



MARKENVERBAND

Leiter Presse & Öffentlichkeitsarbeit

Johannes Ippach

j.ippach@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

Blume, Kellner, Dr. Wissing und Ziemiak zu Gast bei der digitalen Jahrestagung 2021 des Markenverbandes

Marke: Erste Wahl!

Berlin, 01.07.2021. „Zwingend notwendiger Klimaschutz, Digitalisierung und die damit verbundenen Veränderungen der Produktions-, Arbeits- und Lebensbedingungen, globale politische und wirtschaftliche Machtverschiebungen und nicht zuletzt ein durchgreifender demographischer Wandel verlangen eine neue Justierung produktiver Netzwerke von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft und Gesellschaft“, sagte Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes, zu Beginn des Zusammentreffens. Marken hätten in diesem Zusammenhang eine Orientierungsfunktion. Des Weiteren hob Franz-Peter Falke hervor: „Marken bleiben erste Wahl, wenn diese Rahmenbedingungen optimal ausgehandelt und gesetzt werden. Zugleich können die Marken aufgrund ihrer Entwicklungsgeschichte aktiv dazu beitragen, Lösungswege für die Koppelung von Beständigkeit und Wandel im Sinne nachhaltigen Wirtschaftens aufzuzeigen.“

Folgerichtig boten die Redner:innen und Diskutant:innen der Jahrestagung 2021 des Markenverbandes im Jahr der Bundestagswahl den Gästen spannende Einblicke, wie Politik, Unternehmen und Wissenschaft Vertrauen in Marken schaffen.

Prof. Dr. Markus Gabriel, Lehrstuhlinhaber für Gegenwartsphilosophie an der Universität Bonn, hielt in seiner Keynote ein flammendes Plädoyer zu neuer Aufklärung als Chance für post-pandemische Zeiten.

Die Generalsekretäre Markus Blume, MdL (CSU), Michael Kellner (politischer Geschäftsführer B90/Die Grünen), Dr. Volker Wissing (FDP) und Paul Ziemiak, MdB (CDU) stellten sich der Diskussion, mit welchen Themen ihre Parteien während des kommenden Wahlkampfes Vertrauen aufbauen möchten und beantworteten markenrelevante Fragestellungen zu den Themen Nachhaltigkeit, Verbraucherleitbild und Wettbewerb. Zudem legten sie ihre grundsätzlichen Vorstellungen zu dem Thema Neustart nach der Corona Pandemie dar.

Einblicke in Transformations- und Innovationsprozesse in den Unternehmen und die damit verbundene Verantwortungsübernahme gaben die Vertreter der großen Markenfamilie, Robert Ader, CMO - Vice President Marketing, Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Dr. Albert Christmann, persönlich haftender Gesellschafter Dr. August Oetker KG, Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Gründer ESCH. The Brand Consultants GmbH sowie Benjamin Rohé, Chairman of the Board, GERMANTECH.

In ihrem abschließenden Zwiegespräch hoben Diana Kinnert, Unternehmerin und Autorin, und Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, den Wert von Marken in einer Gesellschaft hervor, in der Einsamkeit immer mehr um sich greift, weil in der digitalen Welt altbekannte Strukturen bröckeln.

Ansprechpartner

Johannes Ippach

Leiter Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 30 206168-37

E-Mail: j.ippach@markenverband.de

Markenverband e.V.

Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin

Telefon +49 30 206168-37

Telefax +49 30 206168-737

Postfach 080 629 | D-10006 Berlin

www.markenverband.de

Die Marktwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorgani-

sation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 400 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Telekommunikation bis hin zu Luxus und Lifestyle. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Bahn, Deutsche Post, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, Telefónica, WMF und viele andere renommierte Firmen.