



Pressemitteilung

OWM-Fachtagung

Werben in der Krise: Fünf Erfolgsfaktoren

Auch in Krisenzeiten können Unternehmen erfolgreich agieren. Welche Faktoren hierfür in Werbung und Marketing im Besonderen von Bedeutung sind, zeigte eine Präsentation auf der 14. Fachtagung der OWM am Beispiel der Marke Braun, die zum P&G Konzern gehört.

Berlin, den 17. November 2009. Die globale Wirtschaftskrise hat viele Unternehmen in eine schwierige Situation gebracht, doch einige zeigen, dass erfolgreiches Agieren auch unter diesen Bedingungen möglich ist. Anhand verschiedener Beispiele zeigte Susanne Kunz, Media & Communications Director der Procter & Gamble Services GmbH und Mitglied im Vorstand der OWM, fünf Erfolgsfaktoren auf.

Zunächst gelte es, Kaufbarrieren zu identifizieren und abzubauen sowie neue Käuferschichten zu gewinnen. Weiterhin komme es mehr denn je auf Innovationen an, denn „in Zeiten der Krise kann zwar Geld eingespart werden, an Ideen darf aber auf gar keinen Fall gespart werden“. Dieses gelte nicht nur für Produkte, sondern auch im Marketing. Wer Erfolg haben wolle, dürfe aber die Werbeausgaben nicht kürzen, selbst wenn alle Investitionen auf dem Prüfstand ständen. Kunz: „Gewinner erhöhen die Werbebudgets.“

Die Herausforderung sei, verschiedene Kommunikationskanäle zu nutzen und zu vernetzen, denn auf integrierte Kommunikationsmaßnahmen und auch auf eine Zusammenarbeit mit Partnern komme es immer mehr an. Susanne Kunz betonte zudem: „Eine Krise setzt oftmals Energien frei, die vorher nicht da waren“. Die Rezession habe dazu geführt, dass in den Unternehmen der Reset-Schalter gedrückt wurde und alles neu überdacht werden konnte.



Wie die fünf Erfolgsfaktoren „Kaufbarrieren abbauen“, „Innovationen forcieren“, „Investitionen optimieren“, „Integrierte Kommunikation fördern“ und „Kollaborationen umsetzen“ angewendet werden, zeigte Kunz abschließend am Beispiel der Marke Braun. Eine auf dieser Basis entwickelte, vernetzte Kampagne mit TV- und Online-Werbung, Sponsoring, abgestimmter Verpackung (Packaging) und anderen Elementen wie lokaler Werbung mit Postern trug dazu bei, das Thema Rasieren und die Marke Braun auch in der Krise hervorragend zu positionieren.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer nahezu 100 Mitgliedsunternehmen in allen Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen sicher, die es ihren Mitgliedsunternehmen erlauben, Werbemaßnahmen so effizient und effektiv wie möglich durchführen zu können. Unter den Mitgliedsunternehmen befinden sich 90% der TOP 10 der deutschen Werbungtreibenden und rund drei Viertel der 20 Unternehmen mit dem höchsten Werbebudget im deutschen Werbemarkt. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als sieben Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

K3 Presseagentur GmbH

Simone Láposy

Stifterweg 9

82057 Icking

Tel: 081 78. 99 76-71

Email: s.lapossy@k3presseagentur.de

Organisation Werbungtreibende im
Markenverband (OWM)

Joachim Schütz

Geschäftsführer

Unter den Linden 42

10117 Berlin

Tel: 030. 20 61 68 - 0