

[« zurück](#)

Folgen Sie uns:



(Foto: Grossaufnahmen)



(Foto: Grossaufnahmen)



Bei der Night of the Brands feierten prominente Gäste die besten Marken (Foto: Grossaufnahmen).



(Foto: Grossaufnahmen)



(Foto: Grossaufnahmen)



Auf der Gala wurde auch "The Osmium Violin" präsentiert, eine Geige besetzt mit zahlreichen funkelnden Steinen aus dem Edelmetall Osmium (Foto: Grossaufnahmen).

## Marken-Gala-Abend: Glitzer, Glamour und der Geist der Freiheit

**Zur Night of the Brands kamen Unternehmenslenker, Spitzenpolitiker und Medienmacher ins Kap Europa nach Frankfurt am Main. Bundesfinanzminister Christian Lindner wurde als „Politische Marke“ ausgezeichnet, Filmstar Dieter Hallervorden mit dem „Living Brand“-Award für sein Lebenswerk.**

Sie gilt als eine der wichtigsten deutschen Wirtschaftsgalas und ist eines der größten Events der hiesigen Marketing-Branche: die Night of the Brands in der hessischen Finanz- und Wirtschaftsmetropole Frankfurt am Main. Zur 18. Ausgabe trafen sich Unternehmenslenker, Spitzenpolitiker und Showstars erneut zur exklusiven Gala, diesmal im Kap Europa. Ein kommunikatives Großereignis, das vor dem Hintergrund einer krisengeschüttelten Welt auch ein Zeichen setzte für die Notwendigkeit des Austauschs und des stets offenen Diskurses. „Die Marken Gala ist eine Demonstration für Freiheit und Lebensfreude und gegen Autokratien und Terroristen, die die Welt einschüchtern wollen“, sagte Christiane Goetz-Weimer, Verlegerin der gastgebenden WEIMER MEDIA GROUP zur Eröffnung. Der aus ARD und BR bekannte Moderator Stefan Scheider, der launig durch den Abend führte, schloss sich an: „Nie war die Marke so wertvoll wie heute, überall gibt es Verunsicherung, Marken geben Orientierung und sorgen für Verlässlichkeit.“ Die wichtigsten Marken seien deshalb auch in diesem Jahr „die Marken der Freiheit und der Kreativität“, so Goetz-Weimer weiter.

Traditionell stehen bei der Night of the Brands nicht nur die Produktmarken und Unternehmen im Vordergrund, sondern mit der „Politischen Marke“ und dem „Living Brand“-Award auch die Marke Mensch. Erstere Auszeichnung ging in diesem Jahr an den Bundesfinanzminister und FDP-Chef Christian Lindner, der damit auf den Co-Bundesvorsitzenden der SPD, Lars Klingbeil und Ex-Bundeskanzlerin Angela Merkel folgt. Lindner habe vor ziemlich genau zehn Jahren eine totgeglaubte Partei übernommen und in einer ganz eigenen, unerschrockenen, asterixhaften Manier neu aufgestellt, laudatierte ihm der Journalist und Verleger Wolfram Weimer. Über ein neues „Look-and-Feel“ habe er aus einer „verstaubten Altherren-Staatssekretärskombo eine junge Zukunftsoption geformt“. Tatsächlich war die FDP bei der letzten Bundestagswahl unter Erstwählern mit einem Anteil von 23 Prozent stärkste Kraft gewesen. Lindner, so heißt es in der Jury-Begründung „hat es geschafft, den Liberalismus in Deutschland wieder zu einer politischen Kraft werden zu lassen“.

Lindner ließ es sich nicht nehmen den Preis persönlich entgegenzunehmen, wenngleich er betonte, dass er dies stellvertretend tue – für seine Partei und all ihre Mitglieder. Stellvertretend aber auch für liberale Werte, erklärte der Finanzminister. „Es geht darum, dass die Eigenverantwortung des Menschen eine Chance verdient hat, bevor der Staat zur Hilfe gerufen hat.“ Den Menschen müsse ein Urteilsvermögen zugetraut werden und es gehe darum, jeden einzelnen zu stärken, damit er Pilot seines eigenen Lebens sein könne. Der Jury zollte Lindner „Respekt für diese Preisträgerentscheidung“. Die FDP hatte zuletzt bei mehreren Landtagswahlen Stimmanteile verloren und es zuletzt in Bayern gar nicht mehr, in Hessen nur ganz knapp in den Landtag geschafft. „Wenn die FDP eine Aktie wäre, wären genau jetzt Kaufkurse“, witzelte Lindner. Der FDP-Chef weiß mit der aktuellen Situation umzugehen – und auch auszuteilen. Natürlich störe ihn manches in der Regierungszusammenarbeit, aber er habe die Grünen ja nicht gewählt, antwortete er auf die Frage von Moderator Scheider, der wissen wollte, ob Lindner schon einmal darüber nachgedacht habe die Koalition platzen zu lassen. Am Ende habe der Wähler entschieden, meint Lindner. An dieser Stelle das Handtuch zu werfen, „das wäre kein Mut, das wäre Feigheit“.

