

IG Branding Deutschland bei Franz Haniel & Cie. AG am 9. November 2012

Thema: Positionierung von Privatunternehmen vs. Aktienunternehmen – am Beispiel von Haniel und Metro

Franz Haniel & Cie. GmbH
Franz-Haniel-Platz 1
47119 Duisburg, Germany
www.haniel.de

Dresscode: Business Casual

AGENDA

9.11.2012

- | | |
|-----------------|--|
| 8.45 – 9.15 Uhr | Begrüßungskaffee im Empfangsraum Haniel-Museum |
| 09.15-09.30 Uhr | Begrüßung
<i>Dietmar Bochert, Direktor Kommunikation, Haniel</i>
<i>Marco Casanova & Markus Renner, Gründer der IG Branding Deutschland</i> |
| 09.30-10.45 Uhr | Führung durch das Haniel-Museum
256 Jahre Unternehmens- und Ruhrgebietsgeschichte auf einen Blick |
| 10.45-11.00 Uhr | Kaffee in der Haniel-Akademie |
| 11.00-12.15 Uhr | Die Marke Haniel – Kommunikative Herausforderungen eines Portfolio-Unternehmens in Familienbesitz (inkl. Diskussion)
<i>Dietmar Bochert, Direktor Kommunikation, Haniel</i> |
| 12.15-13.30 Uhr | Mittagessen im Haniel-Restaurant |
| 13.30-14.45 Uhr | Purposeful Positioning – Entwicklung einer globalen Markenpositionierung für Metro Cash & Carry (inkl. Diskussion)
<i>Richard Erbler, Head of Brand Development, Metro Cash & Carry</i> |
| 14.45-15.00 Uhr | Kaffee in der Haniel-Akademie |
| 15.00-16.00 Uhr | Positionierung von global agierenden börsennotierten Unternehmen vs. Unternehmen im Privatbesitz
Unterschiede und Gemeinsamkeiten / lessons learned
<i>Gruppendiskussion, moderiert durch Marco Casanova & Markus Renner</i> |
| Ca. 16.00 Uhr | Zusammenfassung und Ausblick auf die nächste Veranstaltung der IG Branding Deutschland bei Fresenius SE in Bad Homburg am 8. März 2013 |
| Ca. 16.30 Uhr | Farewell-Cocktail in der Haniel-Akademie |