

Haltung und Markenkommunikation europäischer Unternehmen:

## Deep Dive China: Szenarien, Strategien, Cases

China ist Weltwirtschaftsmacht Nummer 2 und strebt nach der Führung, noch vor den USA. Wohl jedes Unternehmen in Deutschland ist direkt oder indirekt verbunden, wenn nicht sogar abhängig vom Milliardenmarkt China. Daraus ergeben sich viele Fragen, die wir diskutieren wollen: Szenarien: Wie wird sich China verändern? Was ist von der Innovationsmaschine China zu erwarten?

Strategien: Wie will die Bundesregierung die Beziehung zu China gestalten? Was sind die Überlegungen der Wirtschaft? Cases: Mitglieder berichten aus erster Hand: Wie ändern sich Marketing und Kommunikation durch chinesische Investoren in europäischen Unternehmen? Was entscheidet über den Erfolg europäischer Unternehmen in China und Asien – und wie werben sie dafür bei ihren Stakeholdern? Wie reagieren Unternehmen auf kritische Fragen, z.B. Menschenrechtsverletzungen in China? Wie lassen sich fernöstliche Plattformen, wie Alibaba und TikTok nutzen?

**DATUM UND UHRZEIT** Donnerstag, 23. Juni 2022, 14:00 Uhr bis ca. 16:30 Uhr

**ZOOM ZUGANGSDATEN, OHNE ANMELDUNG** Eine Anmeldung ist nicht nötig. Einfach rechtzeitig einwählen: Zoom-Meeting beitreten  
<https://us02web.zoom.us/j/88385294624?pwd=c2dNeWZDSUZ0cUJsUjJJaEdQWnR1QT09>  
Meeting-ID: 883 8529 4624, Kenncode: 548700

**PARTNER** Wir danken der Quirin Privatbank AG für die Förderung des Berliner Forum Politik – Wirtschaft und dem Gastgeber table media



# 23

DONNERSTAG

JUNI 2022

- |           |  |
|-----------|--|
| 14:00 Uhr | Weltmacht der Widersprüche. Wie sich China verändern will und tatsächlich verändert. <b>Frank Sieren</b> , China.Table Korrespondent, zugeschaltet aus Peking  |
| 14:30 Uhr | Vormacher und Nachmacher: Was der chinesische Markt aus einer deutschen Technologie-Marke macht. <b>Achim Kühn</b> , Herrenknecht AG, Head of Group Marketing and Corporate Communications   |
| 15:00 Uhr | Wie chinesische Plattformen Digital Marketing and Commerce voran treiben, was können wir daraus lernen? <b>Adriana Nuneva</b> , CWS Group, Chief Digital Officer   |
|           | Pause  |
| 15:30     | Nach dem Investment eines chinesischen Unternehmens: Wie verändern sich Marken- und Kommunikationsstrategien? <b>Sandra Freimuth</b> , Hauck Aufhäuser Lampe, Member of the Executive Board Corporate Communications, Marketing & Leadership |
| 16:00     | Beziehung mit dem Systemrivalen: die China-Strategie der Bundesregierung. <b>Michael Müller</b> , Mitglied des deutschen Bundestages (Auswärtiger Ausschuss), Regierender Bürgermeister von Berlin a.d., Bundesratspräsident a.d.            |
| ca. 16:30 | Ende   |