Feigheit ist auch dem diesjährigen Gewinner des „Living Brand“-Awards ein Fremdwort. Mit 82 Jahren hatte Dieter Hallervorden noch einen Fallschirmsprung gewagt. Mit inzwischen 88 erinnerte er sich auf der Night of the Brands-Bühne zurück an „urdeutsche Bedenken überall“. Aber, so Hallervorden: „Der Sprung vom Himmel auf die Erde ist der Beginn von etwas Neuem.“ Andersherum, das wäre das Ende. Der Schauspieler wolle eines einmal klarstellen: „Ich lebe unglaublich gerne und mir geht diese dauernde Miesmacherei auf den Keks!“ Allein mit Teilen der aktuellen Bundesregierung scheint Hallervorden auf Kriegsfuß zu stehen. Die Arbeit von Außenministerin Annalena Baerbock beschrieb er, indem er sich einem Satz des Schriftstellers Karl Kraus frei bediente: „Es reicht nicht, keine klaren Gedanken zu haben, man muss auch unfähig sein diese ausdrücken zu können.“

Hallervorden, das zeigt der Schauspieler, Komiker und schlussendlich eines der bekanntesten TV-Gesichter des Landes, hat auch im hohen Alter nichts von seinem Witz und „geistreichem Humor“, wie es in der Jury-Begründung zur Preisverleihung hieß, verloren. Dazu passte auch seine Antwort auf die stehenden Ovationen, mit denen das Publikum die „Living Brand“ Hallervorden würdigte. „Das haben Sie sehr glaubwürdig dargestellt“, scherzte der einst durch seine Figur „Didi“ berühmt gewordene Comedian.

Der ehemalige FDP-Gesundheitsminister Daniel Bahr hatte ihm zuvor mit großen Worten laudatiert: „Hier ehrt auch der Preisträger den Preis, nicht nur der Preis den Preisträger.“ Für den Vorstand der Allianz Private Krankenversicherungs-AG vor allem beeindruckend: Der „Marken-Relaunch“, der Hallervorden gelungen sei, weg vom Komiker Didi, hin zum ernsthaften Schauspieler, der wichtige gesellschaftliche Themen voranbringe. So beispielsweise das Thema Demenz im Film „Honig im Kopf“. Hallervorden habe hier ein voriges Tabu-Thema in die Mitte der Gesellschaft gebracht, meinte Bahr.

In der Mitte der Gesellschaft steht auch der diesjährige Gewinner des „Goldenen Brandeisens“. Der Preis ehrt besondere Leistungen in der Markenführung und ging dieses Mal an die Deutsche Telekom. Er wette, dass „jeder hier im Saal schon mal irgendwie in Verbindung mit der Deutschen Telekom stand“, kündigte Elich Werner, Leiter Marke und Kreation bei Sixt, dem Vorjahressieger, den Preisträger 2023 an. Die Telekom sei letztlich einfach „absolut ikonisch“. Er sei inspiriert von der klaren Markenführung, vom Mut und der Hingabe und der Liebe zum letzten Detail, so Werner. Ulrich Klenke, CMO und damit Telekom-Markenchef, nahm den Preis entsprechend stolz entgegen. „Wir freuen uns riesig. Zumal diese Anerkennung nicht zuletzt auch die Folge einer positiven Entwicklung ist.“

Am Ende stand ein glamouröser Abend, dem es gleichzeitig nicht an inhaltlicher Relevanz fehlte. „Wenn sich Kreative und Unternehmer, also Geist und Geld treffen, dann wollen sie sich austauschen und inspiriert werden. Substantielle Inhalte und Netzwerke stehen heute viel mehr im Vordergrund als Cocktailgläser und Small Talk“, weiß das Gastgeber-Ehepaar Weimer. Der Kern aber sei dabei nach wie vor, wie die neue Präsidentin der Marketing Clubs Frankfurts Alicja Feltens auf der Bühne feststellte: „Wir feiern großartige Marken“.

Oliver Götz

27.10.2023 | 09:37

Artikel teilen:


[« zurück](#)