

# BRAND NEW WORK



# PROGRAMM

 16.00

## Brand New Work

Homeoffice, Remote-Work & Co. waren bis vor Kurzem noch Fremdworte in vielen Unternehmen und sind innerhalb des letzten Jahres zur Selbstverständlichkeit geworden. Welchen Einfluss hat das auf die Unternehmenskultur und welche Bedeutung haben Marken zur internen Identifikationsstiftung? Vor diesem Hintergrund wird in unserem Web-Forum speziell auf die Führung von Marken eingegangen: Wie arbeiten Agenturen und Markenunternehmen in Zukunft zusammen? Welche Instrumente und Vorgehensweisen helfen? Und inwiefern haben sich Anforderungen an Marken seitens Mitarbeitenden sowie Kunden geändert?

**Hans-Willy Brockes**, Geschäftsführer, ESB Marketing Netzwerk

## Offene Diskussion und Erfahrungsaustausch mit den Gästen:

### Heinrich Paravicini, Co-Gründer, Chief Creative Officer & GGF, MUTABOR Management

Das 150 Mitarbeiter starke Haus für Design und Transformation arbeitet interdisziplinär mit einem Team aus Designern, Architekten, Grafikern, Filmern, Strategen und Interfacedesignern und ist spezialisiert auf Markenauftritte in allen Dimensionen. MUTABOR arbeitet für Kunden wie Audi, Bahlsen, die Bundesliga, Clariant, Migros oder Volkswagen. Bis heute konnte MUTABOR weit über 600 Designpreise gewinnen, darunter u.a. den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland in Gold. Unterscheiden sich die Anforderungen der Kunden je nach Branche? Inwiefern beeinflusst der Markenauftritt die Markenwahrnehmung von (potentiellen) Arbeitnehmern?



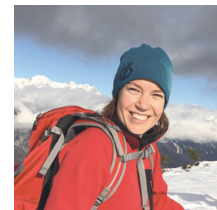
### Jochen Schroda, Managing Director, pulsmacher

pulsmacher ist eine Kommunikationagentur aus Ludwigsburg, die Kunden ganzheitlich und interdisziplinär betreut. Im Rahmen der Arbeitsfelder «brand architecture» und «new work» hat pulsmacher für zahlreiche Kunden auch neue Büroräume mitsamt der Einrichtung entworfen und umgesetzt. Mit kreativen Meetingräumen, Projektspaces oder Silent Workspaces wird das Büro zu einem Wohlfühlort, zur Corporate-Heimat und zur Inspirationsquelle. Wie trägt die Bürogestaltung dazu bei die Corporate Identity zu stärken? Prägt das Arbeitsumfeld auch die Markenidentität und -identifikation? Und was macht das Home-Office mit all dem?



### Iris Wermescher, Business Development Director Travel, komoot

pulsmacher ist eine Kommunikationagentur aus Ludwigsburg, die Kunden ganzheitlich und interdisziplinär betreut. Im Rahmen der Arbeitsfelder «brand architecture» und «new work» hat pulsmacher für zahlreiche Kunden auch neue Büroräume mitsamt der Einrichtung entworfen und umgesetzt. Mit kreativen Meetingräumen, Projektspaces oder Silent Workspaces wird das Büro zu einem Wohlfühlort, zur Corporate-Heimat und zur Inspirationsquelle. Wie trägt die Bürogestaltung dazu bei die Corporate Identity zu stärken? Prägt das Arbeitsumfeld auch die Markenidentität und -identifikation? Und was macht das Home-Office mit all dem?



 17.00 Virtuelles Networking

## ANMELDUNG

[www.esb-online.com/webforen](http://www.esb-online.com/webforen)

## LIVE-STREAM

Das Web-Forum wird live übertragen und steht im Nachhinein als Video-on-Demand zur Verfügung.

## ANSPRECHPERSON

Deborah Coors  
[coors@esb-online.com](mailto:coors@esb-online.com)