

Pressemitteilung  
Management Circle AG  
Eschborn, den 12. Dezember 2008

## Marken von morgen müssen mehr können!

Vom Re-Branding zur Lovemark - Das Marketingleiter Forum 2008 widmete sich am 1. und 2. Dezember aktuellen und zukünftigen Trends im Marketing

Zum dritten Mal lud Veranstalter Management Circle zum Marketingleiter Forum nach Berlin ein. Eröffnet wurde der zweitägige Kongress am 1. Dezember von Prof. Dr. Volker Trommsdorff, Inhaber des Lehrstuhls Marketing an der Technischen Universität Berlin. Mit einem Rückblick auf 100 Jahre Marketing führte er anschauliche Beispiele dafür auf, wie sich die Marketingpraxis der Unternehmen seit 1900 gewandelt hat: „Osram versteht sich heute als Beleuchtungs-Problemlöser, früher als Glühlampenproduzent“.

„Die Marken- und Marketinglandschaft 2008 ist anders als die von 1999“, lautete auch die Überzeugung von Michael Samak, CEO der Saatchi & Saatchi GmbH. „Es reicht längst nicht mehr aus, eine 'me too' Leistung anzubieten. Es reicht aber auch nicht mehr, einfach anders zu sein. Der klassische USP ist zu wenig. Marken von morgen müssen mehr können“, so der Appell Samaks an die Teilnehmer.

Vor dem Hintergrund der aktuellen Finanzkrise war auch das zunehmende Spannungsfeld zwischen Einsparungsdruck und gleichzeitiger Erfolgssteigerung ein bestimmendes Thema am ersten Kongresstag. Am Beispiel der Bauindustrie zeigte hierzu Grischa Lier, Marketingleiter der PREFA GmbH, Lösungsansätze für einen kosteneffektiven Marketing-Mix auf. „Ein kleines Budget ist kein Fluch, sondern eine Chance, sich von altem Ballast zu trennen und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren!“, lautete das Resümee Liers.

Über den erfolgreichen Aufbau einer neuen Marke berichtete am zweiten Kongress- tag Max Wittrock, Geschäftsführer der mymuesli GmbH. Seine Geschäftsidee: Individuell zusammenstellbares Müsli im Internet. Sein Erfolgsfaktor: Public Relati- ons. „PR ist der Treibstoff für virales Marketing“, so das Fazit Wittrocks, dessen Unternehmen 2007 mit dem „Enable 2 start Gründerpreis“ ausgezeichnet wurde. Ein weiterer Beitrag kam an diesem Tag von Bernd M. Michael, Inhaber des BMM Büro für Markenarchitektur und Präsident des DMV. Als Mitglied der „Hall of Fame“ der Deutschen Werbung gab er den Teilnehmern seine Empfehlungen für mehr Marke- ting-Effizienz im Jahr 2009 mit auf den Weg. Dabei hob er unter anderem die Bedeutung der Generation 50+ als wichtige und kaufkräftige Zielgruppe hervor.

Die dominierende Frage zum Abschluss des Kongresses lautete schließlich „wo kommen nur die ganzen Ideen her?“. Antworten hierauf lieferte Stephan Koziol, CEO der Koziol ideas for friends GmbH. „Am Anfang steht immer ein Wunsch, ein Geis- tesblitz oder eine Notwendigkeit. Im Mittelpunkt der Kunde und Händler“. Die farben- frohen Produkte des Familienunternehmens wurden bisher mit mehr als 30 internati- onalen Designpreisen ausgezeichnet. „Die originellen Formen dazu entstehen in Zusammenarbeit mit zahlreichen international renommierten Designern aus der ganzen Welt“. Ein weiteres Erfolgsgeheimnis des Unternehmens: die gezielte Kommunikation am POS anstelle von klassischer Werbung. Im Sommer 2009 wird am Firmenstandort Erbach entsprechend die koziol „Glücksfabrik“ als neue Erlebnis- welt und Kontaktstelle zu Kunden und Handel eröffnet.

Pressekontakt: (bitte nicht veröffentlichen):

Jessica Dörr  
 Pressereferentin  
 Management Circle AG  
 Hauptstr. 129  
 D-65760 Eschborn  
 Tel/Fax: 0 61 96/ 47 22- 801/ -444  
 Email: presse@managementcircle.de