

Jürgen Gietl

Managing Partner und Technologiemarkenexperte

Vortragsschwerpunkte

- **Die Wirkung von Marken im Prozess von Unternehmensnachfolge**
Wie Sie Ihr unternehmerisches Erbe in Ihrer Marke speichern und damit an nachfolgende Generationen übergeben können.
- **Marke als Instrument für eine erfolgreiche Restrukturierung**
Wie man das Vertrauen und die Unterstützung von Mitarbeitern, Investoren und anderen Stakeholdern trotz harter Einschnitte leicht gewinnen kann.
- **Die Bedeutung von Marke als Werttreiber im M&A Prozess**
Wie man Unternehmen, Produkt- und Markenportfolios so positioniert, dass sie sich gegenseitig stärken statt schwächen.
- **Leistungsvermittlung: Wert erhöhen statt Preise senken**
Wie Sie Wertarbeit in Wertschöpfung übersetzen.
- **Eine klare Positionierung in der Digitalisierung finden**
Wie Sie die Chancen der Digitalisierung nutzen, um den Abstand zum Kunden zu verringern und ihn wieder in den Mittelpunkt zu rücken.

Vorträge können in folgenden Sprachen gehalten werden:

- Deutsch
- Englisch

Der Referent:

Jürgen Gietls Vorträge leben von seiner langjährigen Praxiserfahrung und der tiefen Kenntnis der Herausforderungen, vor denen Industrieunternehmen – familiengeführt oder börsennotiert – stehen. Empathisch und mit hoher Praxisrelevanz vermittelt er Wissen und Inspiration. Als gefragter Referent ist Jürgen Gietl bei den wichtigen Branchenkongressen präsent und schafft es wie kein anderer, den Teilnehmern in ihren Worten aufzuzeigen, dass hinter erfolgreichen Industriemarken konkrete Spitzenleistungen und große Erfindungen stecken, die verdichtet auf den Leistungskern, die Marke zum echten Wertschöpfungsinstrument machen. Immer im Fokus hat er die Zukunftsfähigkeit von Marken und Markensystemen – in der globalen, digitalen Welt.

Veröffentlichungen (Auszug)

- **Value Branding - Vom hochwertigen Produkt zur wertvollen Marke**
Industrie- und Technologieunternehmen müssen erkennen: Sie brauchen nicht nur hochwertige Produkte, sondern auch dringend wertvolle Marken. Jürgen Gietl beschreibt in „Value Branding“, wie Aufbau und Führung einer Marke gelingen, um erfolgreich zu sein.
- **Wie resilient sind deutsche Technologiemarken?**
Deutsche Technologiemarken – sowohl B2B- als auch B2C-Marken – brauchen dringend neue Impulse. Denn sie haben ein Problem: Das Label „Made in Germany“ hilft nur noch bedingt, denn es steht für Qualität, Innovation und Zuverlässigkeit. Das aber sind längst austauschbare Faktoren, die auch von der internationalen Konkurrenz geliefert werden. Die Gefahr steigt, vom wertgeschätzten Premium- zum austauschbaren Volumen-Anbieter zu verkommen.
- **Trotz Dieselgate: Deutsche Automobilhersteller sind zukunftsfähig – VW mit Abstrichen.**
Wie sehr beschädigte der Abgasskandal die Automarken? Wie steht es um ihre Zukunftsfähigkeit? Das erforschten wir mit einer repräsentativen Resilienzstudie und verglichen die Ergebnisse mit unserer Erhebung aus dem Jahr 2015.



„Der beste Dozent und die spannendste Vorlesung bis jetzt. Kein inhaltsleeres Geschwafel, sondern jeder Satz mit Hand und Fuß.“

„Spannend bis zur letzten Sekunde.“

„Der Vortrag von Herrn Gietl hat die Teilnehmer tiefgreifend angesprochen, praktisch inspiriert und didaktisch gefesselt.“

„Herr Gietl ist ein sehr erfahrener und inspirierender Moderator, der über alle Hierarchiestufen für ein Thema begeistern kann.“