

# HORIZONT online

## TOP-NEWS

26.11.2013

### Das war der Österreichische Marken“Dialog 2013

#### **Die zweite Auflage des von Manfred Enzlmüller und Laurentius Mayrhofer initiierten Events widmete sich in der niederösterreichischen Schallaburg dem Thema Marken in Krisenzeiten**

Wie können sich Markeninhaber in Krisenzeiten davor schützen, ein Marken-Burnout zu erleiden, in ihrem Auftreten müde und kraftlos zu werden? Dieser Frage ging der zweite Österreichische Marken“Dialog am 21. November im Renaissanceschloss Schallaburg in Niederösterreich nach.

Initiiert von Manfred Enzlmüller, Fachgruppenobmann WKNÖ Werbung und Marktkommunikation und Laurentius Mayrhofer von der ljm Werbeagentur wurden eine Reihe an nationalen und internationalen Speakern ans Podium gebeten, die sich im Rahmen von insgesamt sieben Impulsvorträgen und moderierten Marken-Dialogen der Marke in der Krise widmeten.

#### **Im Gedächtnis bleiben**

Laurentius Mayrhofer präsentierte etwa zusammen mit Zsuzsanna Trunk die Studie „Die Entwicklung von Marken im Umfeld einer anhaltenden Krise“ und erläuterte, wo und wie sich die Krise auf Unternehmenswahrnehmung auswirkt. Marcin Kotlowski, CEO von W24 TV widmete sich dem Thema Rebranding und erklärte, warum es nicht reicht, sich, seine Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren – viel mehr ginge es darum, die Marke im Gedächtnis der Kunden zu verankern und sich „einen Logenplatz in deren Köpfen zu ergattern.“

#### **Mehr als nur Information**

Unter den Vortragenden befand sich außerdem Roland Bürger, Verlagsleiter des „Weekend Magazins“, der aufzeigte, dass Zeitungen und Magazine mehr sind, als nur Lesestoff. Printmedien seien, so Bürger, ebenso Marken, die sich vor allem durch Glaubwürdigkeit, Einzigartigkeit und eine klare Positionierung auszeichnen müssen – „damit bei den Lesern ein positives Vorstellungsbild erzeugt werden kann, dass diese fasziniert.“

#### **Nutzung des Markenrechts**

Der Präsident des Österreichischen Patentamts, Friedrich Rödler, erklärte weiters in seiner Key Note, warum immer mehr österreichische Innovatoren die Möglichkeiten des Markenrechts nützen, um ihr geistiges Eigentum zu schützen - das globalisierte Umfeld sowie Trittbrettfahrer und Markenpiraterie sind in Zusammenhang damit ein Thema, wie Rödler skizzierte.

#### **Messen, Markenerfolg und Emotionalisierung**

Außerdem mit dabei: Der Messemarketingspezialist Günther Schindler, der aufzeigte, welche Relevanz Messen für den Markenerfolg von Unternehmen haben sowie András Kőszegi und nochmals Zsuzsanna Trunk, die in ihrem Beitrag aufzeigten, wie man mit Markenstories Kunden und Interessenten emotional begeistern und an sich binden kann.

Zu Wort kam im Rahmen des Österreichischen Marken“Dialogs 2013 auch Initiator Manfred Enzlmüller, der erklärte, warum man gerade in Zeiten der Krise zwingend über den Tellerrand blicken müsse, um sich vor dem Marken Burnout zu schützen und einen Verlust der Anziehungskraft für die Kunden zu vermeiden.

[Gerlinde Giesinger]