



**MARKENVERBAND**

Geschäftsführer Mitgliederservice &  
Kommunikation

**Thomas Gries**

t.gries@markenverband.de

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Hochkarätige Persönlichkeiten aus Industrie und Politik zu Gast bei der Jahrestagung 2022 des Markenverbandes in Berlin**

#### **#MarkenMachenMehr**

**Berlin, 13.10.2022. Unter dem Motto #MarkenMachenMehr gaben hochkarätige Persönlichkeiten aus Industrie und Politik vor rund 400 Gästen auf der Jahrestagung des Markenverbandes spannende Einblicke, wie eine ökologische und gesellschaftliche Transformation erfolgreich initiiert und umgesetzt werden kann. „Die Botschaft #MarkenMachenMehr als Bestandteil der Marken-DNA“, so der Präsident des Markenverbandes, Franz-Peter Falke, „zeigt unser Selbstverständnis und unsere Bereitschaft, hier voranzugehen“. „Zu einer erfolgreichen Transformation“, ergänzt er, „gehören darüber hinaus ein gemeinsames Verständnis, wie die zukünftige Gesellschaft aussehen soll, ein gemeinsames Rollenverständnis, wer was dazu beitragen kann, sowie die Übernahme von Verantwortung eines jeden Einzelnen.“**

In einem beeindruckenden Vortrag über das, was es zu tun gilt, kommt Mark Schneider, Vorstandsvorsitzender von Nestlé, in seinem Beitrag „Call to Action“ zu dem Schluss: „Handel und Industrie wollen beide, dass die Menschen in Deutschland gute und erschwingliche Produkte kaufen können. Deswegen verstehe ich die verzerrte Schuldzuweisung einer kleinen Zahl großer Einzelhändler an uns Markenartikelhersteller in der Presse nicht. Ich würde diese ganze Energie lieber nutzen, als Hersteller und Handel konstruktiv daran zu arbeiten, gemeinsam den ökologischen Wandel voranzutreiben und die Menschen auf diesem Weg mitzunehmen. Es liegen große Aufgaben vor uns, die wir alle zusammen tragen müssen.“

Zarah Bruhn, Beauftragte für Soziale Innovationen im Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und Gründerin von Social-Bee gGmbH, betont, dass unternehmerisches und soziales Handeln durchaus zusammengehen können. Wichtig, so betont sie, ist dabei „ehrlich zu sich selbst und offen für echten Change zu sein“

Brad Vanstone, Gründer Willicroft, und Tanja Bogumil, Co-Gründerin und Geschäftsführerin Perfeggt, haben in eindrucksvoller Weise deutlich gemacht, wie notwendig eine Ernährungswende hin zu einer tierfreien Produktion und Vermeidung von CO<sub>2</sub> Emissionen ist und wie gut sie machbar ist. Entscheidend dabei, dies nicht mit „erhobenem Zeigefinger“ zu tun. Die Konsumenten, so ihre Erfahrung, sind durchaus bereit, dies anzunehmen, wenn die Leistung stimmt.

Dr. Jesko Perry, Senior Partner McKinsey, und Sascha B. Lehmann, Partner McKinsey, zeigten in ihrer in Zusammenarbeit mit dem Markenverband erstellten Studie „Mega Macht Marke-Chancen und Herausforderungen im internationalen Vergleich“ unter anderem auf, dass die Marke eine hohe Wertschätzung genießt und es gilt, gerade in schweren Zeiten, Kurs zu halten und mutig das auszuspielen, was an Assets zur Verfügung steht.

Friedrich Merz, Bundesvorsitzender der CDU Deutschland, kommt in seiner Rede zu dem Schluss, dass wir uns gerade in diesen schwierigen Zeiten darauf verlassen können, dass wir und unsere Volkswirtschaft die Kraft und Dynamik haben, die Krise zu überwinden. „Wir haben alle Voraussetzungen“, so betont er, „um Angst, Verzweiflung und Pessimismus mit Erfolgen zu begegnen“.

Ähnliches konstatiert Dr. Marco Buschmann, Bundesminister der Justiz: „Wir schaffen Rahmenbedingungen zur Entfaltung von Innovationspotenzial und Erfindungsreichtum der Wirtschaft. Mit Blick auf die aktuelle Energielage gilt es, Mangel nicht zu verwalten, sondern durch ein breites Angebot aller nutzbaren Quellen zu ersetzen“.

In seinem abschließenden Fazit kommt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband, zu dem Schluss: „Alle Referenten haben beeindruckend aufgezeigt, dass die Markenindustrie, bei aller Schwierigkeit der Situation, über genügend Motivation und Kraft verfügt, um positiv nach vorne zu gehen.“

## **Ansprechpartner**

Thomas Gries  
Geschäftsführer Mitgliederservice und Kommunikation  
Tel.: +49 30 206168-35  
E-Mail: [t.gries@markenverband.de](mailto:t.gries@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 bishin 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, Deutsche Telekom, Dr. Doerr Feinkost, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF und viele andere renommierte Firmen.