



## KLAUS-DIETER KOCH

### Managing Partner

„Herrn Koch gelang der Spagat zwischen ‚Das tun wir richtig‘ und dem Eingehen auf die Individualität des Unternehmens.“

Julius Meinl Industrieholding GmbH

#### **Marken-Kompetenz**

Klaus-Dieter Koch verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung mit Marken und Markenstrategien, die er zum Vorteil vieler Brand:Trust Kunden wie Credit Suisse, Julius Meinl, Emmi, BASF, Kitzbühel, u.v.m. einbringt.

Er ist Gründer und Managing Partner der Brand:Trust GmbH, Brand Strategy Consultants, mit Sitz in Nürnberg. Der führenden Managementberatung zur Steigerung der Markenbegehrlichkeit.

Er ist auf Marken-Strategieberatung für mittelständige Unternehmen sowie Großunternehmen in Europa mit Schwerpunkt Deutschland, Österreich und der Schweiz spezialisiert.

#### **Marken Know-How**

Seine Berufserfahrung beinhaltet 25 erfolgreiche Jahre als selbstständiger Unternehmer. Mit seinem Team ist er spezialisiert auf die Entwicklung und Implementierung von Markenstrategien, die Unternehmen dabei unterstützen, mit Hilfe ihrer Marke profitables Wachstum zu erwirtschaften, die Marketingeffizienz zu erhöhen, die Markenmanagement-Risiken zu minimieren sowie den Marken- und damit den Unternehmenswert zu steigern. Er lässt regelmäßig Studien zu Themen wie „Neuer Luxus“, „Die Zukunft von Finanzmarken“, „Die Zukunft von Energie-Marken“, „Business-to-Business Branding“, Visuelle Markenführung und Virusmarketing erstellen, über die u.a. in Cash, Handelsblatt, FAZ, Süddeutsche Zeitung, Standard, Kurier und NZZ berichtet wird.

#### **Kolumnen, Vorträge, Seminare**

Er ist ein gefragter Referent bei zahlreichen Unternehmen und Veranstaltern wie Euroforum, The Conference Group, Business Circle, u.v.a. Er ist Kolumnist beim Wiener Wirtschaftsblatt, der führenden Wirtschaftszeitung in Österreich und hält regelmäßig Seminare und Vorlesungen an mehreren Hochschulen und Business Schools und ist Mitglied der Core Faculty der ZfU International Business School in Zürich. Seine zahlreichen Artikel erschienen u.a. im Schweizer Management-Magazin Bilanz, Handelsblatt, Die Welt, Die Presse etc.

#### **Literatur zum Thema Marke**

Klaus-Dieter Koch ist der Verfasser von Reiz ist Geil – In 7 Schritten zur attraktiven Marke (2006 Orell Füssli Verlag, Zürich), einem der erfolgreichsten Bücher der Markenliteratur der letzten Jahre sowie von Was Marken unwiderstehlich macht – 101 Wege zur

Begehrlichkeit, das Ende 2009 im gleichen Verlag erschienen ist.

Zudem schrieb er Buchbeiträge wie „Wie wirkt sich Systembranding auf die Marke Sparkasse aus?“ und „Luxury Tourism – Insights into an Underserved Market Segment“ erschienen in „Trends and Issues in Global Tourism“ 2009.