

## Expertenprofil



### Dr. Inga Ellen Kastens

Telefon +49 (0) 251 - 747 888 51  
Telefax +49 (0) 251 - 747 888 52  
Mobil +49 (0) 176 - 227 112 00  
eMail [ingaellen.kastens@ziffereins.de](mailto:ingaellen.kastens@ziffereins.de)

## Kompetenzen

**Markenmanagement:** Strategieentwicklung, Positionierung, Profilierung, Entwicklung, Markensprache

**Unternehmenskultur:** CI- & Werte-Konzeption, Mitarbeiter-Involvement, Sprachentwicklung

**Marketing & Vertrieb:** Strategieentwicklung, Kundenbeziehungsmanagement, (s)CRM, Social Business

**Dialogorientiertes Marken- & Kommunikationsmanagement:** Strategieentwicklung, Storytelling & Content Marketing

**Immaterielle Wertschöpfung:** Qualitative Erfolgsmessung in Marketing, PR & Vertrieb

## Spezialgebiete

**Markensemantik verstehen:** Wie Marken unser Sprechen, Denken und Fühlen im Alltag wirklich beeinflussen

**Wirtschaftsdiskurse verstehen:** Wie sich Machtverhältnisse im Sprechen von Unternehmen & Zielgruppen verändern

**Kommunikationswirkung verstehen:** Wie Unternehmen von austauschbarer Werbesprache in die alltägliche Sprache von Kunden, Mitarbeitern & Co. finden

# Ausbildung



## Beruflicher Werdegang

- 01 / 2016 – heute **Geschäftsführung**  
ZifferEins GmbH & Co. KG, Münster: Beratungsunternehmen für Geschäftsmodellentwicklung, IT-, Marken- & Kommunikationsmanagement
- 01 / 2014 – 12/2016 **Gesellschafterin & Senior Project Mgr.**  
Lux Kastens Partner GmbH, Zürich: Internationale Beratungsgruppe für Unternehmens- & Markenmanagement
- 06 / 2010 – 09 / 2015 **Geschäftsführende Gesellschafterin**  
Institut für Marken-Emergenz GmbH, Köln: Methoden- & Forschungsunternehmen für Markenmanagement
- 05 / 2010 – 12 / 2014 **Beraterin, Leitung Kommunikations- & Marktforschung**  
Luxteam Brands for Life, Zürich: Internationales Markenberatungsnetzwerk
- 01 / 2010 – 05 / 2011 **Leiterin Marketing & PR**  
QRP Management Methods International, Köln: Beratungs- & Trainingsunternehmen für IT- & Projektmanagement
- 01 / 2009 – 12 / 2009 **Leiterin Marketing & PR**  
SEOLINE Online Marketing GmbH, Köln: Agentur für SEO, SEA & Social Media
- 02 / 2008 – 12 / 2008 **Projektleiterin, Trainerin & Dozentin**  
Deutsches Institut für Marketing (DIM), Köln: Beratungs- & Trainingsunternehmen für Marketing & Vertrieb
- 04 / 2006 – 06 / 2007 **Projektassistentin** (neben der Promotion)  
Dres. Schlegel & Schmidt Medizinische Kommunikation GmbH, Göttingen: Agentur für Fachmarketing & PR
- 11 / 2003 – 03 / 2004 **Praktikantin Marketing**  
(Kooperation im Rahmen des Examens)  
American Express International. Abtl. ICSS/Marketing, Frankfurt a.M.
- 08 / 2003 – 11 / 2003 **Praktikantin**  
Advanced Marketing Consulting GmbH & Co., Frankfurt a.M.
- 07 / 2002 – 10 / 2002 **Praktikantin**  
Pro-Vogue, Marketing Consulting, Promotion & Event Services, Frankfurt a.M.
- 07 / 2001 – 10 / 2001 **Praktikantin**  
baba GmbH, Gesellschaft für Musik-, Video- & Event-Produktionen, Frankfurt a.M.
- 02 / 2001 – 05 / 2001 **Praktikantin**  
Verlagsgesellschaft Borghardt GmbH & Co. KG, Rotenburg/W.

## Ausbildung

- 11 / 2005 – 01 / 2007 Promotion „Linguistische Markenführung: Die Sprache der Marken - Aufbau, Umsetzung und Wirkungspotenziale eines handlungsorientierten Markenführungsansatzes.“  
Dissertation: Magna cum laude (1,0)  
Disputation: Summa cum laude (0,8)
- 06 / 2004 – 10 / 2005 Magisterexamen in Koop. m. American Express International Abschlussnote 1,3
- 10 / 2000 – 11 / 2005 Studium (M. A.) an der Georg-August-Universität Göttingen Deutsche Philologie (Angewandte Linguistik: Organisationskommunikation, Semantik) & Politische Wissenschaften

## Weiterbildungen

- 10 – 12 / 2015 Business English Intensivschulung, Köln  
09 – 11 / 2014 Weiterbildung zur systemischen Beraterin, Schwerpunkte Führungskräfte-Coaching und Change-Management, Wien
- 12 / 2010 Weiterbildung im Projektmanagement nach PRINCE 2, Köln
- 09 / 2007 Business English Intensivkurs, Sydney  
03 – 04 & 08 / 1999 Französisch-Intensivkurse, Avignon & Paris

## Auszeichnungen

- 10 / 2010 Wissenschaftspreis des Markenverbandes (Dissertationsschrift „Linguistische Markenführung“)

## Zusatzqualifikationen

- Sprachkenntnisse Deutsch (Muttersprache)  
Englisch (Verhandlungssicher)  
Französisch (Konversationsniveau)
- IT-Kenntnisse Inhaltsanalysetools (z. B. MAXQDA), Bildbearbeitungs-Tools, Onpage-Optimierung (SEO), diverse Content Management Systemen (z. B. Contenido, Drupal) Office-Programme (Word, PowerPoint, Excel usw.), Grundlagen SPSS

# Kompetenzschwerpunkte & Projekte



## Projektauszüge

### Branche (alph.):

### Tätigkeitsschwerpunkte:

#### Energieunternehmen & Energiedienstleister

- Markenrepositionierung (Corporate Identity / Corporate Brand)
- Entwicklungen Marken-, PR & Kommunikationsstrategien
- Leitung qualitativer Markt- & Sozialforschungen
- Kommunikationsevaluationen

#### Finanzdienstleistungen

- Evaluationen Produkt- & Markenkommunikation

#### Finanzdienstleistungen (Privatbanken)

- Strategieentwicklungen, u.a. „Hybrides Bankenmodell“
- Entwicklung & Positionierung einer neuen Marke (Corporate Brand Identity)
- Entwicklung Marketing-, PR-, & Kommunikationsstrategie
- Entwicklung narrativer Strategien („Storytelling“)

#### Gebäudetechnik/ Elektrotechnik

- Umsetzung von Kundenbindungsprogrammen
- Durchführung von Arbeitsprozessanalysen
- Optimierung von kundenrelevanten Verkaufs- & Bindungsprozessen (B2C & B2B)

#### Gesetzliche Krankenversicherung

- Konzeption, Erstellung & Evaluation von Disease Management Programmen für Marketing- & PR-Umsetzung (B2C & B2B)
- Fachjournalistische Korrespondenzen

#### Hochschule

- Strategieentwicklung, Marktdifferenzierung & Positionierung

#### Medizintechnik

- Medienkonzeption & -umsetzung Marketing & PR (Schwerpunkt laiengeeichte Kommunikationen/Arzt-Patientenkommunikation)

**Branche (alph.):**

**Non Profit  
Organisation**

**Tätigkeitsschwerpunkte:**

- Marken- & Kommunikationsevaluation
- Strategieentwicklung
- Markenrepositionierung
- Entwicklung Marken-, PR- & Kommunikationsstrategien
- Leitung qualitativer Markt- & Sozialforschungen

**Onlinedienste-  
Anbieter**

- Planung, Konzeption, Implementierung einer Sub-Marketing-Unit
- Konzeption & Umsetzung
- Positionierungs-/Produktstrategien
- PR-Krisenkommunikation
- Pressekooperationen

**Pharma**

- Konzeption von Medienproduktionen für Marketing & PR (B2C & B2B)
- Laiengerechte Kommunikationen & Darstellungen
- Entwicklung (Online-) Marketingstrategie

**IT- & Projekt-  
beratungshäuser**

- Markenpositionierung & Marketingstrategie
- Aufbau & Umsetzung Kundenbeziehungsmanagementsystem
- Veranstaltungsplanung & -durchführung
- Pressekooperationen & -korrespondenzen

