

PRESSE INFORMATION

## **Expertenrat Technologiemarken gegründet:**

### **7 Zukunftsthesen zum Technologiestandort Deutschland**

Würzburg, Februar 2016: Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Jürgen Gietl, Prof. Dr. Karsten Kilian und Prof. Dr. Holger Schmidt, vier führende Vertreter aus Wissenschaft und Beratung haben den Expertenrat Technologiemarken ins Leben gerufen. Die Stärkung deutscher Technologiemarken steht auf ihrer Agenda.

Die digitale Transformation ist ein wesentlicher Faktor, der den Vorsprung der deutschen Technologiemarken im globalen Wettbewerb gefährdet. Qualität, Zuverlässigkeit, Innovationsstärke sind Leistungen, die längst auch von Technologieunternehmen außerhalb Deutschlands erbracht werden. Wie kann es deutschen Technologiemarken gelingen, auch zukünftig eine führende, wirtschaftlich erfolgreiche und gesellschaftlich relevante Rolle zu spielen, lautet eine zentrale Frage mit der sich die neu gegründete Vordenker-Runde beschäftigen wird.

Der vier Initiatoren des Expertenrates Technologiemarken verfolgen ein gemeinsames Ziel: Marke als Management-Instrument und Leitbild in deutschen Technologieunternehmen zu etablieren, um damit deren Agilität und Stabilität zu fördern und einen Beitrag zum zukünftigen Erfolg des Technologiestandorts Deutschland zu leisten. Durch Studien und Analysen, wissenschaftliche Veröffentlichungen und Diskussionen soll der öffentliche Fokus auf die Besonderheiten, Herausforderungen und Chancen von Technologiemarken gelenkt werden.

Bei der Gründungsveranstaltung im Umfeld des 10. B2B Markenkongresses in Würzburg wurden erstmals die 7 Thesen des Expertenrates zur Zukunft der deutschen Technologiemarken vorgestellt:

## **7 Thesen zum Technologiestandort Deutschland**

1. Die Bedeutung von Technologiemarken wird in Deutschland unterschätzt.
2. Deutsche Technologieunternehmen sind Weltmeister. Deutsche Technologiemarken Kreismeister
3. Deutschland fehlt es nicht an Innovationen, sondern an Innovationen mit Kundenrelevanz
4. Unverzichtbare Technologiemarken bieten Ökosysteme statt Produkte
5. Technologiemarken brauchen Strategien zur Erhöhung der Relevanz in der Gesellschaft
6. Vertrieb ist der Schlüssel für erfolgreiche Technologiemarken
7. Technologieunternehmen ohne Markenstrategie werden ums Überleben kämpfen

„Technologieunternehmen können sich in Zukunft nicht ausschließlich auf ihre Innovationsleistungen stützen, denn diese werden immer schneller austauschbar“, erläutert Jürgen Gietl, Sprecher des Expertenrates Technologiemarken. „Marke kann Stabilitätsanker in Zeiten des stetigen Wandels mit Wirkung nach innen und außen sein, aber auch Vermarktungsbooster und Relevanzvermittler, wenn die Marke als Leistungsspeicher verstanden und als Management-Tool eingesetzt wird“, so Technologiemarken-Experte Gietl weiter.

## **Die Initiatoren des Expertenrates Technologiemarken**

Prof. Dr. Carsten Baumgarth, Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin

Jürgen Gietl, BrandTrust Management Consultants, Nürnberg/Wien

Prof. Dr. Karsten Kilian, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

Prof. Dr. Holger Schmidt, Hochschule Koblenz

Pressekontakt:

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, 90419 Nürnberg

Tel. 0911/ 300 349-0, [info@pr-heinhoefer.de](mailto:info@pr-heinhoefer.de)