

2. Österreichischer Marken"Dialog

Die Veranstaltung setzte sich mit dem Thema ‚Marken in Krisenzeiten‘ auseinander

Wie können sich Markeninhaber in Krisenzeiten davor schützen, ein Marken-Burn-out 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 wurde eine Reihe an nationalen und internationalen Speakern aufs Podium gebeten, die sich im Rahmen von insgesamt sieben Impulsvorträgen und moderierten Markendialogen der Marke in der Krise widmeten. Laurentius Mayrhofer präsentierte etwa zusammen mit Zsuzsanna Trunk, Gründerin des Unternehmens BrandTrend, die Studie „Die Entwicklung von Marken im Umfeld einer anhaltenden Krise“ und erläuterte, wo und wie sich die Krise auf

Unternehmenswahrnehmung auswirkt. Trunk und BrandTrend-Ko-Gründer András Kőszegi zeigten außerdem in einem gemeinsamen Beitrag auf, wie man Kunden und Interessenten mit Markenstorys emotional begeistern und an sich binden kann.

Der Präsident des Österreichischen Patentamts, Friedrich Rödler, erklärte weiters in einer Keynote, 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. Zu Wort kam auch Initiator Manfred Enzlmüller, der erklärte, warum man gerade in Zeiten der Krise zwingend über den Tellerrand blicken muss, um sich vor dem Marken-Burn-out zu schützen und einen Verlust der Anziehungskraft für die Kunden zu vermeiden. *lg*



Laurentius Mayrhofer (Organisator), Zsuzsanna Trunk, András Kőszegi (beide BrandTrend), Friedrich Rödler (Österreichisches Patentamt) und Manfred Enzlmüller (Organisator).