

Deutscher Marken- und Designkongress

Fakten im Kurzüberblick

Veranstaltet seit:	2009
Referenten:	Anders Byriel, Dr. Andreas Kaufmann, Andreas Rotzler, Christian Prill, Florian Bausch, Gerald Kiska, Jack Hirsch, Jeff Zwerner, Jun.-Prof. Dr.-Ing. Jens Krzywinski, Mark Busche, Martin Roth, Prof. Mike Richter, Milena Glimbovski, Nils Holger Moormann, Olaf Stein, Romy Reincke, Tal Rubenczyk, Prof. Uli Mayer-Johanssen, Uwe Greunke, Viola Spengler und weitere
Referenten folgender Unternehmen:	3M Deutschland GmbH, Avocado Store GmbH, BMW Group, comdirect bank AG, Deutsche Bank, Deutsche Lufthansa AG, Deutsche Telekom AG, Festo AG & Co. KG, Factor, foodora GmbH, Gaggennau International, Interbrand, Hamburger Sparkasse AG, Leica Camera GmbH, Loewe Technologies GmbH, Melitta Europa GmbH & Co. KG, Original Unverpackt GmbH, Phoenix Design GmbH, Porsche Design Studio, Sennheiser electronic GmbH, Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen GmbH, Viessmann Digital GmbH, Villeroy & Boch AG, Vitra AG, WMF AG und weitere
Themen:	2009: Designing Valuable Luxury 2010: Adding Value by Design 2011: Establishing High Value 2012: Markenmanagement für Investitionsgüter 2013: Designing New Markets 2014: Markenführung 4.0 2016: brand new germany – märkte aufmischen 2017: Shortcuts für die Digital-Ära 2018: Change! – Marken im Wandel 2019: Change Reloaded
Locations:	Festspielhaus Hellerau, Microsoft Atrium Berlin, Porsche Museum Stuttgart, Wiesbadener Museum und weitere

Der Deutsche Marken- und Designkongress im Detail

Der Deutsche Marken- und Designkongress ist das Branchenevent zum Thema Design und Markenführung. Er greift aktuelle wie zukünftige Themen des Brandmanagements auf und bietet ein einzigartiges Forum für Diskussion, Begegnung und Austausch. In herausragenden Vorträgen, Berichten aus der Praxis und Diskussionsrunden fokussiert der Kongress auf die Themen, die die Markenwelt bewegen.

Seit 10 Jahren erfolgreich etabliert

Seit 2009 veranstaltet der Rat für Formgebung die Kongressreihe „Deutscher Marken- und Designkongress“, die sich seitdem selbst mit Erfolg als Marke etabliert hat. Der Kongress konnte sich an der Schnittstelle von Marke und Design sowie mit seinem Fokus auf Mittelstand und designorientierte Industrie ein klares, eigenständiges Profil erarbeiten.

Behandelt die relevanten Themen und Fragen

Das Format hat den Anspruch, relevante Entwicklungen in den Bereichen Design und Marke praxisnah aufzuzeigen: Wie lässt sich der Wert einer Marke durch Design steuern? Warum und womit reüssieren Marken auf den neuen Märkten? Wie wird Marke 2020 aussehen, und was bedeuten Industrie 4.0 oder Data Analytics für sie? Vorträge von Experten ergänzen sich dabei mit Best-Practice-Berichten und Paneldiskussionen.

Internationale Referenten

Kongresse stehen und fallen mit der Auswahl der Referenten. Beim Deutschen Marken- und Designkongress stehen die Menschen hinter den Marken und ihre Stories im Mittelpunkt. Mit hochkarätigen deutschen wie internationalen Referenten blickt der Kongress über den nationalen Tellerrand hinaus und verortet sich im globalen Geschehen.

Für Unternehmer, Entscheider und Experten

Das Themenangebot der Veranstaltung zielt besonders auf Geschäftsführer sowie Marketing- und Vertriebsverantwortliche aus Handel und Industrie, aber auch auf Designer, Ingenieure, Lehrende und Studierende sowie auf Agenturen aus den Bereichen Marke, Kommunikation und Design. Sowohl Teilnehmer als auch Referenten kommen aus den unterschiedlichsten Branchen wie u.a. Automobil, Telekommunikation, Elektrotechnik und Konsumgüter.

Ein anregender Rahmen, eine erstklassige Plattform

Der Rat für Formgebung führt die Kongressreihe bewusst in ausgewählten, besonders inspirierenden Locations durch: zum Beispiel im Microsoft Haus in Berlin, im Festspielhaus Hellerau, im Wiesbadener Museum oder – wie 2018 – im Porsche Museum in Stuttgart. Das Programm schafft einen anregenden Rahmen mit vielfältigen Gelegenheiten für kollegialen Austausch und Networking.

Veranstaltet vom Rat für Formgebung

Der Rat für Formgebung ist eine unabhängige und international agierende Institution. Die Schwerpunkte seiner Tätigkeit liegen in den Bereichen der Marken- und Designbewertung, der strategischen Designberatung sowie der Designforschung. 1953 auf Initiative des Deutschen Bundestages vom Bundesverband der Deutschen Industrie und einigen führenden Unternehmen als Stiftung gegründet, setzt sich der Rat für Formgebung mit seinen Wettbewerben, Ausstellungen, Konferenzen, Seminaren und Publikationen für gutes Design ein. Dem Stifterkreis des Rat für Formgebung gehören aktuell über 300 in- und ausländische Unternehmen an.