

KONFERENZ Knize-Chef Rudolf Niedersüß und das Ehepaar Rose zeigen, was Markenbildung in der Modebranche heißt Mode, Marken, Treue im Fokus des 2. Franchisesalons

Wien. Rechtsanwältin **Sylvia Freyner** beweist Geschick darin, interessante Menschen an einen Tisch zu holen. Zu ihrem zweiten Franchisesalon, mit Schwerpunkt Modebranche, bat sie Jones-Gründer **Gabor** und **Doris Rose** sowie **Rudolf Niedersüß**, 73-jähriger Geschäftsführer des Traditionsbetriebs Knize, an ihren runden Tisch, um über Tradition, Marken und Kundenbindung zu plaudern. Niedersüß konnte sich der Komplimente kaum erwehren. Harley-Davidson-Händler **Ferdinand Fischer**, der in Harley-Jacke und passender Krawatte erschien, erhob in einer Anek-

dote etwa die Mode von Knize zum Inbegriff des Stils.

Doch auch **Gabor** und **Doris Rose** konnten sich über reges Interesse freuen und berichteten über den hohen Identifikationsgrad ihrer Kundinnen mit der Marke. „Wir leben in einer Zeit, in der sich Produkte immer ähnlicher werden“, bestätigt Werber **Harry Bergmann**. Wichtig sei, einen Wert mitzuverkaufen und eine Wertewelt zu kreieren, mit der sich die Kunden identifizieren.

Moderiert wurde die Diskussion von Kommunikationstrainerin **Theresia Zierler**. Unter den zahlrei-

chen Zuhörern: TV-Moderatorin **Danielle Spera**, **Helmar Grabner**, Leiter der KMU Akademie, Kunstmanagerin **Ingrid Haimböck**, Immobilien-Franchisegeber **Max Huber** von DMH Franchise, **Martin Tonko** vom Senat der Wirtschaft, **Helmut Schramm**, Obmann-Stv. der WKