

KONGRESS 580 Experten beim 5. Österreichischen Marketingtag in Schönbrunn

Die Präsidenten der Österreichischen Marketinggesellschaft (ÖMG), **Gabriele Stanek** und **Peter Drobil**, mit Keynote-Speaker und Bundesminister **Rudolf Hundstorfer** im Apotheckertrakt von Schloss Schönbrunn

Zielgruppen im Visier großer Marken

Wien. Was haben Politik und Marketing gemeinsam? Minister **Rudolf Hundstorfer** gab bei seiner Keynote für den 5. Österreichischen Marketingtag im Schloss Schönbrunn die Antwort: „In beiden Bereichen geht es darum, das Vertrauen der Konsumenten zu gewinnen“, erklärte Hundstorfer. Das ist nur durch Transparenz, Offenheit und Ehrlichkeit zu erreichen. Der Minister forderte die Marketingexperten auf, sich von den kleinen Werbelügen zu verabschieden und im Sinne des Vertrauens ihre Produkte wieder wahrheitsgemäß zu vermarkten. „Was angeblich aus der Region kommt, sollte auch aus der Region sein“, so Hundstorfer.

Insgesamt 580 Marketing-Experten waren gekommen, um sich über alle Bereiche ihrer Branche auszutauschen und zu informieren. So gaben etwa **Doris** und **Gabor Rose**, Inhaber des Modebetriebes Jones, einen Einblick in die Frage der Demokratisierung der Mode. Das Modediktat hat in der heutigen Gesellschaft ein Ende. Richtige Fashionistas tragen, was sie wollen.



Vortrag zur Demokratisierung der Mode: **Jones-Inhaber Gabor** und **Doris Rose**



Fischer über die Kultmarke Harley-Davidson

Dies hat natürlich auch Folgen für das Fashionmarketing. „Aufgeklärte Konsumenten und Konsumentinnen finden die wichtigsten Trends im Internet. Konnte man früher noch Ladenhüter saisonversetzt in anderen Ländern verkaufen, ist dies heutzutage nicht mehr möglich. Hier braucht es neue Wege in der Produkt- und vor allem der Vertriebsplanung“, weiß **Gabor Rose**.

Über eine Markenbezie-

hung, die bis unter die Haut geht, berichtete Harley-Davidson-Händler **Ferdinand O. Fischer**: „Viele Kunden stehen für diese Marke persönlich ein. Kein Logo wird öfter als Körperschmuck unter der Haut getragen“, so der Biker.

Im Anschluss wurde ein Preis vergeben. „Bisher gab es für Marktforscher in Österreich noch keine Auszeichnung. Das wollten wir mit TIM ändern“, erklärte Initiator **Felix Josef** von Triconsult die Idee hinter der Verleihung. Die nun erstmals verliehene Ehrung ging an Uni-Dozent **Karl Anton Fröschl** vom EC3 – Electronic Commerce Competence Center.

Weiters dabei: Marmeladen-Fabrikant **Hans Staud**, Jugendmarketingexperte **Alexander Knechtsberger**, **Gerri Brandstetter** und **Michael Hartung** von den Instituten für Markenbewertung und Markenwertmanagement sowie die Gastgeber **Peter Drobil** und **Gabriele Stanek** von der ÖMG.

ALEXANDER PFEFFER
CHRISTOPH PRIDUN
alexander.pfeffer@wirtschaftsblatt.at