

PRESSEMITTEILUNG

Der 10. Club der Markenfreunde: Transformational Branding – Herausforderung und Strategien

Berlin, 02. Februar 2018 – Am 25. Januar fand mit 100 Gästen der 10. Club der Markenfreunde statt. Diesjähriges Thema: Transformational Branding – Herausforderungen und Strategien. Zum 10-jährigen Jubiläum von Sasserath Munzinger Plus (SM+) kehrte der Club der Markenfreunde zurück in die Königlichen Porzellan Manufaktur, wo auch die erste Veranstaltung stattfand. Unternehmensführer, Markenentscheider und Branchenexperten – von Unternehmen wie Kienbaum, Nürnberger Versicherung, Axel Springer und Deutsche Bahn – beleuchteten das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln.

Novum in diesem Jahr: SK+ (Sasserath Kienbaum Plus), die neu gegründete Schwesterfirma von SM+ für Innovationskultur, bot im Vorprogramm eine TrendSafari durch Berlin an. Insgesamt 26 Teilnehmern hatten die Möglichkeit, den Start-up Accelerator Axel Springer Plug and Play, das Coding Bootcamp LeWagon und das innovativen R&D Food Lab & Food-Space Hermann's von Verena Bahlsen zu besuchen.

Anita Lotterschmid, Partnerin bei SM+, leitete den Nachmittag mit einem Vortrag über Transformational Branding ein, in dem sie die zentrale Rolle der Marke für einen erfolgreichen Transformationsprozess erläuterte.

Marc Sasserath, CEO und Gründer von SM+, stellte gemeinsam mit Fabian Kienbaum, CEO von Kienbaum International Consultants, und Dr. Karoline Haderer, Marketingleiterin bei der Nürnberger Versicherung, die Transformation-Cases der jeweiligen Unternehmen vor. Im Rahmen des Führungswechsels von Jochen Kienbaum an den Sohn wurde die eigene Unternehmensstruktur hinterfragt und die Marke neu definiert. Bei der Transformation der Nürnberger Versicherung, stark getrieben durch die Digitalisierung und erhöhtem Wettbewerbsdruck, sei insbesondere der kulturelle Wandel die größte Herausforderung.

Tim Leberecht, Gründer und Autor von The Business Romantic Society, teilte in seinem Vortrag seine Vision von einer Geschäftswelt, in der es zu einem fundamentalen Wertewandel kommt – hin zu mehr Menschlichkeit und Achtsamkeit in Unternehmen im Zeitalter von künstlicher Intelligenz.

In einer anschließenden Interview-Runde führte Dr. Jochen Kalka, Chefredakteur der W&V, drei Gespräche: Juliane Göke, Strategy & Governance Expertein bei der Deutschen Bahn, schilderte die vielfältigen Herausforderungen vor denen der Konzern stehe, stark geprägt durch fundamentale technische Veränderungen, wie zum Beispiel führungslose Züge ab 2030. Dr. Ulrich Schmitz, CTO von Axel Springer SE, teilte Erfahrungen aus der Transformation seines Medienunternehmens im Zuge seiner konsequenten und umfassenden

1/3

Sasserath Munzinger Plus GmbH

Gesellschaft für umsetzungsorientierte
Markenberatung und Markenentwicklung

Geschäftsführung
Uwe Munzinger, Marc Sasserath

hello@sasserathmunzingerplus.com
www.sasserathmunzingerplus.com

Rosenstraße 18
D-10178 Berlin

T +49 30.7790777-70
F +49 30.7790777-99

Deutsche Bank

BLZ 100 700 24
Konto-Nr. 951 506 500

IBAN DE43 10070024 0951506500
BIC DEUTDE33HAN

AG Berlin Charlottenburg
HRB 112 884 B

Steuer-Nr. 37/511/21147
USt-IdNr. DE 259091951

Digitalisierung und betonte, dass die Investitionen in Start-ups nur ein Teil des Ganzen seien. Julia von Winterfeldt, Gründerin von SOULWORX, erklärte wie sie mit spezifischen Tools, wie beispielsweise Purpose Quests, Mensch, Marke und Organisation wieder sinnvoll miteinander verbinde, um Kulturwandel und Innovationskraft zu befähigen.

