

Die neue Währung für starke Marken heißt Vertrauen

Das diesjährige Markenfestival steht unter dem Motto „Branding needs Influence“. Am 29. August wird die MERKUR SPIEL-ARENA zur Bühne für das „Who is Who“ der Markenwelt.

Düsseldorf – Die moderne Welt verändert die Art und Weise, wie Marken wahrgenommen werden. Die Macht der Influencer, Künstliche Intelligenz und die Möglichkeit, selbst Kanäle öffentlichkeitswirksam zu bespielen, sind einige der Trends, die die Markenbildung beeinflussen. Doch diese Entwicklungen bergen auch Risiken. Deep Fakes, Cyberkriminalität und unglaubliche Influencer können das Vertrauen in eine Marke erheblich schädigen. Wie gewinnen und stärkt man das Vertrauen der Kunden?

Beim diesjährigen Markenfestival wird es genau darum gehen. Das Festival ist mehr als ein Treffpunkt für Marken. Es ist ein Festival für frische Ideen, bei dem dieses Mal Vertrauen in Marken und deren Aufbau durch Influencer, Testimonials und Kooperationen im Vordergrund stehen. Rund 90 Speaker werden erwartet. Mit Bühnen zu Nachhaltigkeit, Markenpositionierung, Tourismus-Marketing, Social Media & GenZ und KI richtet sich das Markenfestival an CMOs, Markenentscheider sowie Agenturen und Medien im Markenumfeld.

Ein Festival von Marken für Marken

Das Markenfestival verspricht ein beeindruckendes Line-up an hochkarätigen Referentinnen und Referenten aus der Markenwelt. Namhafte Unternehmen wie SCOTT Sports, Victorinox, Borussia Dortmund, ALDI Nord, Rügenwalder Mühle, Lush, Too Good To Go, fashionette, Tonies und Milano Vice sind dabei.

So erreichen Marken Familien und die GenZ

Ein Highlight darunter ist der Vortrag von Obi und wie die Baumarktkette mit dem YouTube-Format „Mach mal mit Obi“ die junge Generation für „Do it yourself“ begeistert. Auch Marken wie Gucci, Nike, Walmart und NIVEA setzen auf das Metaverse von Roblox. Ob das ein Gamechanger für Marken ist, darüber spricht Thanh Dao, Managing Director von Jung von Matt NERD. SCOTT Sports zeigt, wie man kontinuierlich Markenerlebnisse über verschiedene Kanäle hinweg bespielt. Und Marken wie ALDI und Tonies werden aufzeigen, wie man gezielt Familien anspricht.

Influencer und KI im Tourismus

Tourismus steht ebenfalls im Fokus des Festivals. Die Österreich Werbung stellt mit Chat SkiPT eine Kampagne vor, in der Skilehrer Fragen im Chatraum beantworten. Die Winterkampagne von FALKE und Schweiz Tourismus zeigt Influencer, Models und Athleten, die die Magie des Wintersports in der Jungfrau-Region einfangen. Und die Plattform „Influmatica“ beantwortet die Frage, wie man die richtigen Influencer für seine Tourismusdestination findet.

Nachhaltige, transparente Geschäftsmodelle im Handel

Vertrauen spielt im Handel eine entscheidende Rolle. Unternehmen wie Rügenwalder Mühle und Lush zeigen, wie nachhaltige und transparente Geschäftsmodelle das Vertrauen der Kunden stärken. Milano Vice und Victorinox teilen ihre Erfahrungen, wie sie Vertrauen durch Qualität und Innovation aufbauen.

Ein Muss für Markenprofis

Das Markenfestival wird bereits zum dritten Mal von ESB Marketing Netzwerk und D.LIVE veranstaltet. Rund 500 Teilnehmende aus Deutschland, Österreich und der Schweiz werden erwartet. Alle Informationen gibt's unter: www.markenfestival.com