

3. BuchMarktFORUM in München am 12. Januar 2001

Auf dem Weg zur Marke

14 Experten geben Impulse für Ihr Branding und E-Branding

Marken: eine Überlebensfrage!

In der Buchbranche gibt es nur wenige Produkte und Unternehmen, die bereits Marken-Status haben. Dementsprechend schwierig ist für viele Endverbraucher die Orientierung, wenn es um Bücher geht. In den Zeiten der bedrohten Preisbindung und des E-Commerce wird in der Buch- und Verlagsbranche die Bekanntheit und Beliebtheit einer Marke zur Überlebensfrage.

Nutzen Sie den Wert Ihrer Marke!

Im Buchmarkt gibt es viele potenzielle Marken, aber nur wenig professionelles Markenmanagement. Dadurch bleiben wichtige Erfolgspotenziale ungenutzt. Konsequente Markenbildung richtet sich offensiv gegen den wachsenden Wettbewerbsdruck durch

- Einzigartigkeit und Wiedererkennbarkeit
- erhöhte Kundenbindung
- Faszination und Integrationskraft
- höhere Wertschöpfung

Denn: „Eine Marke und ihr Wert entsteht im Kopf des Kunden.“ (Prof. Anton Meyer)

Es geht um Ihre Strategie! Ziel dieses 3. BuchMarktFORUMs ist es, Entscheidern den Austausch über „Best Practice“-Vorbilder aus der eigenen wie aus anderen Branchen zu ermöglichen. Die 1. Markenkonferenz der Buchbranche konzentriert sich auf Ansätze für erfolgreiche Buch-Markenstrategien – mit und ohne Integration des Internets. Profitieren Sie von dem Know-how renommierter Marken-Spezialisten!

Teilnehmerkreis: Geschäftsführer, Leiter von Buchhandlungen und Verlagen, Programmverantwortliche, Marketingleiter

Termin: 12.1.2001 – einen Tag nach der AG Publikumsverlage

Veranstaltungsort: HypoVereinsbank, Haus Ost, Arabellastraße 14, München

Teilnahmegebühr: EUR 499.- (DM 975,73); bei mehreren Anmeldungen 10 % Nachlass



Veranstaltungsort HypoVereinsbank, Haus Ost, München: Von den Erfahrungen anderer Branchen profitieren

Erfahrungsaustausch für Entscheider

Das BuchMarktFORUM

- sorgt für aktuellen Informationsaustausch bei Themen, die Entscheidern in Verlagen und Buchhandlungen unter den Nägeln brennen
- konzentriert sich auf praxisorientierte Beiträge
- schärft den „Blick über den Tellerrand“ und bietet konkreten Input branchenfremder Experten
- ermöglicht informelle Gespräche und Kontakte bis hin zum aktiven Networking

Nutzen Sie das 3. BuchMarktFORUM als Möglichkeit, Ihre Marken-Aktivitäten und strategischen Ansätze mit Kollegen zu diskutieren. **Profitieren Sie vom Know-how renommierter Marken-Spezialisten** aus der eigenen und aus anderen Branchen.

