



BVIK MITGLIEDER FÜR MITGLIEDER

Rebranding – Neustart für Ihre Marke

24.09.2020, 14:30 bis 17:45 Uhr

Gastgeber: Faller Packaging

Veranstaltungsort: Faller Packaging GmbH, Waldkirch

Die Markenidentität – Herzschlag der B2B-Unternehmen – sollte ganzheitlich und durchgängig betrachtet werden. Es beginnt bei der strategischen Markenentwicklung, geht über den internen und externen Marken-Launch, bis hin zum **Employer Branding**. Konkret bergen eine neue Unternehmensausrichtung und die Neudefinition von Werten viele Herausforderungen. Diese können mit einer agilen Transformation der Organisation gelöst werden können.

Im Rahmen unseres **bvik-Events** bei Faller Packaging erhalten Sie durch inspirierende Praxisbeispiele interessante Insights und Anregungen.

Achtung: Bitte vermerken Sie den neuen Termin in Ihrem Kalender. Bislang getätigte Anmeldungen behalten Ihre Gültigkeit. Allerdings wird KEINE Produktionsführung stattfinden.

Für Mitglieder des bvik ist die Teilnahme kostenlos, von Nicht-Mitgliedern erhebt der bvik einen Kostenbeitrag in Höhe von 235,- EUR zzgl. MwSt.

Bitte beachten Sie: Die Teilnehmerzahl ist streng limitiert und die Plätze werden nach Eingang der Anfrage vergeben (max. 2 Personen pro Unternehmen/Agentur). Es findet am neuen Termin (24. September) KEINE Produktionsführung statt!

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

Änderungen des Programmablaufs sind vorbehalten.

Mit der Teilnahme an der o.g. **Veranstaltung** erkennen Sie die **Teilnahmebedingungen** zur Nutzung personenbezogener Daten und zur Nutzung von Foto- und Videoaufnahmen an. **Mehr Infos anzeigen...**

Teilnahmebedingungen einer bvik-Veranstaltung:

Die im Rahmen der Anmeldung angegebenen personenbezogenen Daten werden zum Zwecke der Veranstaltungsplanung und Rechnungslegung durch den bvik verarbeitet und gespeichert. Der bvik informiert seine Mitglieder und Interessierte außerdem per E-Mail über Folgeveranstaltungen und themenverwandte Veranstaltungen. Ihre personenbezogenen Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Der bvik legt auf seinen Veranstaltungen jeweils die Agenda mit Teilnehmerliste auf der Rückseite auf die Plätze aus. Die Teilnehmerliste wird in dieser Form nur vor Ort ausgegeben und wird den Teilnehmern nicht vorab zur Verfügung gestellt. Mit der Teilnahme erklären Sie sich einverstanden, dass Ihr Titel, Vorname, Name und Firmenname auf die Rückseite der Agenda abgedruckt wird. Die Zustimmung zur Verwertung und Nutzung der personenbezogenen Daten durch den bvik kann jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen werden. Dazu genügt eine entsprechende Mitteilung per E-Mail an: geschaeftsstelle@bvik.org.

Ich bin mir bewusst, dass auf der Veranstaltung Foto- und Videoaufnahmen zur Nutzung auf der bvik-Webseite sowie auf allen weiteren Kanälen des Verbandes sowohl in Print als auch Online erstellt werden. Ich stimme der unentgeltlichen Nutzung zu, kann meine Einwilligung vor Ort aber widerrufen. Sofern Mitarbeiter des bvik darüber explizit in Kenntnis gesetzt wurden, werden sie dies bei ihren Aufnahmen selbstverständlich berücksichtigen.

Stornierung bzw. kurzfristige Absage: Bei Nichterscheinen und kurzfristiger Stornierung berechnet der bvik die angegebene Teilnahmegebühr. Bitte geben Sie uns mind. 10 Tage vor dem betreffenden Event Bescheid, falls Sie an einer Teilnahme verhindert sind, damit rechtzeitig Personen auf der Warteliste informiert werden können.

Inhalt

Folgende Inhalte warten im Rahmen unseres bvik-Events bei Faller Packaging auf Sie:

Branding serves business. Die strategische Neuausrichtung von Faller Packaging erlebbar machen.

Karsten Kühn, Executive Director Strategy, Syndicate Design AG

Bei der Transformation von Unternehmen – angesichts vielschichtiger Herausforderungen im Markt und Wettbewerb – spielt ein strategisch validiertes Markenerlebnis eine wichtige Rolle. Marken- und Gestaltungselemente sollen entlang der gesamten Customer Journey ein wertorientiertes Erlebnis für alle Bezugsgruppen bieten. Hierdurch kann ein klares Markenbild als „Kapital“ in den Köpfen der Stakeholder entstehen, das eine relevante Differenzierung im Wettbewerb sichert.

