



Pressemeldung | Januar 2014

Pioniere gesucht: Erstes globales Managementseminar zur Digitalen Markenführung am UdK Berlin Career College

Einzigartiger Post-MBA-Meisterkurs „Digital Brand Management around the World“ in Deutschland, China, Brasilien, USA

Welche Besonderheiten haben Marken im Internet, auf Handys, Smartphones und in digitalen Medien? Welche Unterschiede gibt es weltweit? Wie entwickelt sich die digitale Markenführung in den kommenden Jahren? Antworten auf diese Fragen gibt der erste internationale Zertifikatskurs "Digital Brand Management around the World". Der Kurs wird im September 2014 starten. Anbieter ist das **Berlin Career College** der Universität der Künste Berlin in Kooperation mit 3 international renommierten Universitäten in Shanghai (China), Los Angeles (USA) und Rio de Janeiro (Brasilien), weitere Standorte sind geplant. Der Zertifikatskurs richtet sich an Verantwortliche für (Digitale) Markenführung aus Unternehmen und Organisationen aus aller Welt. Sie verschaffen sich an den wichtigsten Orten für Digitale Markenführung in persönlichen Gesprächen einen Einblick in das Thema, sie diskutieren mit Experten, blicken Profis über die Schulter und erfahren, was in der Digitalen Markenführung funktioniert – und was nicht.

Digitale Markenführung wird immer wichtiger

Digitale Markenführung hat in den vergangenen Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen und wird dies künftig weiter tun: Die Zahl der Marken im Internet steigt - auch durch neue Marken aus aller Welt. Konsumenten kaufen immer häufiger im Internet und bestellen per Handy. In sozialen Netzwerken empfehlen sie sich ihre Lieblingsmarken. Jedoch: Viele Marken scheitern im Internet aufgrund von Kulturunterschieden: Zum Beispiel verwendete Henkel in der Werbung für einen Toilettenreiniger die Nationalfarben der Ukraine. Oft sind die Besonderheiten von digitalen Medien nicht genutzt, insbesondere die Möglichkeit, mit Kunden zu sprechen. Erlebnisse bieten Marken kaum. Soziale Netzwerke sind weltweit höchst unterschiedlich verbreitet und funktionieren aufgrund von Kulturunterschieden sehr divers. Schließen sich Nutzer aus aller Welt zusammen, können sie Marken boykottieren und ihr dauerhaft schaden: Guido Barilla, Konzernchef des weltweit größten Nudelherstellers, äußert sich negativ über Homosexuelle und löste damit ein Sturm der Entrüstung in sozialen Netzwerken weltweit aus. Die Umweltschutzorganisation Greenpeace startete eine internationale Social-Media-Kampagne gegen Nestlé, die für die Palmöl-Produktion für die Marke KitKat Lebensräume von Orang-Utans zerstören. Folge: Ungenutzte Potenziale, falsches Vorgehen oder Krisen im Internet kosten Unternehmen heute schon enorme Summen.

Der weltweit einzigartige Post-MBA-Kurs „Digital Brand Management around the World“ hat das Ziel, auf einer Reise in 4 Stationen die Chancen und Grenzen der Digitalen Markenführung aufzudecken und für Unternehmen und Organisationen nutzbar zu machen.

Schon von Anfang an kommen Top-Manager aus aller Welt zusammen, um sich gemeinsam auf die Reise zu begeben von Berlin nach Shanghai zur Tongji-Universität, nach Los Angeles zur Annenberg School und nach Rio de Janeiro zur Fundacao Dom Cabral. Die Besuche finden im Rhythmus von etwa 3 Monaten statt. In der Zwischenzeit arbeiten die Teilnehmenden an ihren Heimatorten an eigenen Projekten oder lösen online gemeinsam Aufgaben aus der weltweiten digitalen Markenführung.

Erfolgreiche Beispiele aus aller Welt

An jedem Standort finden 7 Tage lang Veranstaltungen statt: am Vormittag jeweils Vorlesungen mit den renommiertesten Wissenschaftlern; am Nachmittag Expertendiskussionen, Besuche von Unternehmen, Agenturen und Organisationen. Die Teilnehmenden lernen Erfolgsfaktoren und erfolgreiche Beispiele für Digitale Markenführung kennen und erfahren, welche Geschäftsmodelle künftig erfolgreich sein könnten.