**Weiterbildungs-  
anbieter**

- Strategieentwicklung, Positionierung
- Konzeption Schulungs- & Präsentationsunterlagen (inkl. Prozessevaluation & -optimierungen)
- Veranstaltungsplanung & -durchführung
- Pressekooperationen & -korrespondenzen
- Beratung Unternehmenskultur (Change Management)
- Beratung Markenmanagement & Kommunikationsstrategie

## Lehre & Training für Hochschulen & Unternehmen

- 03/2009 – heute **(Inhouse-) Seminare & Coachings für Konzerne & KMU**  
Themen u.a.: Unternehmenskommunikation, Markenführung, Marketing und PR, Online Marketing, Social Business, Vertrieb, Kundenbeziehungsmanagement, Präsentation, Rhetorik
- 05/2008 – heute **Workshops & Vorträge an Hochschulen**  
Themen u.a.: (Online) Marketing, Markenmanagement, Kommunikationsmanagement
- 03/2016 – 01/2017 **Lehrbeauftragte an der Technischen Universität Darmstadt**  
Marketing-, PR- und Kommunikationsmanagement
- 06 / 2009 – 01 / 2016 **Lehrbeauftragte an der Georg-August-Universität Göttingen**  
Unternehmens- und Markenkommunikation, Marketing & PR, Kommunikations- und Rezipientenforschung
- 05 / 2013 – 06 / 2015 **Lehrbeauftragte an der Justus-Liebig-Universität Gießen**  
Marken- & Kommunikationsmanagement, PR & Marketing

## Wissenschaftliche Leitungsfunktionen

- 12/2015 – 09/2016 **Mitglied im Review Board**  
von DER MARKENTAG/Berlin
- 03/2013 – 06/2016 **Kuratoriumsmitglied** in der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V., Berlin
- 01/2012 – 06/2016 **Leitung Sektion „Fachkommunikation in Politik & Wirtschaft“** in der Gesellschaft für angewandte Linguistik e.V., Gießen



# Publikationen



## Herausgeberwerke

Reinmuth, Marcus / Kastens, Inga Ellen/Vosskamp, Patrick (Hrsg.) (2016): **Unternehmenskommunikation für Banken und Versicherer – Krisen bewältigen, Vertrauen schaffen**. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. Unter: [www.bankensprache.de](http://www.bankensprache.de).

Kastens, Inga Ellen / Busch, Albert (Hrsg.) (2016): **Handbuch Wirtschaftskommunikation. Interdisziplinäre Zugänge zur Unternehmenskommunikation**. Stuttgart: UTB.

## Monografien & Beiträge in Sammel- & Herausgeberwerken

Kastens, Inga Ellen (2017): **Branchenstereotype: Die großen Gleichmacher. Vorstellung eines unterschätzten Wahrnehmungsproblems und neue Lösungsansätze aus dem Markenwissenmanagement**. In: Nina Janich (Hrsg.): Europäische Kulturen in der Wirtschaftskommunikation. Wiesbaden: Springer VS. Im Druck.

Kastens, Inga Ellen/Reinmuth, Marcus (2016): Von der Marke zur Content-Strategie. In: **Handbuch Unternehmenskommunikation für Banken und Versicherer – Krisen bewältigen, Vertrauen schaffen**. Stuttgart: Schaeffer-Poeschel. S. 165 – 186.

Kastens, Inga Ellen (2016): **Kommunikation im Spannungsfeld von Managementpraxis, Wissenschaft und Gesellschaft**. In: Handbuch Wirtschaftskommunikation. Interdisziplinäre Zugänge zur Unternehmenskommunikation. Hrsg. v. Inga Ellen Kastens und Albert Busch. Stuttgart: UTB. Seite 44-80.

Kastens, Inga Ellen (2016): **Zeichen-Leere. Wie Wirtschaftskommunikation neue Bedeutung erlangt**. Ebenda. S. 83 – 123.

Kastens, Inga Ellen (2016): **Von der Technik zur Semantik der Marke: Was die Markenführung von der Markenforschung lernen kann**. Ebenda. S. 124 – 189.

Kastens, Inga Ellen (2016): **Markenkommunikation zwischen Planung und Aushandlung**. Ebenda. S. 239 – 257.

Kastens, Inga Ellen (2015): **Zunehmender Wettbewerb um die Bedeutungen in Wirtschaftsorganisationen**. In: Sprache in der Wirtschaft. Handbuchreihe Sprachwissen. Hrsg. v. Ekkehard Felder, Andreas Gardt. Berlin, New York: De Gruyter Verlag. S. 233 – 255.

