

PRESSE INFORMATION

## 8. Wiener BrandCircle: Erfolgscodes im 21. Jahrhundert

Warum Hoodie und Vollbart nicht reichen, um erfolgreich zu sein

**Wien, 12. April 2018** - Das Analoge wird digital, die klassische Bilanzpressekonferenz zum TED-Talk und der Meetingraum ist eine mehrstufige Sofalandschaft mit Wuzzler. Zu erfüllende Anforderungen und kulturelle Bedeutung, die Marken und Unternehmen annehmen können, unterliegen dem Wandel der Zeit: Was gestern wünschenswert war, muss es heute nicht mehr sein.

Die digitale Unternehmenskultur soll Produktivität und Kreativität fördern. Doch was tun – einfach hinterherlaufen, die nächste Bilanz lässig und informell in Jeans präsentieren und eine Rutsche durch's Büro bauen? In der allgemeinen Ratlosigkeit kaufen sich manche mit dem eigenen Startup ein wenig Entrepreneurship und glauben damit das Patentrezept für Zukunftsorientierung gefunden zu haben. Wer Digitalisierung nur oberflächlich im Unternehmen implementiert, um auf der Welle mitzuschwimmen, denkt jedoch zu kurz. Die Gefahr sich den Veränderungen des digitalen Zeitalters anzupassen und sich dadurch selbst zu verlieren, ist groß.

### **Gewinnmacher sind von gestern, Weltverbesserer von morgen**

Achim Feige, Repräsentant der Managementberatung BrandTrust in Österreich, und Dr. Helene Karmasin, Gründerin von Behavioural Insights, analysierten in einem gemeinsamen Whitepaper die Erfolgscodes des 21. Jahrhunderts und geben Impulse wie traditionelle Marken diese souverän für sich nutzen können. Wo verläuft die Grenze von Modernität und Lächerlichkeit im Auftritt von Substanz und Phantasie? Wie verpasst man sich ein stimmiges evolutionäres Upgrade zwischen Bewahrung und Selbstdisruption? Um diese und andere Fragen zu diskutieren, luden BrandTrust und Behavioural Insights im Rahmen des BrandCircles zum Gedankenaustausch und Netzwerken in die Wiener Innenstadt.

**Mit dabei waren** unter anderem Kelly's Produktmanager Mag. (FH) Michael Fritz, AMA-Marketingmanager Dr. Peter Hamedinger, Daniela Duft, Marketingdirektorin des Hotel Imperial, Stiegelbrauerei Marketingleiter Dr. Thorsten Pedit, Rail Cargo Marketingchef Michael Winter, Salamander Austria Geschäftsführer Klaus Magele, Dr. Georg Gemeinböck von RBI, Casinos Austria General Dr. Alexander Labak, Manner Marketingleiter Mag. Ulf Schöttl und Dr. Gabriela Straka von der Brau Union Österreich.

## **Die Chancen des digitalen Zeitalters nutzen oder in der Irrelevanz verschwinden**

BrandTrust, die führende Managementberatung für markenzentrierte Unternehmensführung im deutschsprachigen Raum, und Behavioural Insights, das den Ansatz der Behavioural Economics erstmals in Österreich auf Marktforschung und Strategieplanung anwendet, planen zukünftig durch engere Zusammenarbeit, ihre Erfahrung und Kompetenz gebündelt für zukunftsorientierte Strategie- & Markenführungsberatung zur Verfügung zu stellen. „Das Thema Marke birgt so viel unentdecktes und ungenutztes Potenzial. Dabei ist genau sie es, die Unternehmen zu langfristigem wirtschaftlichen Erfolg verhelfen kann und sie resilient gegenüber modischen Launen und kurzfristigen Trends macht,“ so Achim Feige, Spezialist für zukunftsorientierte Markenstrategie und Repräsentant von BrandTrust Austria. „Wir freuen uns bereits auf weitere gemeinsame Projekte mit Dr. Helene Karamasin, deren umfangreiche Expertise im Bereich Semiotik wirklich einzigartig ist.“

### **Über BrandTrust**

BrandTrust ist die führende Management-Beratung für markenzentrierte Unternehmensführung im deutschsprachigen Raum. In elf Competence Centers begleiten die Beraterteams die Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von regionalen und globalen Markenstrategien mit dem Ziel, die Profitabilität und das Wachstum ihrer Marken systematisch und zukunftsorientiert zu erhöhen. Viele der Kunden sind Unternehmen aus Fortune 500, DAX 30, M-DAX, ATX und SMI in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Norditalien. Das Wirtschaftsmagazin brandeins listete BrandTrust jüngst unter den Top 5 Consulting Unternehmen Deutschlands. BrandTrust ist weltweit tätig und verfügt neben dem Sitz in Nürnberg über Repräsentanzen in Zürich, Wien und Ljubljana.

<http://www.brand-trust.de>

### **Über Karmasin Behavioural Insights**

Karmasin Behavioural Insights ist ein Markt- und Meinungsforschungsinstitut, das den Ansatz der Behavioural Economics zum ersten Mal in Österreich auf Marktforschung und Kommunikationsberatung anwendet. Das Institut ist auf qualitative Marktforschung und semiotische Analysen spezialisiert und berät seit Jahren internationale Markenartikel- und Dienstleistungsunternehmen bei Strategie, Umsetzung und empirischen Tests.

### **Folgen Sie BrandTrust:**

Xing: <https://www.xing.com/companies/brandtrustgmbh>

Twitter @brand\_trust: [https://twitter.com/brand\\_trust](https://twitter.com/brand_trust)

YouTube: [https://www.youtube.com/channel/UCLFoly\\_4F1H1KaKsMkekedQ](https://www.youtube.com/channel/UCLFoly_4F1H1KaKsMkekedQ)

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/3849867>

### **Pressekontakt:**

Brand Trust Austria GmbH

Alma Prüfert

Lugeck 7/2/39, 1010 Wien

Telefon: +43 / 664 / 88 233 772

E-Mail: [alma.pruefert@brand-trust.de](mailto:alma.pruefert@brand-trust.de)