

# Markenfestival

25.07.2023 – 08:00 Uhr

## Markenfestival: Weltkonzerne treffen Traditionsmarken und Start-Ups



Düsseldorf (ots) -

**Am 31. August werden Entscheider von Weltkonzernen wie Google und Meta auf Traditionsmarken wie Porsche und Beiersdorf treffen. Über 500 Teilnehmende und 80 Referenten werden zum Leitmotto "Purpose versus Performance - Markenmanagement im Spagat?" erwartet.**

Das zweite Markenfestival steht in den Startlöchern und bietet einen bunten Strauß an Branchenperspektiven und Innovationsthemen, die es ermöglichen, über den Tellerrand hinauszuschauen. Handelsunternehmen und Konsumgütermarken positionieren sich ebenso wie Tourismusdestinationen, um Familien, Kinder und andere Konsumenten zu überzeugen: REWE, Kaufland, Ferrero und Lush treffen auf Tourismusmarken wie Komoot, Düsseldorf Tourismus und Lufthansa.

"Die Balance zwischen Purpose und Performance bietet ein hoch interessantes Spannungsfeld, dem fast jede Marke heute ausgesetzt ist", erklärt Hans-Willy Brockes, der Initiator des Festivals. "In Zeiten eines rapiden gesellschaftlichen Wandels stehen Marken und Unternehmen vor großen Herausforderungen. Nachhaltigkeit mit Klimaschutz und gesellschaftlicher Sinnstiftung stehen inzwischen in fast jeder Marketing-Strategie. Das Festival zeigt auf, wie die Umsetzung konkret aussehen kann", so Brockes. Die ALLIANZ Stiftung für Klimaschutz, das globale Engagement von BOEING, nachhaltige Markenführung von Nivea und die Markenführung "mit Haltung" von Congstar zeigen dies beispielhaft auf.

### Gamification und Metaverse in der Praxis

Gamification schafft neue Möglichkeiten des Markenerlebnisses. Davon berichten Fisherman's Friend, das Porsche Museum, L'Oréal und Kickz. Vodafone, Kaufland, Axel Springer und die Schweizer Sygnum Bank berichten über ihre Metaverse-Erfahrungen.

### Lernen von den Besten

Künstliche Intelligenz und andere Technologien dienen der Performance-Steigerung und faszinieren Unternehmen aller Branchen. Am Markenfestival treffen die unterschiedlichen Stoßrichtungen aufeinander: Adobe plädiert für Performance dank Personalisierung, Henkel erhöhte die Reichweite um 31 % dank neuer KI, während SAP und afri cola auf Content-Strategien und KI-gestützte Werbekampagnen setzen. Audio-Branding und die Produktion von zielgruppenspezifischen Video- und Podcast-Content sind inzwischen Pflichtaufgaben im Markenmanagement. Targobank, Ferrero, Spotify und die dänische BKS Bank berichten darüber. Lieferando teilt am Markenfestival seine Sponsoring-Strategie, beginnend in der Kreisliga bis hin zur Champions League. REWE wiederum zeigt, wie die Eigenmarke Ja! systematisch das Image des Händlers REWE fördert.

### Wissensplattform im Markenmanagement

Das zweite Markenfestival verspricht eine inspirierende Plattform für den Austausch über die Herausforderungen und Möglichkeiten im Markenmanagement zu werden. Es wird vom ESB Marketing Netzwerk in Zusammenarbeit mit D.LIVE, der Düsseldorfer Venue-Betreiberin, veranstaltet.

## Von Marken für Marken

Verschiedene Bühnen zu Themen wie Tourismus, Brand-Management, Künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit und Web3 bieten spannende Vorträge und Diskussionsrunden.

Weitere Informationen unter: [www.markenfestival.com](http://www.markenfestival.com)

Pressekontakt:

ESB Marketing Netzwerk  
Hendrik Ungelenk  
ungelenk@esb-online.com  
Tel.: +41 71 226 42 32  
MERKUR SPIEL-ARENA  
Arena-Straße 1  
D-40474 Düsseldorf  
[www.markenfestival.com](http://www.markenfestival.com)

## Medieninhalte



*Von Marken für Marken: Mit Bühnen zu Tourismus, Brand-Management, KI, Nachhaltigkeit und Web3 richtet sich die zweite Auflage des MARKENFESTIVALS an CMOs, Markenentscheider sowie Agenturen und Medien im Markenumfeld. / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100091501](http://www.presseportal.ch/de/nr/100091501) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100091501/100909875> abgerufen werden.