

Baltic Brand Conference Riga: Marken über Grenzen

Die traditionsreiche Stockholm School of Economics in Riga (SSE), stand am 16. Februar 2011 ganz unter den Zeichen „Markenbildung“ und „Markenerfolg“. Im repräsentativem SSE-Anwesen im Zentrum der lettischen Hauptstadt fand die erste „Baltic Brand Conference“ statt, Tagungstitel: „From Local Jewels to Global Brands“. Weit über hundert Experten fanden sich ein. Zu den Unterstützern der „Baltic Brand Conference“ gehörten neben der SSE auch das Baltic Sea Forum und die Deutsch-Baltische Handelskammer.

Die Baltic Brand Conference versteht sich als ein Forum des internationalen Know-how-Transfers zwischen Teilnehmern und Referenten aus Wissenschaft und aus Design-, Consulting- und Management-Praxis. Mit seiner hanseatischen Tradition ist die Hauptstadt Riga ein exzellenter Standort für einen solchen Ideenmarkt, eine Drehscheibe für den gesamten Ostseeraum mit weit über 50 Millionen Einwohnern in seinen Anrainerstaaten.

Initiatoren der Konferenz waren das Markenbüro Hamburg und die internationale Kanzleigruppe bnt Rechtsanwälte; die eigentlichen Macher: Christian Prill, Geschäftsführer des Markenbüros, und Theis Klauberg, Gründer der Wirtschaftskanzlei bnt in Lettland. Beide kennen sich schon aus der Schulzeit in Hamburg und hielten stets Kontakt. So entstand irgendwann die Idee, mit ihrem jeweiligen Know How länderübergreifend Synergien herzustellen. Aus der Idee unter Freunden wuchs das Konzept für die schließlich von ihnen durchgeführte Veranstaltung „Baltic Brand Conference in Riga“, die von Anfang auf großes Interesse stieß.

„Gut geführte Marken sind der Schlüssel für wirtschaftlichen Erfolg, selbst in hart umkämpften Märkten“, sagt Geschäftsführer Prill: „Vorbilder gibt es in jeder Branche, oft ist ein Blick über die Grenzen hinaus inspirierend.“ Die Baltic Brand Conference will deshalb Strategien und Lösungsansätze für lokalen, regionalen und internationalen Markenerfolg vermitteln.

Der Partner Baltic Sea Forum BSF widmet sich der Marke „Ostseeregion“ seit fast zehn Jahren durch Tagungen und Roundtables. Der Blick auf Markenentwicklungen von Unternehmen, die sich als Ostseeunternehmen verstehen, lag daher nahe. Wie aber macht man das? Mit diesen und vielen anderen Fragen beschäftigten sich vierzehn Referenten und über hundert Gäste in der SSE in Riga.

Den Auftakt machte Christian Prill mit der Analyse gescheiterter oder gefährdeter Marken und der Aufforderung, konzentriertes Markenmanagement zu betreiben – zuweilen auch gegen ungeordnete Wachstums- und Gewinnphantasien. Nachhaltiges und gesundes Wachstum sei nur mit Disziplin und

der Arbeit mit den sogenannten Markentreibern zu erreichen. Anhand von Erfolgsbeispielen für diese Methode zeigte er einen eleganten Weg des Markenmanagements auf.

Leitti Mändmets, Director Marketing and Communication von Enterprise Estonia, erläuterte anschließend das Markenkonzept ihres Landes: „A Brand Concept for Estonia“. Dimitri Agishev, Deutsche Bank Russland, berichtete davon, dass die Geschichte seiner Bank auch eine baltische ist: Sie startete ihr Russlandgeschäft 1881 in St. Petersburg und blieb danach durch alle Wendungen der Geschichte im Land präsent.

Die Anwälte Theis Klauberg und Sebastian Fischöder erläuterten die Verbindung von Markenrecht und Konsumentensicht und öffneten den Blick auf überraschende Verknüpfungen von Rechtsprechung und Marketing. Marc Schmettau vom skandinavischen Haushaltswarenhersteller Bodum schließlich erläuterte den Erfolgsweg seiner Marke, ausgehend von Dänemark bis zum heutigen weltweiten Vertriebsnetz.

Der 16. Februar wurde zum anregenden Tag für Besucher und Referenten, der auch der Vernetzung im Ostseeraum diente. Die Teilnehmer kamen aus Lettland, Deutschland, Russland, Weißrussland, Estland, Schweden, den Niederlanden, Schottland und Belgien. Sie vertraten so unterschiedliche Branchen wie Tourismus und Banken, Automobilindustrie, Konsumgüter, Internet, Werbung, Lebensmittelindustrie, auch Politik und Verwaltung waren vertreten. Die beiden Veranstalter bereiten nun die Baltic Brand Conference für 2012 vor.