

WERTMARKE

B-TO-B-MARKEN ZWISCHEN

GEFÜHL & FAKTEN

EINE VERANSTALTUNG DES LEHRSTUHL FÜR MARKETING  
DER UNIVERSITÄT HOHENHEIM & RTS RIEGER TEAM  
16. NOVEMBER 2007, AB 9 UHR, SCHLOSS HOHENHEIM

# WERTMARKE

## B-TO-B-MARKEN ZWISCHEN GEFÜHL & FAKTEN

Was ist das Geheimnis besonders erfolgreicher BtoB-Marken? Wie schaffen es Unternehmen, aus ihren Marken echte Wertmarken zu machen? Was machen sie richtig? Was machen sie anders? Was machen sie besser? Was sind ihre Erfolgsfaktoren? Eines ist in jedem Fall allen gemeinsam: Sie wissen, wofür sie stehen. Sie haben klare Prozesse, aber sie bekennen sich auch zu ihrer Intuition. Das sieht man und das fühlt man. Die Veranstaltung schlägt eine Brücke zwischen den harten und weichen Faktoren, die den Puls einer Marke beschleunigen. Kopf und Bauch, beide müssen bedient werden, um in der Wahrnehmung der unterschiedlichen Zielgruppen, die eine BtoB-Marke anspricht, anzukommen.

**Am 16. November 2007 werden Sie aus Wissenschaft und Praxis erfahren, wie Sie mehr aus Ihrer BtoB-Marke machen können.**

**GEFÜHL**

Wie attraktiv ist meine Marke?  
Wie unterscheiden sich meine Kunden?  
Was sind ihre wirklichen Motive?  
Wie mache ich sie zu Fans meiner Marke?

**FAKTEN**

01

Braucht man überhaupt eine Marke?  
Wie führt man eine BtoB-Marke?  
Rechnen sich Investitionen in die Markenarbeit?  
Kann ich den Erfolg der Marke messen?

