

higkeit Deutschlands. Marken sind hierdurch ein elementarer Baustein für das deutsche Wirtschafts- und Gesellschaftssystem und liefern in Höhe von 900 Mrd. Euro einen wesentlichen Beitrag zur Bruttowertschöpfung in Deutschland. Wider besseres Wissen um die Bedeutung von Marken für unsere Gesellschaft, die Verbraucher und die Unternehmen ist die Marke als Identitäts- und Orientierungssystem ständigen Bedrohungen ausgesetzt. Dabei gehen diese Bedrohungen nicht allein vom Wettbewerb, sondern von staatlicher Intervention aus. Der vormundschafftliche Staat dringt von Berlin und Brüssel aus in immer mehr Bereiche regulierend ein, nimmt immer mehr Kompetenzen für sich in Anspruch und beschneidet unter dem Vorwand Sicherheit zu geben, Gesellschaft, Verbraucher und Unternehmen immer mehr in ihrer Eigenverantwortung. Für eine optimale und ausgeglichene Situation aller Marktteilnehmer sieht der Markenverband hier grundsätzlichen Handlungsbedarf. Damit Marken auch in Zukunft ihre positiven Wirkungen entfalten können, ist es Zeit zum Handeln für Entscheidungsfreiheit, für einen freien und fairen Wettbewerb, für eine nachhaltige Gesellschaft, für den Erhalt freier Kommunikation und für den Schutz von Marken. In diesen fünf Handlungsfeldern herrscht dringender Handlungsbedarf, denn es geht um die Zukunftssicherung unseres Wirtschaftssystems.“

Guido Westerwelle ging auf die kritischen Anmerkungen in der Pressemitteilung des Verbandes nicht ein, sondern lobte seine Regierung, die es geschafft habe, aus der Krise gestärkt hervorzugehen. Es gebe immer mehr Beschäftigungsverhältnisse und die Jugendarbeitslosigkeit sei gering, gemessen an den Vergleichszahlen anderer Länder der EU. Im Vergleich zu anderen geht es uns ganz vorzüglich, so Westerwelle. Als Grund dafür nennt der FDP-Politiker den Umstand, das Deutschland mittelständig orientiert sei. Der Mittelstand bilde in unserem Land das Rückgrat der Gesellschaft. Der Mittelstand sei schneller in der Lage, Veränderungen zu erkennen und entsprechend zu handeln. Früher als andere habe man sich auf die Globalisierung eingestellt. Westerwelle kritisierte, dass bestimmte wirtschaftliche Entwicklungen bei uns häufig ausgebremst werden. Wir müssen Mehrheiten für etwas schaffen. Als Beispiel nannte er den Ausbau des Panamakanals, der um 82 km erweitert werden soll. Das ist gegenwärtig die größte Baustelle der Welt. 80 Prozent der Panamesen haben sich bei einer Volksabstimmung für diesen Ausbau ausgesprochen. Davon kann man bei ähnlichen Projekten in Deutschland nur träumen. Westerwelle sprach sich vehement für eine Leistungsgesellschaft aus. Leistung muss gefördert werden, Kuschelpädagogik helfe da nicht weiter. Die Abschaffung des Sitzenbleibens bis hin zu Überlegungen, auch noch die Noten abzuschaffen, hält Westerwelle für den falschen Weg.



Sehr interessant war der Redebeitrag von **Jürgen Leiß**, dem Chef von Mondelez Deutschland. Diese Marke sagt einem auf Anhieb wenig. Wenn man weiß, dass sie erst seit Oktober 2012 existiert und früher Kraft Foods hieß, kann man schon mehr damit anfangen. Kraft Foods heißt es jetzt nur noch in Nord-Amerika. Dass das Firmenlogo farblich eine gewisse Ähnlichkeit mit Milka hat, ist nicht zufällig, denn die Schokolade gehört auch zum Konzern.



Die lila Kuh muss auch für das neue Konzernlogo erhalten. Jacobs Kaffee gehört ebenfalls zum Unternehmen. In einem Filmbeitrag erklärt uns Jürgen Leiß, dass Frühstück – Mittag – Abendbrot früher war. Heute heißt es „snacking“ und findet den ganzen Tag über zu allen möglichen Zeiten statt. Obst, Backwaren, Kaffee und Schokolade sind die vier wichtigsten „Snacks“, die sich der moderne Mensch von heute reinzieht. Und zwar überall, auch unterwegs und natürlich am Arbeitsplatz, was die Pausenzeiten außerhalb des Büros bald überflüssig machen wird. Nein Danke, in dieser schönen neuen Welt kann sich die lila Kuh tummeln, auf mein Frühstück zu Hause, ohne dass ich meine Wohnung selten verlasse, werde ich auch künftig nicht verzichten. Dass Kaffeetrinken heute anders funktioniert als noch vor zehn oder fünfzehn Jahren, kann man akzeptieren. Kapsel-Kaffee- und Teemaschinen, die einen nur die eine Tasse, die man jetzt trinken möchte, zubereiten, haben auch mein Zuhause und meine Büros erobert. Schön wäre es, wenn irgendwann, ähnlich wie bei den Ladegeräten für Handys, die Kapseln in alle Maschinen passten.

Unsere Bundeskanzlerin **Angela Merkel**, hielt eine Wohlfühlrede, wie wir sie in den nächsten Wochen noch sehr häufig hören werden. Mehr Beschäftigungsverhältnisse, ein klares Nein zu Steuererhöhungen, 2009 noch 50 Mrd. Euro strukturelle Neuverschuldung, 2014 Null, usw.



Der Zielgruppe im Gasometer sagte sie außerdem: „Deutsche Marken bürgen für Qualität“. Der zeitlose Wert der Marken stelle ein Stück von Lebenskontinuität dar. Da gebe ich ihr Recht. Die Marke sei ein Versprechen. Bestimmte Marken versprechen bestimmte Charaktereigenschaften. Da hatte sie wohl die wichtigste Marke der CDU im Blick, nämlich sich selbst. Mit **Angela Merkel** geht es den Leuten so wie mit Fielmann = Brille. Deutschland = Merkel, CDU sowieso. Um ihre Wiederwahl am 22. September muss sie sich keine Sorgen machen, nicht einmal Wahlkampf, den erledigt die SPD für sie gleich mit. Und, da wir schon dabei sind. Die FDP wird m.E. mit Sicherheit wieder in den Bundestag kommen, 6 bis 7 Prozent sage ich voraus. Schwarz-Gelb wird weiterregieren, und Rot-Grün kann sich vier Jahre lang Alternativen zu Steinbrück und Trittin überlegen, die eher von der Mehrheit der Bevölkerung als Marke wahrgenommen und angenommen werden.

Die Bundeskanzlerin steht an der Seite des Markenverbandes, wenn es um geistiges Eigentum geht, die Bundesregierung kämpft gegen Markenklau. Bei den Zigaretten wies sie natürlich auf den Gesundheits- und Jugendschutz hin, aber auch darauf, wie die Schachteln auszusehen haben. Warnhinweise ja, aber auch erkennen der Zigarettenmarke.

So schnell wie sie in den Gasometer hineinlief, lief sie auch nach ihrer Rede wieder hinaus. Immer in Eile zum Wohle von uns allen. Und das bis mindestens 2017. Ja, unsere Kanzlerin ist schon eine ganz besondere Marke.



Bericht und Fotos: Ed Koch