

Ausschreibung



MARKEN-AWARD

2012

Beste Neue Marke

Bester Marken-Relaunch

Beste Marken-Dehnung

Hinweis:

Die Kategorie „Beste Marken-Dehnung“ ist zu wählen, wenn...

- eine etablierte Marke auf neue Warengruppen/ Kategorien oder Marktsegmente übertragen wird
- neue Zielgruppen erschlossen werden, die für die Weiterentwicklung der Marke von entscheidender Bedeutung sind
- Dachmarken aufgebaut oder Marken zu solchen erweitert werden
- Marken-Systeme oder „Architekturen“, in denen das Verhältnis von Dach- und Untermarken zueinander geregelt ist, aufgebaut oder erheblich erweitert werden.

Die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing und der Deutsche Marketing-Verband (DMV) haben 2001 den MARKEN-AWARD für exzellente Leistungen in der Markenführung ins Leben gerufen. Im März 2012 wird der Preis zum zwölften Mal vergeben.

Marken sind für die Verbraucher von großer Bedeutung. Wer zur Marke greift, kauft ein Qualitätsversprechen. Marken bieten Orientierungspunkte im unüberschaubaren Angebot der Waren und Dienstleistungen. Viele Menschen schätzen auch den ideellen Wert von Marken, drückt doch deren Besitz auch etwas über den Besitzer aus. Kein Wunder also, dass Marken ein wichtiges Marketing-Instrument der Unternehmen und häufig genug deren wichtigster Werttreiber sind.

Der MARKEN-AWARD soll den Markengedanken fördern und Best-Practice-Beispiele ins Licht der Fachöffentlichkeit rücken.

Die Jury:

Rainer Balensiefer	Principal, Roland Berger Strategy Consultants GmbH
Christoph Berdi	Chefredakteur absatzwirtschaft, absatzwirtschaft - Zeitschrift für Marketing, Vorsitzender der Jury
Gabriele Eick	Vizepräsidentin Deutscher Marketing-Verband e.V., Inhaberin Executive Communications
Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch	Head of Marketing, EBS Business School
Wolfgang Giehl	Director Corporate branding and advertising, Deutsche Post AG
Uwe Hoch	Fachmedien Beratung, Strategien - Projekte - Coaching
Luc Huys	Vorsitzender der Geschäftsführung, Johnson & Johnson GmbH
Tina Müller	Corporate Senior Vice President, Henkel AG & Co. KGaA
Torsten Müller-Ötvös	CEO, Rolls-Royce Motor Cars Limited
Michael Volke	Mitglied des Vorstandes Bereich Marketing & Vertrieb Deutschland, Mast-Jägermeister AG
Hubertus von Lobenstein	Geschäftsführer, Aimaq von Lobenstein Creative Brand Consulting GmbH



MARKEN-AWARD

Bewerbungsschluss ist Freitag, 11. November 2011

Bewerbungsverfahren:

Die Preisträger des MARKEN-AWARD 2012 werden in einem zweistufigen Verfahren ermittelt. Es werden nur Unternehmen berücksichtigt, die bis zum 11. November 2011 eine Bewerbung einreichen.

Alle Interessenten werden gebeten, sich auf der Website www.marken-award.de für den MARKEN-AWARD 2012 zu registrieren, um die Kommunikation und die folgenden Abstimmungsschritte zu vereinfachen.

Im Dezember 2011 sichtet und wertet die Jury die Einreichungen und benennt für jede Kategorie drei Finalisten. Diese werden im Januar 2012 zu einer Abschlusspräsentation in Düsseldorf eingeladen. Die Sieger werden erst während der zwölften „Night of the Brands“ am 13. März 2012 in Düsseldorf bekannt gegeben.

Um den MARKEN-AWARD bewerben können sich Unternehmen aus allen Branchen und Bereichen der Wirtschaft (Dienstleistung, Handel, Konsumgüter, Investitionsgüter, Medien, Business-to-Business, Mittelstand etc.) sowie nichtkommerzielle und staatliche Organisationen.

Voraussetzung ist, dass die entscheidende markenstrategische Weichenstellung für die Neueinführung, den Relaunch oder die Dehnung nicht länger als vier Jahre zurückliegt (ab Jahresmitte 2008).

Bewerbungskriterien und Formalien:

Die Bewerbung sollte als Powerpoint-Präsentation aufgebaut sein und nicht mehr als 25 Seiten umfassen. Bewerber müssen 15 gedruckte Exemplare sowie eine elektronische Version (Powerpoint-Datei auf CD-Rom oder per E-Mail an: marken-award@fachverlag.de) einreichen.

Der Erfolg der Maßnahmen muss mit qualitativen und quantitativen Daten nachvollziehbar belegt werden, möglichst nach folgendem Bewerbungsleitfaden. Von diesem Leitfaden kann abgewichen werden, sofern Bewerber mit anderen Kennziffern oder Kriterien arbeiten, wie es zum Beispiel im B2B-Bereich, E-Business oder bei nichtkommerziellen Organisationen der Fall sein kann.

1	Benennen Sie die Kategorie, in der Sie sich bewerben (Beste Neue Marke / Bester Marken-Relaunch / Beste Marken-Dehnung) sowie die Marke.
2	Beschreiben Sie die Ausgangslage unter Berücksichtigung von Wettbewerbsumfeld, Marktsituation und die Ziele.
3	Skizzieren Sie Ihre daraus resultierende Strategie zur Markenführung im Überblick.
4	Beschreiben Sie die Umsetzung der Markenführung detailliert: Die Positionierung: z.B. Markenkern, Image, USP/Differenzierungspotenzial, Zielgruppe, Pricing Die Distribution: z.B. Vertriebssysteme und -wege, Multi-Channel-Strategien, Sales Force Die Kommunikation: z.B. Etat, Agentur, Kommunikations- und Media-Mix, Kreative Umsetzung, Key Visual, Share of Mind, Share of Voice
5	Belegen Sie den Erfolg anhand der Entwicklung von Umsatz und Ertrag, Marktanteilen, etwaigen Preis-Premiums, Up- und Cross-Selling-Effekten, Kundenbindung (Indexierung möglich).

Alle Daten werden selbstverständlich streng vertraulich behandelt!

Für die Anmeldung erheben wir eine einmalige Bearbeitungsgebühr in Höhe von 345,-€ für DMV-Mitglieder und 395,- € für Nichtmitglieder

Die Bewerbungsunterlagen senden Sie an:

Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Redaktion absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing

MARKEN-AWARD 2012
Grafenberger Allee 293
40237 Düsseldorf

absatzwirtschaft
Zeitschrift für Marketing

DEUTSCHER

MARKETING-VERBAND

Impressionen von der Verleihung des MARKEN-AWARD 2011



Die Night of the Brands 2012

Als Höhepunkt der Veranstaltung werden hier vor rund 1.000 geladenen Gästen aus Marketing, Medien und Agenturen die Sieger und Finalisten des MARKEN-AWARD 2012 gefeiert.

Seit der ersten Verleihung im August 2001 in Hamburg hat sich die „Night of the Brands“ mehr und mehr zu einem anerkannten und hochkarätigen Branchentreff entwickelt. Vor und nach der exklusiven Preisverleihung gibt es reichlich Gelegenheit zu Austausch, Kommunikation und Entertainment.

Bewerben Sie sich bis zum 11. November 2011 für den MARKEN-AWARD 2012.