

Klaus-Dieter Koch

Managing Partner

Vortragsschwerpunkte

- **Markenführung im digitalen Zeitalter: Erfolgsfaktoren & Kapitalsünden**
In der Digitalisierung geht es nicht um High Tech, sondern um High Touch.
- **Wie man in der digitalen Welt Vertrauen schafft**
Führende Marken gewinnen Kunden durch eine größere Anziehungskraft, binden sie durch Vertrauen und wachsen durch mehr Wertschöpfung.
- **Markenmanagement: Der intelligente Weg zur Nr.1**
Die Erfolgsgesetze starker Marken und warum das Preisspiel die Markenpositionierung gefährdet
- **Marken mit einer klaren Markenstrategie zu mehr Umsatz**
Wie Marke die zentralen Werttreiber beeinflusst und als strategisches Managementsystem den operativen Cash Flow sowie die Wettbewerbsfähigkeit steuert.

Vorträge können in folgenden Sprachen gehalten werden:

- Deutsch
- Englisch

Der Referent:

Um Brandmanager praxisnah zu befähigen und damit das Wissen über die Kraft der Marke wächst, hält Klaus-Dieter Koch zahlreiche Vorlesungen u.a. über Markenmanagement und Digitale Markenführung an Universitäten und Business Schools. An der ZfU International Business School in Zürich gehört er bereits seit vielen Jahren der Core Faculty an. Auch auf internationalen Branchen-Kongressen und Markenkonferenzen ist er ein gefragter Redner, der CEOs und Brandmanager mit einer Kombination aus fundierten, inspirierenden Inhalten, die prägnant und dennoch charmant-kurzweilig präsentiert werden, fesselt.

Veröffentlichungen (Auszug)

- **Reiz ist geil - in 7 Schritten zur attraktiven Marke**
Dieses Buch von Klaus-Dieter Koch zählt mittlerweile zu den „Must Reads“ in der Markenführung. Aus physikalischen Gesetzen leitete der Autor Regeln für die Markenführung ab. Heraus kam ein lesenswertes Buch voller frischer Anregungen für mehr Markenerfolg.
- **Pro und Contra: Braucht Ihre Marke wirklich einen neuen Namen?**
Wann ist ein Rebranding sinnvoll und wann sollten Sie besser die Finger davonlassen und stattdessen eine Repositionierung erwägen? Wir nennen Ihnen 8 triftige Gründe, die einen neuen Markennamen rechtfertigen – und 8 Gründe, die dagegensprechen.
- **Reiz der Genügsamkeit: Unser Konsum wird sich verändern**
Das bewegt uns Menschen: Klimawandel, Pandemie, Krieg, Energiepreise, Inflation, Angst. Unternehmen brauchen Antworten, wie sie ihre Marken auf das „Zeitalter des Stresses“ und das neue Konsumverhalten vorbereiten können. Viele Diskussionen kreisen um Begriffe wie nachhaltiges Wirtschaften, sozial-ökologische Transformation, ja sogar Degrowth. Bernhard Scholz und ich beschreiben vier zentrale Trends und zeigen, wie Marken konkret darauf reagieren

Studien (Auszug)

- **Impact-Brands-Studie - Gutes tun ist profitabel**
Impacts Brands wie Patagonia beweisen: Wer Moral und Profit zu kombinieren versteht, kann in übersättigten Märkten erfolgreich sein.
- **Digital Luxury: How The Digital Transformation Shapes Luxury Brands**
Internationale Studie zu Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Luxusbranchen und ihre Marken.



„We were very convinced by his strong argumentational logic and exceptional communication skills.“

„Herr Koch hat vor allem mit seinem charismatischen und kompetenten Auftreten sowie seinem enormen Wissen begeistert.“

„Ihnen ist es gelungen, unseren Blick für das Wesentliche zu schärfen.“

„Ihre kommunikative Kompetenz gepaart mit der Logik in der Argumentation haben bei unseren Teilnehmern einen regelrechten AHA-Moment ausgelöst.“

Kontakt

Brand Trust GmbH
Pfannenschmiedsgasse 1
90491 Nürnberg

T +49 (0)911 933 57 80
E klaus-dieter.koch@brand-trust.de