Das Programm

- 8.30 Uhr** Empfang mit Kaffee und frischen Brezeln
9.00 Uhr Begrüßung und Einführung
- **Grundsatzthemen**
- 9.10 Uhr** **Verlage im Gestrüpp der Markenkategorien** · Referent: Til Kleinstäuber, GF Grey Worldwide
9.40 Uhr **Wie „macht“ man eine Marke? Internationale Beispiele erfolgreicher Markenentwicklung und -führung**
Referent: Dr. Christian Blümelhuber, Universität München
- 10.00 Uhr** **Für welche Zielgruppen sind Marken besonders wichtig** – und wie wollen sie angesprochen werden?
Referent: Michael Schipperges, Sinus Sociovision
- 10.20 Uhr** **Markenrecht und Markenschutz** · Referent: Dieter Rassmann, Spezialist für Markenrecht
- 10.45 Uhr** Kaffeepause
- **Marken-Benchmarks in der Buchbranche und für die Buchbranche** – Fallstudien und Erfolgskriterien
- 11.15 Uhr** **Markenstrategie als Prozess**
Referent: Anne-Katrin Döbler, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Thieme Verlag
- 11.25 Uhr** **Harry Potter als Buch-Marken-Phänomen**
Referent: Klaus Kämpfe-Burghardt, GF Marketing und kaufm. Leitung Carlsen Verlag
- 11.35 Uhr** **Die Marke sichtbar machen** – Corporate Design-Konzepte aus dem Buch- und Zeitschriftenbereich
Referent: Horst Moser, GF Agentur independent
- 11.50 Uhr** „Leben Sie, wir kümmern uns um die Details“: **Marken-Kommunikation für abstrakte Produkte**
Referent: Dirk Huefnagels, Leiter Markenkommunikation HypoVereinsbank
- 12.20 Uhr** „Making of Pop-Stars“: **Wie die Plattenindustrie Musiker zu Marken macht**
Referent: Christoph Schmidt, GF BMG Deutschland
- 12.40 Uhr** **Mittagspause und Expertengespräch.** Die Experten finden Sie an den „Marken-Thementischen“
- **Handelsmarketing versus Verlagsmarketing**
- 14.15 Uhr** **Verhindert der Buchhandel die Markenbildung der Verlage?**
Referent: Georg Rieppel, Marketing- u. Vertriebsleitung C.H. Beck
- 14.35 Uhr** **Markenkooperationen – Zukunft für die Buchbranche?**
Referent: Dorothee Seeliger, stellv. Verlagsleitung Reise, Gräfe und Unzer Verlag
- 15.00 Uhr** Kaffeepause
- **E-Branding: Markenführung im Internet**
- 15.30 Uhr** **Marken-Mythos MINI:** das Internet als Leitmedium in den Kommunikationsmix integrieren
Referent: Jochen Schmalholz, BMW AG
- 15.55 Uhr** **Cross Media-Branding:** gemeinsame Marken-Klammer für Offline- und Online-Marketing
Referent: Stefan Kastenmüller, Geschäftsführender Gesellschafter argoBrand
- 16.20 Uhr** Abschlussthesen: Michael Then / Dr. Andreas Meyer
ca. 16.30 Uhr Ende des 3. BuchMarktFORUMs – bei einem Glas Prosecco

* Änderungen vorbehalten. Den aktuellen Stand erfahren Sie unter www.BuchMarktFORUM.de

Checkup für Ihre Marken-Strategie

- Welche erfolgsentscheidenden Kriterien gibt es bei Markenbildung und -führung?
- Was können Sie von benachbarten Branchen über den Bereich Branding lernen?
- Welche Voraussetzungen müssen intern geschaffen werden, um eine Marke zu managen?
- Welche Rolle spielt E-Branding bei der Markenführung?

Die Referenten



Christoph Schmidt, Mitglied der Geschäftsleitung Ariola Deutschland, Geschäftsführer von Miller International und BMG Entertainment; Vorsitzender des Business Ausschusses der Phonografischen Industrie.



Horst Moser, Inhaber der Agentur independent Medien-Design, München. Zahlreiche Auszeichnungen im Bereich Editorial Design. Entwicklung u.a. des CD-Konzepts von GU.



Dr. Christian Rassmann, Spezialist für Marken- und Wettbewerbsrecht in der Münchner Kanzlei Lorenz-Seidler-Gossel.



Jochen Schmalholz, Leiter des Bereichs Dialog-Marketing & E-Commerce im MINI Brand Management der BMW AG.

Dirk Huefnagels, Leiter Markenkommunikation der Hypo-Vereinsbank in München.

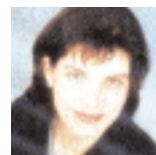
Klaus Kämpfe-Burghardt, Leitung Marketing und kaufmännische Geschäftsführung des Carlsen Verlags, Hamburg.



Stefan Kastenmüller, Marketing bei Philip Morris (u.a. für Marlboro, Marlboro Lights, L&M) bei MTV Networks als Head of Marketing zuständig für deutschsprachige Märkte, seit 1999 geschäftsführender Gesellschafter argoBrand, Agentur für Internet- und Medienmarken in München.



Michael Schipperges, Dipl. Pol. und Master of Arts in International Affairs, seit 1989 bei Sinus Sociovision, Leiter für nationale und internationale soziokulturelle Forschung.



