

Pressemitteilung

Der kleine Unterschied macht's Do's and don'ts im interkulturellen Marketing

Termin-Tipp: WAK-Intensiv-Seminar über interkulturelle Intelligenz im Marketing am 24. Mai in Köln

Köln, 2. Mai 2013 – Ein Sofa ist ein Sofa, denken die einen. Die anderen wissen: Wer in England an ein Sofa denkt, hat ein Chippendale Sofa im Sinn. Und „Super Nova“ wird in Spanien gewiss kein Renner, heißt es übersetzt doch so viel wie „geht nicht“. Studien haben ergeben, dass ca. 55 - 70 Prozent der Werbung für internationale Produkte in jedem Land an die landestypischen Sichtweisen, Geschmäcker und Gewohnheiten angepasst werden müssen. Gerade in Europa gibt es große Unterschiede. Das schafft viel Raum für kostspielige Fehler im Marketing. Vermeidbare Fehler, wie die WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V. in Köln meint.

„Interkulturelles Marketing-Know-how wird in der globalisierten Wirtschaft immer wichtiger. Dies gilt in besonderem Maße für den europäischen Markt, der zu über 70 Prozent vom innereuropäischen Handel lebt“, weiß Prof. Dr. Wilfried Leven, Vorstand der WAK. „Wir bieten daher im Rahmen von offenen Seminaren zu diesem Thema Expertenwissen für die ganze Branche und sorgen damit insbesondere für den Wissensvorsprung unserer Studenten“, so Leven weiter.

Für das aktuelle Trends & Facts-Seminar „Interkulturelle Markenführung in globalen Märkten“ konnte die WAK Astrid F. Thomessen als Gastdozentin gewinnen. Die Beraterin für interkulturelle Kommunikation war über 20 Jahre in unterschiedlichen Industriebranchen, (z.B. Sony Europe, BMW-Rolls Royce, Citibank, Citigroup Stiftung, EON, Weinmarketing) und Funktionen in der Presse & Öffentlichkeitsarbeit als Leiterin Kommunikation, CSR-Managerin und Projektleiterin sowie in PR-Agenturen wie Burson Marsteller tätig. Sie verfügt über ein großes Spektrum an Praxiswissen über Strategien sowie Do's and Don'ts im interkulturellen Marketing.

Das Intensiv-Seminar findet am 24. Mai 2013 von 18:30 – 21:45h in der WAK, Bonner Straße 271 in Köln statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Teilnahmegebühr: 60 € (einmaliger WAK-Spezial-Tarif). Anmeldung unter www.wak.de

(2.121 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Die nächsten Studiengänge der WAK starten im September 2013.

Über die WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V.

Die WAK (www.wak.de) ist eine private Kommunikationsakademie, die seit ihrer Gründung 1956 von Agenturen, Unternehmen, Medien und Organisationen der Werbewirtschaft getragen wird. Bisher haben ca. 15.000 Fach- und Führungskräfte der Kommunikationsbranche die Studienangebote der WAK absolviert. Jährlich zählt die WAK ca. 400 bis 500 Studierende in zehn Tages- und Abendstudiengängen. Ca. 120 Dozenten, die überwiegend als High Professionals in ihrem Fachbereich arbeiten, sichern Aktualität und Praxisbezug der Ausbildung. Die Akademie hat sich zum Ziel gesetzt versierten Fach- und Führungskräfte für die Kommunikationsbranche zu rekrutieren, den Karriereeinstieg und –aufstieg zu fördern, sowie die personal- und bildungspolitischen Interessen der angeschlossenen Unternehmen, Agenturen, Medien und Organisationen gegenüber Organisationen und der Öffentlichkeit zu vertreten. Das Aus- und Weiterbildungsangebot sieht die Förderung des Karriereerfolges durch den Ausbau der persönlichen Karrierekompetenz vor. Diese setzt sich aus den vier Dimensionen Fachkompetenz, Verhaltenskompetenz, Innovationskompetenz und Praxiskompetenz zusammen.

Regelmäßig veranstaltet die WAK Infoabende für interessierte Berufsein- und –aufsteiger. Studienbeginn im März und September.

Nächster Infoabend:

8. Mai 2013
19:00 Uhr
Bonner Straße 271, 50968 Köln

Pressekontakt:

Jürgen Preiß
Tel.: 0178 / 50 30 414, E-Mail: j.preiss@wak.de
WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation e.V.
Bonner Straße 271, 50968 Köln