

## Interview mit Dr. Peter Felser, Co-Studiengangsleiter CAS Brand Leadership

### Marke im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns

Zusammen mit Max Meister leitet Dr. Peter Felser den Zertifikatslehrgang (Certificate of Advanced Studies) in Brand Leadership, der sich den facettenreichen Disziplinen einer ganzheitlichen und strategischen Markenführung widmet. Was den Lehrgang zu einem besonderen macht, erläutert er in nachfolgendem Interview.



#### **HWZ: Weiterbildungen im Bereich Branding werden auch an anderen Institutionen angeboten. Inwiefern hebt sich der CAS Brand Leadership der HWZ von ihnen ab?**

Peter Felser: Einige Studiengänge behandeln zwar das Thema Brand Management. Sie sehen Marken jedoch oft als ein Instrument unter vielen, welches – meist von jungen Product Managern – zur kurzfristigen Absatzoptimierung „gemanagt“ wird. Bei anderen Lehrgängen wird Markenführung als kleines Unterkapitel der Strategischen Unternehmensführung gesehen. Beides wird der Bedeutung der Marke und deren Kraft, ganze Organisationen und Märkte zu bewegen, nicht gerecht. Unser Studiengang vermittelt ein neuartiges Markenführungsverständnis, bei dem die Marke im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns steht. Brand Leadership übernimmt die strategische Verantwortung für die Marke, definiert, wofür die Marke steht, und macht diese Inhalte den unterschiedlichen Anspruchsgruppen konsistent und effektiv erlebbar. Eine ganz spezielle Rolle spielt dabei die Markenmission.

#### **An wen richtet sich der Lehrgang?**

Das Hochschulzertifikat richtet sich an Persönlichkeiten, die ihr strategisches Markenverständnis stärken wollen, um das Unternehmen noch ganzheitlicher zu prägen. Wir erwarten markenaffine Führungskräfte, die Verantwortung für anspruchsvollste markenbezogene Entscheide tragen oder anstreben. Das können Geschäftsführer, Marketing- oder Kommunikationsleiter sein oder auch Führungspersonen aus Brand-Management- und Corporate-Communications-Abteilungen.

## **Wieso wird hier Branding und Leadership miteinander verbunden?**

Historisch gesehen haben Leadership und Branding denselben Ursprung. Die ersten Marken waren ganz einfach die Namen der Unternehmer. Diese Persönlichkeiten haben die Unternehmen ganzheitlich geprägt. Auch heute werden die erfolgreichsten Unternehmen von Persönlichkeiten geprägt, die primär über die Kraft der Marke führen. Zugespitzt formuliert heisst dies: Brand Leadership führt nicht nur die Marke, sondern führt ganzheitlich die Organisation durch die Marke.

## **Welche Themenbereiche stehen im Zentrum?**

Die Themenpalette ist breit. Fragestellungen sind zum Beispiel: Wie nimmt die Markenmission Einfluss auf das Handeln der gesamten Organisation? Inwiefern beeinflussen die Trends Big Data, Digital und Mobile die Markenführung? Wann bringt die Zusammenarbeit mit anderen Marken wirklich Vorteile? Wie werden Mitarbeitende und Führungskräfte auf ihre Rolle als Markenbotschafter vorbereitet? Wie können Social Media Communities gewinnbringend genutzt werden, um die Markenloyalität zu stärken? Worauf ist bei einem angestrebten Kulturwandel zu achten? Wie messe ich den monetären Wert meiner Marke und wie kann ich diesen aktivieren? Wie lassen sich die Wirkung und Effizienz einzelner Kommunikationsmassnahmen objektiv messen?

## **Wer doziert in diesem Lehrgang?**

Zu den renommierten Referentinnen und Referenten gehören Kommunikationsexperten wie Dr. Dominique von Matt und Martin Spillmann, CEOs erfolgreicher Marken wie Urs Riedener und Thomas Amstutz, der Neuromarketingsspezialist Dr. Hans-Georg Häusel sowie Fachexperten aus Wissenschaft und Wirtschaft wie zum Beispiel Prof. Dr. Sybille Sachs, Prof. Dr. Torsten Tomczak, Prof. Dr. Sven Reinecke.

## **Welchen Nutzen haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer?**

Der CAS Brand Leadership vermittelt ein fundiertes Instrumentarium, um Marken strategisch und gewinnbringend im digitalen Zeitalter zu führen. Der Studiengang wird das Marken-Know-how der Teilnehmenden optimieren und durch wertvollen Erfahrungsaustausch mit Führungspersönlichkeiten aus Wissenschaft und Wirtschaft erweitern. Dadurch entsteht in der HWZ eine interessante Plattform für heutige und künftige Brand Leader.

## **Warum engagieren Sie sich im Bereich Weiterbildung?**

Mich fasziniert die Verknüpfung von neusten wissenschaftlichen Erkenntnissen mit der Erfahrung aus der Praxis. Diese gegenseitige Befruchtung ist sehr bereichernd. Dieses Engagement ist eine gute Gelegenheit, mich selbst wieder intensiv mit neuen Modellen und Ansätzen auseinander zu setzen. Im Arbeitsalltag besteht die Gefahr, stets die bewährten Rezepte anzuwenden. Ich freue mich zudem auf den Austausch mit den Teilnehmenden und den anderen Dozierenden. Wir werden bestimmt angeregt über Erfolg versprechende Markenkonzepete der Zukunft debattieren.