Dorothee Seeliger, Marketingleitung und stellvertretende Verlagsleitung des Bereichs Reise bei Gräfe und Unzer, Autorin von Marketing-Fachpublikationen.

Dr. Christian Blümelhuber, Direktor des Center of Global Brand Leadership; Vice President an der Universität München.

Georg Rieppel, Leitung Marketing u. Vertrieb für Literatur/Sachbuch/Wissenschaft des C.H. Beck Verlags, München.

Anne-Katrin Döbler, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Thieme Verlags, Stuttgart.

Michael Then, langjähriger Pressesprecher, ab 1. Januar 2001 E-Publisher der Verlagsgruppe Econ Ullstein List.

Auf dem Weg zur Marke

Termin: 12.01.2001, einen Tag nach der AG Publikumsverlage

Veranstaltungsort: HypoVereinsbank, Haus Ost Arabellastraße 14, 81925 München-Bogenhausen

Teilnahmegebühr: EUR 499,- (DM 975,73) zzgl. MwSt. Bei gleichzeitiger Anmeldung von zwei oder mehreren Teilnehmern erhalten Sie einen Nachlass von 10 %. In der Teilnahmegebühr sind Konferenzunterlagen, Tagungsgetränke, Kaffeepausen und Mittagsimbiss enthalten.

Hotelzimmer-Reservierungen sind möglich im Arabella-Sheraton Bogenhausen, Arabellastraße 6, 81925 München, Einzelzimmer EUR 125,27 (DM 245,-) inkl. Frühstück. Reservierung unter der Tel.-Nr. 089 - 92 00 32 00 oder unter der Fax-Nummer 089 - 92 00 32 01.

Teilnahmebedingungen: Wir bestätigen Ihre Anmeldung schriftlich. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung zu bezahlen. Bei einer Stornierung bis zum 05. Januar 2001 erheben wir eine Stornogebühr von EUR 50,- (DM 97,80). Bei einer späteren Absage oder bei Nichterscheinen müssen wir den vollen Teilnehmerbeitrag berechnen. Selbstverständlich können Sie jederzeit einen Ersatzteilnehmer stellen.

Impressum: BuchMarktFORUM c/o Verband Bayerischer Verlage und Buchhandlungen e.V., Salvatorplatz 1, 80333 München

So melden Sie sich an:

- telefonisch unter 089 / 29 19 42 – 43
- mit dem Anmelde-Abschnitt per Fax: 089 / 29 19 42 – 49
- mit dem Anmelde-Abschnitt per Post: einfach ausschneiden und abschicken
- per E-Mail an: office@BuchMarktFORUM.de

- **Ihr Ansprechpartner ist Eberhard Kuom**
BuchMarktFORUM
c/o Verband Bayerischer Verlage und Buchhandlungen
Salvatorplatz 1
80333 München
E-Mail: Kuom@BuchMarktFORUM.de
Tel.: 089 / 29 19 42 – 43

Erfahrungsaustausch für Entscheider

Das BuchMarktFORUM

- sorgt für aktuellen Informationsaustausch bei Themen, die Entscheidern in Verlagen und Buchhandlungen unter den Nägeln brennen
- konzentriert sich auf praxisorientierte Beiträge
- schärft den „Blick über den Tellerrand“ und bietet konkreten Input branchenfremder Experten
- ermöglicht informelle Gespräche und Kontakte bis hin zum aktiven Networking

Nutzen Sie das 3. BuchMarktFORUM als Möglichkeit, Ihre eigenen Internet-Aktivitäten und strategischen Ansätze zu überdenken und mit Kollegen zu diskutieren. **Schöpfen Sie das Know-How aus, das andere mit viel Lehrgeld schon erarbeitet haben.**

Die Initiatoren

Rose Backes: Geschäftsführerin im Verband Bayerischer Verlage und Buchhandlungen

Dr. Andreas Meyer: Unternehmensberater für Verlage, VerlagsConsult München

Arnd Roszinsky-Terjung: Unternehmensberater für Buchhandlungen, PSM Beratungs- und Trainings-GmbH, Korschenbroich

Christian von Zittwitz: Herausgeber des Branchenmagazins BuchMarkt