

Jürgen Gietl

Managing Partner

Vortragsschwerpunkte

- **Die Wirkung von Marken im Prozess von Unternehmensnachfolge**
Wie Sie Ihr unternehmerisches Erbe in Ihrer Marke speichern und damit an nachfolgende Generationen übergeben können.
- **Marke als Instrument für eine erfolgreiche Restrukturierung**
Wie man das Vertrauen und die Unterstützung von Mitarbeitern, Investoren und anderen Stakeholdern trotz harter Einschnitte leicht gewinnen kann.
- **Die Bedeutung von Marke als Werttreiber im M&A Prozess**
Wie man Unternehmen, Produkt- und Markenportfolios so positioniert, dass sie sich gegenseitig stärken statt schwächen.
- **Leistungsvermittlung: Wert erhöhen statt Preise senken**
Wie Sie Wertarbeit in Wertschöpfung übersetzen
- **Eine klare Positionierung in der Digitalisierung finden**
Wie die Chancen der Digitalisierung nutzen, den Abstand zum Kunden verringern und ihn wieder in den Mittelpunkt rücken.

Vorträge können in folgenden Sprachen gehalten werden:

- Deutsch
- Englisch

Der Referent:

Jürgen Gietls Vorträge leben von seiner langjährigen Praxiserfahrung und der tiefen Kenntnis der Herausforderungen, vor denen Industrieunternehmen – familiengeführt oder börsennotiert – stehen. Empathisch und mit hoher Praxisrelevanz vermittelt er Wissen und Inspiration. Als gefragter Redner ist Jürgen Gietl bei den wichtigen Branchenkongressen präsent und schafft es wie kein anderer den Teilnehmern in ihren Worten aufzuzeigen, dass hinter erfolgreichen Industriemarken konkrete Spitzenleistungen und große Erfindungen stecken, die verdichtet auf den Leistungskern, die Marke zum echten Wertschöpfungsinstrument machen. Immer im Fokus hat er die Zukunftsfähigkeit von Marken und Markensystemen – in der globalen, digitalen Welt.

Veröffentlichungen (Auszug)

- **B2B: So überzeugen Sie Ihren CEO von der Kraft der Marke**
Es ist nicht leicht, einen rational-technisch denkenden Chef vom Sinn einer B2B-Marke zu überzeugen zu wollen. Es sei denn, sie packen ihn bei seinem Stolz.
- **Marktforschung oder Performance Branding – wer liefert besseres Wissen?**
Markenmanager und Marketeers können aus vielen Wissens- und Datenquellen schöpfen, wenn sie Märkte und Verbraucher analysieren. Die Frage ist: Welche davon taugt für welche Erkenntnisse? Mit welchen lässt sich die Zukunft planen? Lassen Sie uns doch einmal konventionelle Marktforschung mit dem Performance Branding vergleichen. Premium- zum austauschbaren Volumen-Anbieter zu
- **Die Marke Mercedes bekommt ein Relevanzproblem**
Mercedes-Benz will sich künftig auf das Luxussegment konzentrieren. Ist das sinnvoll? Oder wäre es womöglich besser, andere Prioritäten zu setzen – weniger Produkt denke, dafür mehr Mobilitätsservices und Nachhaltigkeit? Eine Analyse.

Studien (Auszug)

- **Schweizer Marken stärken die Widerstandskraft in turbulenten Zeiten**
Die resilientesten Marken der Schweiz – ermittelt mit dem BrandTrust Resilienz-Index
- **Wie resilient sind deutsche Technologiemarken?**
Made in Germany 4.0: die große BrandTrust Technologiemarken-Studie

Brand
Trust

BRAND STRATEGY
CONSULTANTS



„Der beste Dozent und die spannendste Vorlesung bis jetzt. Kein inhaltsleeres Geschwafel, sondern jeder Satz mit Hand und Fuß.“

„Spannend bis zur letzten Sekunde.“

„Der Vortrag von Herrn Gietl hat die Teilnehmer tiefgreifend angesprochen, praktisch inspiriert und didaktisch gefesselt.“

„Herr Gietl ist ein sehr erfahrener und inspirierender Moderator, der über alle Hierarchiestufen für ein Thema begeistern kann.“

Brand Trust GmbH
Pfannenschmiedgasse 1
90491 Nürnberg

T +49 (0)911 933 57 80
E juergen.gietl@brand-trust.de