Kastens, Inga Ellen / Lux, Peter G. C. (2014): **Das Aushandlungs-Paradigma der Marke. Bedeutungsreichtum der Marke nutzen**. Wiesbaden: Springer Gabler.

Kastens, Inga Ellen (2012): **Werbekommunikation markenlinguistisch. Über einen linguistischen Ansatz in der Markenführung und -forschung.** In: **Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge.** Hrsg. v. Nina Janich. Konstanz: Narr-Francke-Attempto Verlag. UTB-Band. S. 263 – 274.

Kastens, Inga Ellen (2009): **Linguistische Markenführung.** In: **Marke und Gesellschaft. Markenkommunikation im Spannungsfeld von Werbung und Public Relations.** Hrsg. v. Nina Janich. 1. Auflage. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH. S. 111 – 122.

Kastens, Inga Ellen (2009): **Die Sprache der Marken.** In: Jahrbuch Marketing 2009. Trendthemen und Tendenzen. Hrsg. v. Michael Bernecker, Werner Pepels. 1. Auflage. Köln: Johanna Verlag. S. 297 –310.

Kastens, Inga Ellen (2008): **Linguistische Markenführung. Die Sprache der Marken – Aufbau, Umsetzung und Wirkungspotentiale eines handlungsorientierten Markenführungsansatzes.** Münster: LIT Verlag.

## Vorträge & Moderation (Auszug)

Kastens, Inga Ellen (2016): **Moderation auf dem SCHWEIZER MARKENKONGRESS in Zürich;** Podium „Markeneffizienz“. Veranstaltet vom ESB Marketing Netzwerk AG und der Hochschule St. Gallen.

Kastens, Inga Ellen (2016): **Neue Zugänge im Content Marketing.** Fachvortrag an der Universität Potsdam.

Kastens, Inga Ellen (2015): **Zur Notwendigkeit neuer Zugänge in der Markensprache von Unternehmen.** Fachvortrag an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Kastens, Inga Ellen (2015): **Stereotype in der Kommunikationswirkungsforschung.** Fachvortrag anlässlich des Jahreskongresses der Europäischen Kulturen in der Wirtschaftskommunikation e. V. (EUKO) an der Technischen Universität Darmstadt.

Kastens, Inga Ellen/Strötgen, Stefan (2014): **Hidden Champions – ihre unentdeckten Potenziale im Marken- & Kommunikationsmanagement.** Führungskräftevortrag auf dem Unternehmertreffen der Milz & Comp. in Köln. Abrufbar unter: [http://milz-comp.de/pdf/MilzComp\\_LuxKastens.pdf](http://milz-comp.de/pdf/MilzComp_LuxKastens.pdf).

Kastens, Inga Ellen (2014): **Markenmanagement und Systemische Beratung: Zwei Königsdisziplinen.** Führungskräftevortrag im Rahmen einer Unternehmerversammlung von Königswieser & Network / Wien.

Kastens, Inga Ellen/Wind, Thomas (2014): **Bedeutung ist alles. Konsequenzen eines interdisziplinären Markenmodells für Markenforschung und Markenmanagement.** Vortrag auf dem 15. M-Motion-Tag in Frankfurt/M.: Markenführung: Geht es auch ohne Marktforschung?

Kastens, Inga Ellen (2009): 2. G•E•M Forum der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V. in Zusammenarbeit mit der Georg-August Universität Göttingen: **Wie Marken sprechen. Impulse aus der Linguistik für die Markenführung.** Mitkonzeption der Veranstaltung und Key-Vortrag „Linguistische Markenführung – ein handlungsorientierter Ansatz“.

Kastens, Inga Ellen (2009): **Die Bedeutung der Linguistik in der Markenforschung und Markenführung.** Vortrag vor der Gesellschaft für Deutsche Sprache (GfdS).

Kastens, Inga Ellen (2009-2011): Diverse Vorträge an der Fachhochschule Köln, Themen u.a.: **Online Marketing in der Praxis** sowie diversen **Praxisfeldern der Unternehmenskommunikation.**

Kastens, Inga Ellen (2008): **Studentag Business Psychology;** Vortrag und Workshop an der Hochschule Fresenius/Köln.