Brand Engagement als Erfolgsfaktor für ein Rebranding-Projekt

Kerstin Löffler, Vice President Marketing & Corporate Communications, Faller Packaging

Neue Marke – und nun?

Häufig wird unterschätzt wie wichtig es ist, eine neue Marke zuerst nach innen – zu den Mitarbeitern hin – zu erklären und einzuführen. Schnell wird eine neue Marke sonst negativ aufgenommen. Schließlich handelt es sich hierbei um einen sehr starken „Change“ der gerne nur als Logo- und Farbänderung – und somit als unnützlich – abgetan wird. Der Schlüssel liegt darin, die Mitarbeiter zu gewinnen und Klarheit sowie Wertschätzung zu bieten.

Ein Erfahrungsbericht...

From Colorful to Meaningful – B2B-Unternehmen im Transformationsprozess

Alex Romppel, #CEO / Founder / Holistic Designer, IWM - Institut für wertezentriertes Management GmbH & Co. KG

Wie können Kernwerte und der Purpose eines Unternehmens so operationalisiert werden, dass eine erfolgreiche organisationale Transformation im Sinne der Kernidee gestartet werden kann? Hierbei muss der Mensch als zentraler Treiber der Veränderung verstanden werden, da Menschen per se mitgestalten und nicht von außen verändert werden wollen. Nur so gelingt uns die Weiterentwicklung der Organisation um das Markenversprechen zu erfüllen.

Best-Case: Employer Branding bei Hekatron – Zwei Unternehmen, eine Arbeitgebermarke

Andreas Seltmann, Senior Employer Branding Management Consultant

Jedes der beiden Hekatron-Unternehmen am Standort in Sulzburg (südlich vom Freiburg) ist als eigenständige GmbH geführt und besitzt, auf der Basis gemeinsamer Werte, seine eigene Unternehmenskultur. Bei der Konzeption der Arbeitgebermarke hat man sich aber ganz bewusst dazu entschieden, eine gemeinsame Arbeitgebermarke aufzubauen. Ziel war es, den Arbeitsmarkt mit vereinten Kräften und als „starken Standort“ zu adressieren. Der Vortrag beleuchtet, wie die Ausgangslage war, wie die Arbeitgebermarke mit Inhalten gefüllt wurde und wieso Hekatron schon mehrfach als einer der "100 besten Arbeitgeber" ausgezeichnet wurde. Eines schon vorweg – die Menschen machen den Unterschied.

Änderungen des Ablaufs sind vorbehalten.

Ziele

- Sie erhalten Insights in das Rebranding von Industrieunternehmen.
- Wir beantworten die Frage, wie Sie die Markenidentität dank agiler Transformation nicht verlieren.
- Erleben Sie den Mensch als Treiber des Transformationsprozesses, sowohl im internen als auch externen Bereich.
- Sie bekommen nachhaltige Insights, wie Sie Brand Engagement als Erfolgsfaktor für ein Rebranding Projekt einsetzen können.
- Nehmen Sie praktikable Lösungen zum Einsatz in Ihrem Unternehmen mit.

Zielgruppe

- Marketingverantwortliche aus Industrieunternehmen
- Messe- und Event-Manager
- Projektverantwortliche aus Agenturen
- Fach- und Führungskräfte
- Geschäftsführer (CMO,CDO)

Referenten



Karsten Kühn

Executive Director Strategy

Jahrgang 1970, MA in Hannover und Bristol (UK), MBA in Hamburg

verheiratet, ein Sohn

Erfahrungen:

20+ Branding und Design, Fokus auf strategische Markenberatung und Identitätsentwicklung u. a. bei Interbrand Zintzmeyer & Lux und Landor

9+ Executive Director Strategy bei Syndicate Design

5+ Dozent für Brand Management an der Beijing Normal University (BNUZ) in Zhuhai, Guangdong (CN)

5+ Dozent für Creative Thinking an der Design Factory International (DFI) in Zhuhai, Guangdong (CN)



Kerstin Löffler

Vice President Marketing & Corporate Communications

Studium: Internationales Marketing an der DHBW in Ravensburg

Karriere: (gekürzt)

Fa. J. Schmalz GmbH, Vakuumtechnik/Factory

Automation; Marketing Kommunikation, Teamleitung; 1999 - 2008

Fa. Endress+Hauser GmbH+Co. KG; Process

Automation; Marketing Kommunikation;

Abteilungsleitung; 2008 - 2016

Fa. August Faller GmbH & Co. KG; Packaging;

