

Beim elften Visionär legen wir den Fokus auf das dynamische Thema Sportvermarktung – spannend und authentisch dargestellt vom BVB-Marketingvorstand Carsten Cramer, der Auf- und Abstiege des Vereins miterlebt hat.

Zu diesem visionären Abend laden wir – im Namen des Kompetenzteams Management und Führung – herzlich auf das charmante Gut Havichhorst in Münster-Handorf ein.

Bitte melden Sie sich bis zum 31. August 2016 per E-Mail an:  
wirtschaftsjunioren@ihk-nordwestfalen.de

Wirtschaftsjunioren und Gäste dürfen sich auf neue Impulse und einen schönen Abend freuen.

**Vorstand und Beirat der Wirtschaftsjunioren Nord Westfalen.**

**8. SEPTEMBER  
2016, 18:00 UHR**

**Veranstaltungsort**

Gut Havichhorst GmbH  
Havichhorster Mühle 100  
48157 Münster  
Tel: 0251 1419 20

**Ablauf**

18:00 Uhr Empfang  
18:30 Uhr Vortrag  
20:00 Uhr Get-together

**MARKENVERSPRECHEN  
ECHTE LIEBE**



Von sich selbst sagt er, er sei genau dort angekommen, wo er immer sein wollte: Im Marketing-Vorstand des Fußball-Magnets schlechthin – Borussia Dortmund.

Der gebürtige Münsteraner blickt auf einen spannenden beruflichen Werdegang zurück. Nach seinem Jurastudium begann seine steile Karriere als Geschäftsführer und Marketingleiter bei Preußen Münster. Von dort wechselte er zum Sportrechtevermarkter „Sport-five“, wo er zunächst für den Hamburger SV und schließlich auch für den BVB als Teamleiter tätig war.

Als Marketer hat er die Höhen und Tiefen von Borussia Dortmund hautnah miterlebt und durch harte Arbeit und positive Einstellung gemeistert. Er ist stolz darauf, „für so einen starken Verein arbeiten zu dürfen“.

Cramers Passion fürs Marketing und sein schwarz-gelbes Herz vereinen sich beim BVB – „Echte Liebe“ eben.

Referent  
**CARSTEN CRAMER**

## MARKENFÜHRUNG ALS BESTANDTEIL VON UNTERNEHMENSSTRATEGIE AM BEISPIEL VON BORUSSIA DORTMUND

Im Jahr 2005 stand der BVB vor dem finanziellen Abgrund. Die Abhängigkeit von anderen und fehlende Stringenz in der Führung der Marke ließen die schwarz-gelben Farben mehr und mehr verblassen. Glückliche Rahmenbedingungen gepaart mit harter Arbeit ermöglichten einen erfolgreichen finanziellen Konsolidierungsprozess. Währenddessen wurde Markenführung als zentraler Baustein der Unternehmensstrategie verankert. Die Begriffe Echtheit, Ambition, Bindungskraft und Intensität konnten als Essenz der 110-jährigen Clubhistorie herausgearbeitet werden und stellen seitdem die Weichen für richtungsweisende Entscheidungen. Borussia Dortmund ist das intensive Fußballerlebnis.

**Das Markenversprechen „Echte Liebe“ ist Ausdruck dieser Positionierung.**