Kastens, Inga Ellen (2007-2010): Diverse Vorträge an der Georg-August Universität Göttingen, u.a. **Interdisziplinäre Ansätze im Kommunikationsmanagement; Stereotypforschung im Marken- und Kommunikationsmanagement**

## Presse & Interviews

Kontext: Mitarbeitermagazin der UNION INVESTMENT. **Die Marke im Blick.** Interview mit Inga Ellen Kastens. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download1\\_Kontext\\_4-2016\\_Markeninterview.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download1_Kontext_4-2016_Markeninterview.pdf) oder <http://bit.ly/2mEYYdv>.

Netzwirtschaft.com (2015): **Die Sprache des Digitalen.** Interview mit Inga Ellen Kastens. Abrufbar unter: <https://netzwirtschaft.net/interview-mit-dr-inga-ellen-kastens-lux-kastens-partner-gmbh/> oder <http://bit.ly/2mKiTa9>.

Kastens, Inga Ellen (2015): **Die Causa VW. Ein Beitrag zur narrativen Inszenierung eines Skandals.** Gastbeitrag. Abrufbar unter: <http://www.hermann-sottong.de/?p=374> oder <http://bit.ly/2IWIOxf>.

Kastens, Inga Ellen/Strötgen, Stefan (2015): **Vertrauensvakuum in der Versicherungsbranche.** In: Absatzwirtschaft Online.

Kastens, Inga Ellen/Lux, Peter G. C. (2014): **Back to Basics! Doch welche Basics?** In: Handelszeitung, Special Marketing 04/27. S. 6.

Göbel, Vanessa (2012): **Dynamisch, ethisch und social.** Interview mit Inga Ellen Kastens sowie Nachberichterstattung zum 16. G.E.M Markendialog. In: Markenartikel, Nr. 04. S. 50-54. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download3\\_16.-MD-2012-ma-4-2012-1.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download3_16.-MD-2012-ma-4-2012-1.pdf) oder <http://bit.ly/2ITELIA>.

Birkenfeld, Lena (2011): **Lasst Unternehmen sprechen.** Interview mit Inga Ellen Kastens. In: Spectrum. Kundenzeitschrift der Deutschen Leasing. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download2\\_SPECTRUM-42\\_30-32\\_Unternehmenssprache.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download2_SPECTRUM-42_30-32_Unternehmenssprache.pdf) oder <http://bit.ly/2mdyPop>.

Dornbusch, Björn (2010): **Deutsch to go - wie Sprache sich verändert.** Interview mit Inga Ellen Kastens. WDR 3-Programm-Reihe: WDR3-Mosaik. Erstausstrahlung am 20. Januar 2011.

Kastens, Inga Ellen (2010): **Die Sprachlosigkeit der Marken. Wie der Glaube an den Mythos „Kommunizieren kann jeder“ Marken zerstört.** In: Fischer's Archiv 05/10. S. 10-11.

Kastens, Inga Ellen (2010): **Linguistik: Marken sprechen lassen.** In: Markenartikel. Magazin für Markenführung, Nr. 12. S. 54-56. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download4\\_Linguistik\\_IEK\\_Markenartikel\\_122010.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download4_Linguistik_IEK_Markenartikel_122010.pdf) oder <http://bit.ly/2IWA4GO>.

Göbel, Vanessa (2010): **Ausgezeichnete Forschungsarbeiten: Verleihung des Wissenschaftspreises 2010.** In: Markenartikel, Nr. 11. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download5\\_Ausgezeichnete-Forschungsarbeiten\\_MA\\_112010.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download5_Ausgezeichnete-Forschungsarbeiten_MA_112010.pdf) oder <http://bit.ly/2lqJlo2>.

Knauß, Ferdinand (2009): **Wie Marken sprechen. Wissenschaft im Dienst der Marke.** In: Handelsblatt vom 23.11.2009. S. 8. Abrufbar unter: [http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download6\\_Wissenschaft-im-Dienst-der-Marke.pdf](http://www.ziffereins.de/ziffereins/wp-content/uploads/2017/03/Download6_Wissenschaft-im-Dienst-der-Marke.pdf) oder <http://bit.ly/2m8grNk>.

Kastens, Inga Ellen (2008): **Die Sprache der Automarken. Linguistische Expertise entschlüsselt den Sprachcode starker Brands.** In: Marketingprofile, Nr. 4. S. 16-18.

Autorenprofil bei Amazon:

<https://www.amazon.de/Inga-Ellen-Kastens/e/B00IOM18P6>  
oder <http://amzn.to/2ISYYrQ>