

Richtige Markenführung

Ende September fand an der HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich die zweite Schweizerische Fachtagung für Markensteuerung und Markenschutz statt. Das Titelthema der diesjährigen Veranstaltung lautete «Die umfassende Markenführung – finanz-, rechts- und wertebewusst». Während der Vorträge der Redner wurde klar, dass es heutzutage nicht mehr genügt, sich eine Marke nur patentieren zu lassen. Sie muss in einem

anspruchsvollen Prozess geführt werden. Dabei sei die Zusammenführung von Marketing-, Finanz- und juristischem Wissen von Bedeutung. In Breakout-Sessions hatten die Teilnehmer Gelegenheit, sich in Einzelaspekte gelungener Markenführung zu vertiefen, um so ganz auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Hinweise der Vortragenden zu erhalten. Fallbeispiele sorgten für einen weiteren Praxisbezug der Veranstaltung. (hz)



(1) Peter Brun, Kuoni, **(2)** Bernard Volken, Fuhrer, Marbach & Partner, **(3)** Peter Felser, Werber, **(4)** Beat Ritschard, ritschard-management, **(5)** Peter Leuzinger, NetNames, **(6)** Peter Brun, Kuoni, **(7)** Max Meister, BV4, **(8)** Peter Felser, Werber, **(9)** Matthias Käch, IGE, **(10)** Christian Mom, Rivella International, **(11)** Niklaus Gadiant, von ins wyder zumstein, **(12)** Michael Grund, Center for Marketing HWZ, **(13)** Auke-Jan Bossenbroek, FIFA.