Marketing & Innovation; Abteilungsleitung 2017 - heute



Alex Romppel

#CEO / Founder / Holistic Designer

Alexander Romppel ist Gründungspartner und Geschäftsführer des IWM sowie Lehrbeauftragter für Organisationsdesign und Kommunikation. Sein Beratungs- und Forschungsfokus liegt auf dem Design von Multi-Speed-Organisationen, die agil und gleichzeitig prozesssicher operieren. Zugleich befasst er sich seit Jahren mit dem kulturellen Wandel von Organisationen und deren Neugestaltung hin zu moderierten Netzwerken. Sein Background ist eine Ausbildung im Banking und ein Studium der Betriebswirtschaft. Wesensprägende Stationen seiner Vita sind der Wertpapierhandel sowie die Entwicklung des ersten web-basierten Geo-Informationssystems für die Immobilien- und Finanzwirtschaft. Dem folgte der Schritt in die Selbstständigkeit als Entwickler wertezentrierter Managementsysteme und Gestalter adaptiver Führungs- und Organisationsdesigns. Dabei stand für ihn von Beginn an die konkrete Umsetzung der erarbeiteten Konzepte im Zentrum seiner Beratertätigkeit. Sein Aktionsfeld umfasst NGOs, KMUs, Global Players, Innovations- und Forschungsnetzwerke sowie Verbände. Darüber hinaus fungiert er als persönlicher Berater industrieller Eigentümer und als Mit-Gründer bzw. Partner eines Technologie Start-ups.



Andreas Seltmann

Employer-Branding-Experte

Für den erfahrenen Employer-Branding-Experten machen immer die Menschen den Unterschied! Diese Erkenntnis sammelte der gelernte Elektromechaniker und Dipl. Ing. der Elektrotechnik in unterschiedlichsten Stationen bei Hidden Champions wie Assa Abloy, Häfele und Hekatron. Seltmann blickt auf 20 Jahre Führungserfahrung im Bereich Marketing & Unternehmenskommunikation und auf 13 Jahre Erfahrung im Bereich Employer Branding zurück. Er war zehn Jahre lang verantwortlich für die Hekatron-Akademie, in der jährlich circa 6.000 Kunden geschult wurden.

Fünfmal in Folge hat er Hekatron verholfen, als einer der "100 besten Arbeitgebern" in Deutschland ausgezeichnet zu werden. Unter seiner Regie wurden zahlreiche Preise und Branchenauszeichnungen gewonnen, wie zum Beispiel der „Testsieger bei Stiftung Warentest“, der „Jobmotor der IHK/Badischen Zeitung“ oder auch mehrfach der Branchenpreis „GIT-Award“. Als freier Berater berät und begleitet er Mittelständler dabei, ein TOP-Arbeitgeber und eine ECHTE Arbeitgebermarke zu werden.

Gastgeber

Faller Packaging

Faller Packaging ist seit mehr als 30 Jahren auf maßgeschneiderte Komplettlösungen für pharmazeutische Sekundärpackmittel spezialisiert.

Das Unternehmen entwickelt und produziert Faltschachteln, Packungsbeilagen, Etiketten und Kombiprodukte aus einer Hand - sowohl Standardprodukte als auch Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch. Digitalisierte und optimal abgestimmte Prozesse sorgen dabei für maximale Effizienz, eine nachhaltige Produktion und zuverlässig schnelle Lieferzeiten. Darüber hinaus bietet Faller individuelle Logistikdienstleistungen und Supply-Chain-Konzepte. Das macht das Unternehmen zum kompetenten Partner rund um die Beschaffung von Verpackungen für Pharma- und Healthcare-Produkte.

Neben seinem Hauptsitz im baden-württembergischen Waldkirch verfügt Faller Packaging über weitere Standorte in Binzen und Schopfheim sowie im dänischen Hvidovre und im polnischen Łódź. In Großbeeren bei Berlin bietet ein Joint Venture mit dem kanadischen Verpackungshersteller Bellwyck Verpackungsdienstleistungen für pharmazeutische Produkte und Logistikdienstleistungen für klinische Studien an. Die 2018 gegründete Tochtergesellschaft PackEx in Worms ist auf die Fertigung von Faltschachteln in Klein- und Kleinstmengen spezialisiert. Gemeinsam mit der irischen Perigord Premedia Ltd. hat Faller ein „Global Centre of Packaging Excellence“ für Artwork-Management, Druckberatung und -koordination gegründet. Insgesamt beschäftigt die Faller Packaging Gruppe mehr als 1.300 Mitarbeiter.

Weitere Informationen zum Unternehmen erhalten Sie [HIER](#).

Profil

Erforderliche Vorkenntnisse zum Thema Rebranding

Grad an Interaktivität

Praxisbezug

KONTAKTDATEN

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)
Geschäftsstelle
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg

Tel: 0821 6505370

E-Mail: geschaefsstelle@bvik.org

