



MARKENVERBAND

Leiter Presse
und Öffentlichkeitsarbeit
Johannes Ippach
j.ippach@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

Jahrestagung des Markenverbandes 2019

Marke 2030: Neues Denken! – Denkansätze aus erster Hand

Berlin, 23.10.2019. „Marke 2030: Neues Denken!“ – die große und leistungsstarke Zahl der Markenunternehmen sieht sich mit allen gesellschaftlichen und politischen Kräften in der Verantwortung, mit „Neuem Denken“ nachhaltige Lösungen anzubieten, die einen gemeinsamen nachhaltigen Weg durch die Herausforderungen von Gegenwart und Zukunft zeigen. Im Mittelpunkt der Jahrestagung stehen deshalb Denkansätze aus erster Hand.

Anlässlich der Jahrestagung des Markenverbandes hat der Präsident Franz-Peter Falke für die deutsche Markenwirtschaft eine klare Forderung an die Politik: „Über Jahre wurde die Wirtschaft von vielen als goldene Gans betrachtet, deren Eier man großzügig verteilt und der man regulativ aber immer weiter den Hals zudreht. Jetzt machen sich die Folgen bemerkbar und sie bedeuten zunehmende Bedrohung der Wettbewerbsfähigkeit in fast allen Branchen der Markenwirtschaft. Neben einer neuen Umweltpolitik brauchen wir daher vor allem eine neue Wirtschaftspolitik, um morgen noch unseren Wohlstand von heute zu bewahren. Sonst bekommen wir statt einer wertgetriebenen freiwilligen Verzichtsdiskussion gravierende Auswirkungen auf viele Bereiche der Gesellschaft, die von öffentlichen Aufgaben bis zur Daseinsvorsorge reichen und viele persönliche Schicksale betreffen.“

Als Redner werden erwartet Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, der Zukunftslobbyist Dr. Wolfgang Gründinger, Prof. Dr. Thorsten Teichert, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Innovation an der Universität Hamburg, Bjorn E. Jensen, Franchise General Manager, Coca-Cola Deutschland, Dänemark, Finnland, Markus Essing, Vorsitzender der Geschäftsführung der Philip Morris GmbH, Thomas Fell, Geschäftsführer GS1 Germany GmbH, Ralf Kleber, Country Manager Amazon.de, Dr. Gilbert Heise, Head of Global Brand Management, Media & Consumer Insights, Volkswagen AG und Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes.

Marken leisten ihren positiven Beitrag für Gesellschaft, Verbraucher und Unternehmen und bilden seit über 140 Jahren eine Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands. Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Billionen Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Dabei sind Marken einerseits Ausdruck für Verbrauchersouveränität und dienen als Orientierung und Qualitätsversprechen. Andererseits sind sie Werte- und Wohlstandslieferanten sowie Treiber von Innovation und Nachhaltigkeit.

Damit Marken auch in Zukunft ihre positiven Wirkungen entfalten können, ist es Zeit für „Neues Denken“. Dieses neue Denken erfordert gerade auch die intensive Befassung mit unseren freiheitlichen Grundwerten und den Prinzipien einer Ordnung freien Wettbewerbs. Denn nur ein gemeinsamer Wertekanon, der den Zielen unserer Gesellschaft und des Einzelnen gerecht wird, befähigt uns, die glaubwürdigen Antworten für unser Zusammenleben in einer sich verändernden Welt zu geben. Hier herrscht dringender Handlungsbedarf, denn es geht um die Zukunftssicherung unseres Gesellschafts- und Wirtschaftssystems.

Die Jahrestagung 2019 findet am 23. Oktober in Berlin statt. Alle Infos finden sich unter www.markenverband.de

Ansprechpartner

Johannes Ippach

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 030 /206 168 37

E-Mail: j.ippach@markenverband.de

Die Markenwirtschaft 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 Spitzenorganisation 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.