rechtefreien Bildern der Veranstaltung
- Projektdokumentation der Veranstaltung

Weitere Positionierungsmöglichkeiten nach Absprache !

Partner & Kooperationspartner 2019

Veranstalter



Frankfurter Allgemeine

Mitveranstalter 2019



HARLEY-FACTORY FRANKFURT

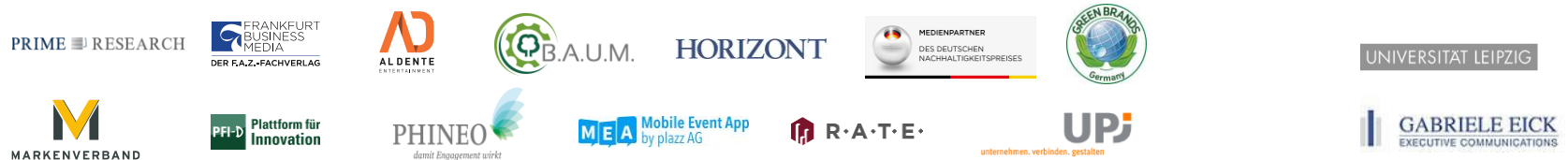


Partner 2019



Kooperationspartner 2019

Wir danken unserem Fachbeirat



Kontakt & Ansprechpartner

Sichern auch Sie sich den direkten Zugang zu relevanten Entscheidern!

Sprechen Sie uns an! Gern beraten wir Sie zu Ihren individuellen Positionierungsmöglichkeiten.

Sponsorenpositionierung und Programm

Dr. Gero Kalt / Geschäftsführer

Angela Markovic / Leiterin Marketing

Telefon: (069) 75 91-11 33

E-Mail: a.markovic@faz-institut.de

Projektleitung & Organisation

Chamilla Maier / Projektmanagerin Events

Telefon: (069) 75 91-30 91

E-Mail: c.maier@faz-institut.de

Veranstalter



F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformation GmbH

Frankenallee 71-81

60327 Frankfurt a.M.

Geschäftsführer: Dr. Gero Kalt, Hannes Ludwig

Telefon: (069) 75 91 – 30 83

Telefax: (069) 75 91 – 11 33

E-Mail: info@faz-institut.de

www.faz-institut.de