

## PRESSEMITTEILUNG NR. 1

## 2. Österreichischer Marken“Dialog 2013

**Die Fachtagung zum Thema „Markenführung statt Marken-Burn-out“ zeigt eindrucksvoll, wie die aktuelle Krise dazu führt, dass auch gestandene Unternehmen immer härter um Marktanteile, Kunden und loyale Händler kämpfen müssen. In Expertendialogen beleuchteten internationale Topreferenten, was man tun kann, um den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens gezielt zu sichern.**

### Marken-Burn-out ein neues Schlagwort aus der Werbebranche oder?

Das Marken-Burn-out kein neues Schlagwort aus der Werbebranche ist, davon sind die Initiatoren des Österreichischen Marken“Dialogs 2013, Manfred Enzlmüller, Laurentius Josef Mayrhofer und Gottfried Schuller überzeugt. Denn, es ist eine Tatsache, dass jedes Unternehmen allein durch sein Handeln am Markt, gewollt oder ungewollt, zu einer Marke wird. Daher versuchen Marketingfachleute aus Industrie, Handel, Gewerbe und Werbung den wirtschaftlichen Erfolg von Marken gezielt zu sichern. Die daraus entstehenden Markenerfolge basieren auf einer klassischen Dreiecksbeziehung. Aus verhaltenswissenschaftlicher Sicht wird dabei in den Köpfen der Zielpersonen ein emotionales Vorstellungsbild geschaffen, um damit Kaufentscheidungen positiv beeinflussen zu können. Aus rein finanzwirtschaftlichen Aspekten wird mit einer Marke das Ziel verfolgt, einen möglichst guten Preis für ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erzielen. Wogegen der Kunde als dritte Komponente in diesem Beziehungsdreieck für sich natürlich nur das Beste will. Wie sich das aktuell auf die Markenentwicklung auswirkt, genau damit beschäftigt sich der Marken“Dialog 2013.

### Eine kurzer Auszug aus dem Programm

Ein Auszug aus dem Programm lässt die Herzen sämtlicher Markenverantwortlicher mit Sicherheit höher schlagen. Denn, es gibt zu jedem Impulsreferat einen moderierten Marken-Dialog mit ein bis drei Interviewpartnern. So wird zum Beispiel der Präsident des Österreichischen Patentamts, Dr. Friedrich Rödler, in seinem Referat verraten, warum Branding-Know-how vor Ideenklau schützen kann. Auf internationaler Ebene wird der ungarische Medien- und Markenspezialist András Kőszegi erläutern, warum Marken von Storytelling leben. Der Markenwertexperte Laurentius J. Mayrhofer wird die aktuelle Studie zum Thema „Die Entwicklung von Marken im Umfeld der anhaltenden Krise“ präsentieren. Manfred Enzlmüller nimmt ebenfalls zum Kernthema des Markendialogs Stellung. Er gibt praxisnahe Anleitungen die zeigen, wie Unternehmen Warnhinweise für ein drohendes Marken-Burn-out rasch erkennen können und welche Schritte sie dann unternehmen können.

### Die Fakten auf einen Blick: 2. Österreichischer Markendialog 2013

**THEMA: „MARKENERFOLG STATT MARKEN-BURN-OU“**

**Wann?** Donnerstag, 21. November 2013 von 13 bis 17 Uhr

**Wo?** Im stilvollen Ambiente des Renaissanceschlosses Schallaburg, A-3282 Schallaburg, NÖ

**Informationen und Details** zur Veranstaltung finden Sie unter [www.markendialog.at](http://www.markendialog.at)  
Rückfragen bitte an [enzlmueller@diemarkenwertexperten.at](mailto:enzlmueller@diemarkenwertexperten.at) oder 0699 – 11 11 00 24.