

Interview

Praxiskonferenz „brand inside“

Seit 2010 treffen sich auf der Praxiskonferenz „brand inside - die Kraft der Marke kommt von innen“ Marketingprofis, Personalverantwortliche und andere Experten, um ihre Erfahrungen miteinander zu teilen. Dieses einzigartige, jährliche Expertentreffen bietet aktuelle und wirksame Lösungen für interne Markenentwicklung und mitarbeiterorientierte Markenführung. Als Initiatorin der brand inside hat LEA Jana Rohleder und Andreas Neumann von der Berliner Bank zu ihrer Teilnahme an der brand inside 2011 interviewt.



Jana Rohleder
Interne Kommunikation

Berliner Bank
Niederlassung der Deutsche Bank Privat-
und Geschäftskunden AG



Andreas Neumann
Qualifizierung

Berliner Bank
Niederlassung der Deutsche Bank Privat-
und Geschäftskunden AG



Herr Neumann, Sie waren in diesem Jahr zusammen mit Ihrer Kollegin Frau Rohleder bei der brand inside. Wie hat es Ihnen gefallen?

Neumann: Ich finde das Format der brand inside sehr gelungen. Die Konferenz war kurzweilig, informativ und sehr prägnant. Gerade der praxisnahe Austausch während und nach den Table Sessions hat mir für meine Arbeit neue Impulse und Anregungen gegeben.

Frau Rohleder, Sie sind aus der Internen Kommunikation und Herr Neumann aus der Personalentwicklung. War es für Sie sinnvoll, dass zwei Personen aus demselben Unternehmen teilgenommen haben?

Rohleder: Ich arbeite mit Herrn Neumann intern in verschiedenen Projekten zusammen. Wir schätzen es sehr, dass jeder seine fachliche Perspektive mit einbringt. Und so war es auch auf der Konferenz. Als wir uns im Nachgang dazu ausgetauscht haben, konnten wir die Diskussion aus verschiedenen Perspektiven heraus führen. Das hat unseren Blick auf das Thema sehr geschärft und eine ganzheitliche Betrachtung ermöglicht. Und ich bin davon überzeugt, dass Maßnahmen erfolgreicher umgesetzt werden können, wenn zuvor verschiedene Blickwinkel aus dem Unternehmen eingeflossen sind.

Sie haben angedeutet, dass Sie Impulse für Ihre tägliche Arbeit von der Konferenz mitgenommen haben. Welche sind das? Haben Sie sogar schon konkrete Ideen entwickelt?

Neumann: Ja, zum Beispiel wurde bei einer Table Session eine Methodik vorgestellt, wie man Führungskräfte und Mitarbeiter zu einem strukturellen Austausch an einen Tisch bekommt. Wir überlegen diese Methodik auch für uns zu übernehmen.

Rohleder: Und wir werden vorschlagen, ein interdisziplinäres Team zu bilden, das sich mit dem Thema Marke beschäftigt und sicherstellt, dass auch für dieses strategisch bedeutende Thema verschiedene Fachperspektiven berücksichtigt werden. Neben HR, Kommunikation, Qualifizierung und

Marketing sollen in diesem Team auch Mitarbeiter aus dem Vertrieb vertreten sein. Zudem hoffen wir auf deutliche Unterstützung aus der Geschäftsleitung.

Neumann: Speziell für meine Abteilung würde ich auch gerne das Thema Leadership Branding in unser Nachwuchsprogramm mit aufnehmen. Wie Sie sehen, haben wir Einiges mitgenommen und sind schon jetzt auf die Agenda der nächsten brand inside gespannt.

Vielen Dank Frau Rohleder, vielen Dank Herr Neumann für diese interessanten Einblicke. Ich wünsche Ihnen noch viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Ideen. Und wer weiß, vielleicht können Sie ja im nächsten Jahr sogar als Referenten auf der brand inside von Ihren Maßnahmen und den bis dahin gesammelten Erfahrungen berichten.

© LEA Leadership Equity Association GmbH, Berlin