

Ihre
Positionierungs-
möglichkeiten

15. Deutscher Marken-Summit

Den „wind of change“ nutzen

Wie die Transformation der Wirtschaft
auch die Transformation von Marken beflügelt

15. September 2022

FA.Z.-INSTITUT

Frankfurter Allgemeine

Mission Statement

„Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen“.

Chinesisches Sprichwort

Die Transformation der Wirtschaft hat begonnen – auf breiter Front. Man hört es in Reden, liest es in den Medien, sieht es in Kampagnen. Neue politische Konstellationen treiben diesen Wandel voran – national wie global. Das wirft Fragen nach der Zukunft von Marke und Positionierung auf. Ihnen wollen wir nachgehen – kritisch, inspirierend, erfahrungsbasiert. U.a. folgende Fragen ergeben sich:

- Müssen etablierte Marken auch „transformiert“ werden ?
- Thema Nachhaltigkeit – geht es noch ohne ?
- Digitalisierung: Was fordert die neue Tech-Welt ?
- Produkte: Global, national, regional – verlagert sich der Schwerpunkt ?
- Verantwortung und Marke: Wie können Führung, Unternehmen und Marke nachhaltig harmonieren ?
- Old brands – new brands : Was zeichnet die „jungen Marken“ aus ?

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

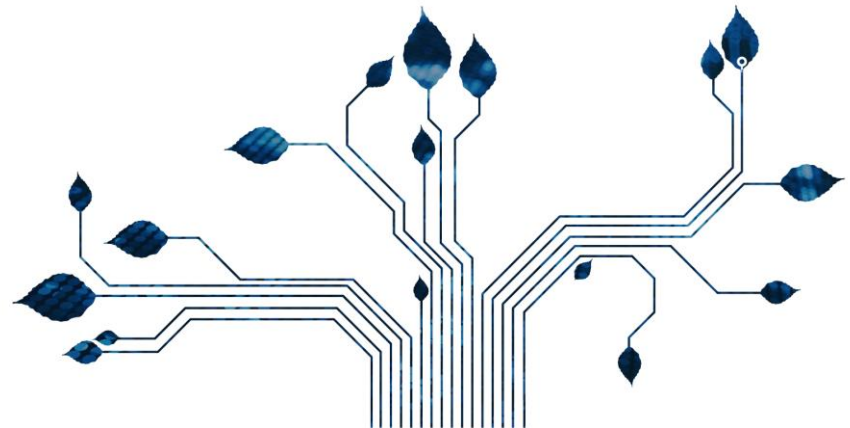
Themenschwerpunkte

Unsere Referenten haben die Möglichkeit, Ihre Themen mit uns abzustimmen. Traditionell bildet der Deutsche Marken-Summit ein breites Themenspektrum ab, das sich 2022 im Rahmen des übergeordneten Konferenzthema „Kommunikation in der Transformation“ bewegen sollte.

Mögliche Themenfelder (Markenaufbau / Markenpflege)

- Branchenbesonderheiten
- Innovationen / Innovationsführerschaft
- Nachhaltigkeit / Klimawandel
- Umwelttechnik und Ressourceneffizienz
- Modern Leadership
- Neues Verbraucherverhalten
- Global vs. Regional
- Mobilität der Zukunft / Smart Cities / Verstädterung
- Demografischer Wandel / Gesundheit
- Diversity / Female Leadership
- Regulierung
- Herstellung / Vermarktung von Produkten
- Veränderung der Kapitalmärkte / Green Finance
- Verantwortung / Purpose

- Andere



Rahmendaten

Termin und Ort

- Termin: 15. September 2022
- Ort: Raum Frankfurt a. M.
- Zusätzlich digitale Übertragung via **Live-Stream**

- **Tagesveranstaltung** 9.00 – 17.00 Uhr

- **Abendprogramm mit Preisverleihung** ab 18 Uhr
 - Deutscher Image Award
 - Integrated Communications Award
 - Beste Marken

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

Closed-Shop-Prinzip

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.

Des Weiteren erhalten die engagierten Unternehmen je nach gebuchtem Leistungspaket ein Ehrengastkontingent, um (Ziel-) Kunden einzuladen.



Basiskonzept

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

Im September 2022 laden das F.A.Z.-Institut und die Frankfurter Allgemeine Zeitung zum bereits **15. 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**“ 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 Tagesveranstaltung mit 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



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 Fachmagazinen
- Social-Media-Marketing
- Save-the-Date und Einladungsbroschüre: personalisierte Mailings an die Entscheider der Kernzielgruppen (postalisch und via E-Mail)
- Veranstaltungs-Special/Sonderteil „Kommunikationsmanager“: 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
- Teilnehmersdialog (Handy-App)
- Live-Stream
- Supplier-Seite



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 und Mitschnitte werden zur freien Verfügung gestellt
- Dankese-mail an alle Teilnehmer
- Pressearbeit

Medienpartner

Frankfurter Allgemeine

Verantwortung

kommunikationsmanager

Positionierungsmöglichkeiten

Platzieren Sie Ihr Unternehmen an der richtigen Stelle!



Deutsche Post DHL
Group



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
- **Keynote im Hauptprogramm** 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) oder **Vortrag** nach Verfügbarkeit und 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

Aussteller / Supporterpaket

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

Stand vor Ort

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 (Business-Breakfast mit ausgewählten Gästen, Fahrservice, Ausstellung etc. nach Absprache !

Partner & Kooperationspartner 2021

Veranstalter



Frankfurter Allgemeine

Partner



Kooperationspartner

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

Barbara Schulik / Projektmanagerin Events

Telefon: (069) 75 91 – 30 83

E-Mail: b.schulik@faz-institut.de



Veranstalter

E.A.Z.-INSTITUT

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