## PROGRAMM 16 | 11 | 2007

ab 9.00 UHR	<b>EINTREFFEN DER TEILNEHMER – GET TOGETHER STIMMUNGSBILD: „ERFOLGSFAKTOREN VON B-TO-B-MARKEN“</b> Für eine Momentaufnahme zu diesem Thema erhalten Sie bei Ihrem Check-in einen Fragebogen. Auswertung und Ergebnisse werden zum Abschluss des Tages präsentiert und diskutiert.
ab 9.45 UHR	<b>BEGRÜSSUNG PROF. DR. MARKUS VOETH – Lehrstuhl für Marketing, Universität Hohenheim ACHIM LITSCHKO – Geschäftsführer, RTS Rieger Team</b>
10.00 UHR	<b>01 PROF. DR. DR. H.C. KLAUS BACKHAUS MARKENRELEVANZ IM B-TO-B – PLÄDOYER FÜR EINE KOPFGEBURT ÜBER DEN NUTZEN VON MARKEN FÜR B-TO-B-UNTERNEHMEN</b> Prof. Backhaus ist Professor am Marketing Centrum Münster (MCM). Er leitet das MCM-Institut für Anlagen- und Systemtechnologien der Westfälischen Wilhelmsuniversität Münster und ist Honorarprofessor an der TU Berlin.
10.45 UHR	<b>⚡ DR. CHRISTIAN SCHEIER DAS BAUCHGEFÜHL SITZT IM KOPF ÜBER DAS UNBEWUSSTE BEI DER ENTSCHEIDUNG FÜR B-TO-B-MARKEN</b> Dr. Scheier ist Neuropsychologe und einer der führenden Experten für Neuromarketing in Deutschland. Er war mehrere Jahre als Hirnforscher in den USA tätig und leitet heute die decode Marketingberatung GmbH.
11.30 UHR	<b>TALK &amp; WALK – KAFFEEPAUSE</b>
12.00 UHR	<b>BEST PRACTICE: MEHRWERT MARKE EINBLICKE IN DIE MARKENARBEIT VON DREI B-TO-B-UNTERNEHMEN</b> <b>PETER HARTUNG; METABO MARKUS SÜSS, SEW-EURODRIVE INGO SCHMID, VOITH PAPER</b> <b>METABO</b> Der Mittelständler Metabo (Umsatz ca. 400 Mio. €) produziert und vertreibt von Nürtingen aus handgeführte Elektrowerkzeuge mit Schwerpunkt „Profii“ in über 120 Ländern. Der Auslandsanteil am Umsatz beträgt 80 %. Die Erkenntnis: Metabo saß zwischen den Stühlen Heimwerker- (national) und Profi-Marke (international). Die Herausforderung: Profilierung der Marke. Metabo als Profimarke positionieren und im engen Marktumfeld als modernste und begehrteste Marke darstellen, und zwar sowohl im DIY- als auch im Profimarkt.
13.00 UHR	<b>SEW-EURODRIVE</b> Das Familienunternehmen SEW-EURODRIVE aus Bruchsal (ca. 11.000 Mitarbeiter, Umsatz 1,5 Mrd. €) ist einer der weltweit führenden Hersteller von Antriebslösungen. Die Erkenntnis: Die Produkte von SEW-EURODRIVE bekommt eigentlich niemand zu sehen – sie verschwinden in Maschinen und Anlagen. Die Herausforderung: Erzielen eines „intel inside“-Effekts. Auf Basis der Markenwerte den Führungsanspruch und die Vorreiterrolle von SEW-EURODRIVE konsequent und integriert kommunizieren.
14.00 UHR	<b>VOITH PAPER</b> Der größte Konzernbereich von Voith (ca. 10.000 Mitarbeiter, Umsatz 1,6 Mrd. €), produziert in Heidenheim Anlagen zur Papierherstellung, die zu den komplexesten Industrieprodukten überhaupt gehören. Die Erkenntnis: Komplexe Entscheiderhierarchien (Buying Centers) müssen überzeugt werden, in eine Leistung von Voith mehrere hundert Mio. Euro zu investieren. Die Herausforderung: Sicherheit im umfassenden Sinn vermitteln. In der Kommunikation die zentrale Rolle des Menschen herausstellen und zeigen, dass Voith Paper sein Credo „We never let a customer down“ sehr ernst nimmt.
14.00 UHR	<b>MARKENPLATZ ENTSPANNEN, GENIESSEN, INFORMIEREN, DISKUTIEREN</b> Kulinarische Angebote und alles rund um das Thema BtoB-Marke erwarten Sie an unseren Markenständen.
14.00 UHR	<b>01 WORKSHOP 1 – „WERTMARKE: FAKTEN“ LEITUNG: PROF. DR. DR. H. C. KLAUS BACKHAUS</b> Diskutieren Sie mit Prof. Backhaus über die Frage, ob und wann sich Marken für BtoB-Unternehmen lohnen.
14.00 UHR	<b>⚡ WORKSHOP 2 – „WERTMARKE: GEFÜHL“ LEITUNG: DR. CHRISTIAN SCHEIER</b> Diskutieren Sie mit Dr. Scheier, was das Verhalten der Entscheider wirklich antreibt und wie die Marke im Gehirn verankert werden kann.
15.15 UHR	<b>TALK &amp; WALK – KAFFEEPAUSE</b>
15.30 UHR	<b>PODIUMSDISKUSSION DIE B-TO-B-MARKE ZWISCHEN ROI UND BEGEHRlichkeit</b> Der Lehrstuhl für Marketing der Universität Hohenheim präsentiert die Ergebnisse der Teilnehmerbefragung vom Vormittag zum Thema „Erfolgsfaktoren von BtoB-Marken“. <b>EXPERTEN DISKUTIEREN DIE AUSSAGEN DER TEILNEHMER.</b> <b>AUF DEM PODIUM: PROF. DR. DR. H.C. KLAUS BACKHAUS – Marketing Centrum Münster DR. CHRISTIAN SCHEIER – decode Marketingberatung PETER HARTUNG – Metabo MARKUS SÜSS – SEW-EURODRIVE INGO SCHMID – Voith Paper</b>
ab 16.30 UHR	<b>MODERATION: PROF. DR. MARKUS VOETH – Universität Hohenheim ACHIM LITSCHKO – RTS Rieger Team</b> <b>SUMMING-UP PROF. DR. MARKUS VOETH ACHIM LITSCHKO</b>

**WERTMARKE**

**CATERING**

Beinhaltet die Verköstigung während des gesamten Markentags am 16. November 2007

**WERTMARKE**

**INFORMATIONSPAKET**

Beinhaltet die kompletten Inhalte, Redemanuskripte und Unterlagen des gesamten Markentags am 16. November 2007

NAME/VORNAME \_\_\_\_\_

FIRMA \_\_\_\_\_

POSITION \_\_\_\_\_

STRASSE/POSTFACH \_\_\_\_\_

PLZ/ORT \_\_\_\_\_

TELEFON/TELEFAX \_\_\_\_\_

E-MAIL \_\_\_\_\_

Mitglied des Fördervereins für Marketing e.V.  
 Kunde von RTS Rieger Team  
(bitte ankreuzen)

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung mit Hinweisen zur Anreise und die Rechnung.

**KONTAKT**  
Sina Barisch, Förderverein für Marketing e.V.  
c/o Lehrstuhl für Marketing 510 (D)  
Universität Hohenheim  
Schloss Osthof Ost, 70593 Stuttgart  
Tel. 0711-459-22926, post@wert-marke.com

**ANMELDUNG**  
Per Fax an: 0711-459-23718  
oder online: www.wert-marke.com

# WERTMARKE

## B-TO-B-MARKEN ZWISCHEN GEFÜHL & FAKTEN

Hiermit melde ich mich zur Veranstaltung „WertMarke“ am Freitag, 16. November 2007, verbindlich an.

Die Veranstaltungsgebühr beträgt 350,- € zzgl. Mwst., für Mitglieder des Fördervereins für Marketing e.V. an der Universität Hohenheim und Kunden von RTS Rieger Team 150,- € zzgl. Mwst. Darin enthalten sind Verpflegung und Dokumentation. Anmeldeschluss ist der 2. November 2007. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.