Welchen Nutzen haben Unternehmen von diesem Kurs? Sie profitieren durch neueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis. Sie können von Beginn an ein internationales Netzwerk aufbauen und vor Ort Kontakte zu den führenden Wissenschaftlern, Praktikern und Universitäten schließen. Sie erhalten einen Einblick, wie sie künftig selbst erfolgreiche weltweite digitale Markenführung gestalten können.

Weltweit erfahrener Organisator

Organisator des Kurses ist Prof. Dr. Dieter Georg Herbst. Er ist international anerkannter Experte für Digitale Kommunikation. Er ist Honorarprofessor für Strategisches Kommunikationsmanagement und Gastprofessor im Masterstudiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“ der Universität der Künste Berlin (Deutschland), Gastprofessor für „eCommerce in China“ an der Jiao-Tong-Universität in Shanghai (China) und Hauptdozent für Unternehmenskommunikation und Social Media in zwei EBMA-Programmen an der Universität St. Gallen (Schweiz). Er forscht und lehrt regelmäßig in den USA, in Indien und Brasilien. Herbst ist außerdem Geschäftsführer der source1 networks GmbH und weltweit als Berater für Unternehmen, Organisationen und Personen tätig. 2011 wurde er von der Zeitschrift „Unikum Beruf“ zum „Professor des Jahres“ gewählt. Er ist Mitglied im „Rat der Internetweisen“. Herbst hat 16 Bücher über Marketing und Unternehmenskommunikation geschrieben. Derzeit schreibt er ein Buch über "Digital Brand Management", das voraussichtlich Ende 2014 erscheinen wird.

Das **UdK Berlin Career College** bündelt die Weiterbildungsangebote des Zentralinstituts für Weiterbildung der Universität der Künste Berlin. Es bietet eine in Deutschland einzigartige Bandbreite an universitären Angeboten im künstlerisch-kreativen Bereich. Mit vier Masterstudiengängen und zahlreichen Zertifikatskursen richtet sich das UdK Berlin Career College an alle, die künstlerisch-kreative Ansätze vertiefen und mit wirtschaftlichen Themen verknüpfen möchten. Darüber hinaus präsentiert die internationale Berlin Summer University of the Arts ein hoch qualifiziertes englischsprachiges Programm, das sich an Künstlerinnen und Künstler aller Disziplinen, Kulturschaffende und Kreativunternehmer wendet. Das Programmangebot des UdK Berlin Career College basiert auf eigenen Forschungsergebnissen zum Weiterbildungsbedarf der Creative Industries.

Die **Universität der Künste Berlin** ist weltweit eine der größten künstlerischen Hochschulen und die einzige, die alle Disziplinen der Kunst und der auf sie bezogenen Wissenschaften in sich vereint. An den vier Fakultäten Bildende Kunst, Gestaltung, Musik und Darstellende Kunst sowie dem Zentralinstitut für Weiterbildung werden über 40 künstlerische, künstlerisch-wissenschaftliche und künstlerisch-pädagogische Studiengänge angeboten. Von rund 4000 Studierenden stammt etwa ein Fünftel aus dem Ausland. Die Geschichte der UdK Berlin reicht zurück bis zur Gründung der brandenburgisch-preußischen Akademie der Künste im Jahr 1696. Ihre heutige Form erhielt sie 1975 durch den Zusammenschluss der Hochschule für bildende Künste und der Hochschule für Musik und darstellende Kunst zur Hochschule der Künste (HdK). Seit 2001 trägt die Universität der Künste Berlin ihren heutigen Namen. Präsident ist seit Januar 2006 Professor Martin Rennert. Mit mehr als 500 Veranstaltungen im Jahr trägt die UdK Berlin maßgeblich zum kulturellen Leben der Stadt bei.

Weitere Informationen:

Prof. Dr. Dieter Georg Herbst
Berlin Career College
Universität der Künste Berlin
Bundesallee 1-12
10719 Berlin
Tel.: +49 – 030 – 236 279 71
Mobil: +49 – (0)171 – 6372164
E-Mail: dieter.herbst@udk-berlin.de

Claudia Assmann
Leiterin der Pressestelle Universität der Künste Berlin
Tel.: +49 (0)30 - 3185 2456
E-Mail: claudia.assmann@intra.udk-berlin.de

Kathrin Rusch
Pressearbeit UdK Berlin Career College
Tel.: +40 – (0)30 – 3185 2835
E-Mail: kathrin.rusch@intra.udk-berlin.de