

EU BRAND TALK: „Starke Marken braucht das Land“



Harald Neumann, CEO Novomatic AG, Wirtschaftsministerin
Margarete Schramböck, Gerhard Hrebicek, Präsident
European Brand Institute

Credit: Ludwig Schedl

Fotograf: Ludwig Schedl/Vogtgasse 28/15/1140 Wien

Utl.: Starke Marken als Zugpferd und Chance =

Wien (OTS) - Anlässlich des österreichischen Vorsitzes im Rat der Europäischen Union fand am 21. November 2018 der EU BRAND TALK unter dem Motto „Starke Marken braucht das Land“ auf Einladung des European Brand Institutes im Novomatic Forum statt.

EU Ratsvorsitzender Bundeskanzler Sebastian Kurz betonte in seiner Videobotschaft die offensive Standortpolitik der Bundesregierung: „Für einen erfolgreichen Wirtschaftsstandort braucht es natürlich auch starke Marken, die in aller Welt bekannt und erfolgreich sind, gerade für Europa und insbesondere für Österreich, einem Land mit 60% Exportquote.“ In seinen Eröffnungsworten wies [Novomatic] (<http://novomatic.com>)-CEO Harald Neumann auf die große Bedeutung von starken Marken für die österreichische Wirtschaft hin: „denn starke Marken sind auch Botschafter für die Länder aus denen sie kommen und ein Beleg für die Innovationskraft von Unternehmen.“

Gerhard Hrebicek, Präsident [European Brand Institute] (<https://www.europeanbrandinstitute.com/>) erläuterte im Gespräch mit BM Margarete Schramböck, Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort den wertvollen Beitrag von Markenunternehmen zur Stärkung und Sicherung des Wirtschaftsstandortes Österreich. „Nationale Marken sind wie unsere Leitbetriebe ein entscheidender Faktor und Zugpferd Österreich im internationalen Wettbewerb zu positionieren und zu vermarkten“, unterstreicht Wirtschaftsministerin Margarete Schramböck. „Digitalisierungsoffensive braucht auch eine

Markeninitiative" verdeutlicht Gerhard Hrebicek, „denn in einer digitalisierten Welt schafft die Marke Vertrauen bei Kunden, Investoren und in der Gesellschaft.“ „Marken der Zukunft müssen Herz, Hirn und Haltung zeigen“, so das Plädoyer von Markenphilosoph Robert Seeger.

In der abschließenden Podiumsdiskussion unter der Leitung von Sonja Kato diskutierten Philipp Bodzenta, [Coca-Cola] (<https://www.coca-cola-oesterreich.at/>), Gerhard Hrebicek, EBI, Herbert Kovar, [Deloitte] (<https://www2.deloitte.com/at/de.html>) und Europa-Staatspreisträgerin Nana Walzer die Bedeutung von starken Marken und den positiven nachhaltigen Einfluss als Wohlstandsindikator.

Review und Fotogalerie unter:
[<https://www.europeanbrandinstitute.com/news/>]
(<https://www.europeanbrandinstitute.com/news/>)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

European Brand Institute
Mag. Renate Altenhofer
T: +43 1 532 1000 23
E: office@europeanbrandinstitute.com
www.europeanbrandinstitute.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/11702/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0137 2018-11-23/12:21

231221 Nov 18

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20181123_OTS0137