Die Vorträge und Gesprächsrunden machten deutlich, dass eine der größten Herausforderungen der Transformation von Unternehmen die Überwindung kultureller Barrieren, sowie die Einbeziehung und Motivation der betroffenen Menschen ist. Zugleich zeigte sich im Verlauf der Veranstaltung aus unterschiedlichen Blickwinkeln wie Marke als Verkörperung der Unternehmensidentität entscheidend zur Sinnstiftung des Wandels und Mobilisierung der Menschen beitragen kann.

„Der Club der Markenfreunde ist für uns eine wunderbare Plattform, um mit den Menschen, die uns wichtig sind, zu den Themen, die wir als relevant erachten, in einen Dialog zu treten. Immer mehr Organisationen und Unternehmen entwickeln ein Verständnis darüber, dass die Marke im Transformationsprozess einen Raum schafft, der Halt bietet und gleichzeitig Orientierung zur Veränderung geben kann. Dies hat in der Konsequenz einen massiven Einfluss auf Strategie und Kultur und damit auf die Zukunftssicherung von Organisationen. Die heutigen Beiträge bilden eine multiperspektivische kohärente Plattform, die Transformational Branding für alle erfassbar macht und so hoffentlich für jeden auch einen persönlichen Nutzen stiftet“, resümiert Marc Sasserath von Sasserath Munzinger Plus.

Unter den Markenfreunden waren u.a. Robert Ader (Porsche AG), Jochen Kienbaum (Kienbaum Holding GmbH), Claudia Barghoorn (BNP Paribas), Moritz Klämt (Henkel), Oliver Janik (DDB Germany), Bernd Leikauf (Nürnberger Versicherungsgruppe), Jason Lusty (AUDI AG), Silke Jung (Mercedes-Benz Vertrieb Deutschland) und Jörg Rheinboldt (Axel Springer Plug and Play).

Beim Club der Markenfreunde werden neue markenrelevante Themen identifiziert und von Praktikern aus verschiedenen Branchen beleuchtet.

Weitere Informationen:

Uwe Munzinger, SASSERATH MUNZINGER PLUS GmbH, Tel. +49 30 77 90 777-83,
um@sasserathmunzingerplus.com

Über SASSERATH MUNZINGER PLUS

Sasserath Munzinger Plus ist eine strategische Markenberatung, die mit führenden und ambitionierten Marken wie Bahlsen, L'Oréal, Deutsche Telekom, Deutsche Bank, Penny/ REWE Group, Nürnberger Versicherung, hy!/ Axel Springer Plug and Play, betterplace.org und dem FC St. Pauli arbeitet.

Woran wir glauben:

Marken haben die einzigartige Kraft, Halt zu geben und zugleich Veränderung zu befähigen. Nur über Marken ist es möglich, langfristige Beziehungen zu den Menschen aufzubauen und diese zu pflegen.

Sie sind Schlüssel für die Zukunft erfolgreicher Organisationen.

Was wir tun:

Wir entwickeln Marken: von groß bis klein, hier und weltweit.

Wir gestalten Veränderung: von Innovation bis Transformation.

Wir fördern Unternehmertum: in Organisationen, Start-ups und in uns selbst.

V. i. S. d. P.

SASSERATH MUNZINGER PLUS GmbH

Gesellschaft für umsetzungsorientierte Markenberatung und Markenentwicklung Uwe Munzinger

Rosenstraße 18

D-10405 Berlin

Tel. +49 30 77 90 777-83

Fax +49 30 77 90 777-99

um@sasserathmunzingerplus.com