

KURZMITTEILUNG

Ekaterina Leonova moderierte Diskussion über aktuelle Trends der externen Markenförderung auf der Konferenz der Deutsch-Russischen AHK

Am 4. Februar 2022 fand erstmals die vom Komitee für Corporate Communications der Deutsch-Russischen Auslandshandelskammer (AHK) im hybriden Format organisierte Konferenz „Marke 2022: Die wichtigsten Trends in der externen und internen Kommunikation“ statt. An der Veranstaltung nahmen etwa 100 Vertreter internationaler und russischer Unternehmen teil.

Matthias Schepp, Vorstandsvorsitzender der Deutsch-Russischen Auslandshandelskammer (AHK), begrüßte die Konferenzteilnehmer und würdigte die Arbeit des Komitees für Corporate Communications.

Ekaterina Leonova, Leiterin der Marketing-Abteilung bei ADVANT Beiten in Russland und Vorsitzende des AHK-Komitees Corporate Communications moderierte die Podiumsdiskussion „Externe Markenförderung: Trends und Herausforderungen“. Teilnehmer waren Experten aus dem Bereich Marketing und Kommunikation, u.a. Anton Romanov, Marketing Direktor bei KUKA Robotics, Ekaterina Kolesnikova, Leiterin der Abteilung Kommunikation, Russland und GUS von Merck, Sergey Vereikin, Vizepräsident für kreative Entwicklung und Innovation von IMARS sowie Dmitry Sidorin, CEO des Sidorin Lab.

Im Fokus standen die Besonderheiten einer modernen Markenförderung im Jahre 2022: Welche Instrumente nutzen Unternehmen, was sind die Besonderheiten des Medienmixes, insbesondere beim Aufkommen eines "digitalen Rauschens", welches ein Erreichen der Zielgruppe erschwert. Diskutiert wurde auch das Aufkommen neuer Marken Aspekte (Fragen der Ethik und der sozialen Orientierung, ESG-Erfahrungen, Unternehmenstransparenz) sowie Vielfalt und Komplexität der Kriterien für eine Markenbewertung seitens der Verbraucher.

"Die Pandemie – so Ekaterina Leonova - hat Anpassungen bei der Kommunikation bewirkt. Sie hat uns gezeigt, wie bequem es ist, Dinge online zu erledigen, und wie sehr die Menschen dennoch persönlich kommunizieren wollen. Wir haben gelernt, die neuen Technologien zu nutzen und sie effektiv bei der Kommunikation mit Kunden und Kollegen einzusetzen."

Intensiv diskutiert wurden auch der Einfluss von Personal Brands auf die Reputation einer Gesellschaft sowie Fragen der Anti-Krisen-Kommunikation.

In der zweiten Podiumsdiskussion erörterten Natalia Bogdyl, Leiterin Interne Kommunikation bei Siemens, Daniela Abramenko, PR-Managerin von Bilfinger Tebodin Rus und Sergej Jelnikow, Leiter Kommunikation & PR der VEKA Rus den Einfluss der internen Kommunikation auf die Markenförderung 2022.

Sie tauschen sich über die Instrumente in ihren Unternehmen aus und berichten von spannenden Fällen, Entscheidungen, erfolgreichen Workshops und Motivationsmaßnahmen für Mitarbeiter.



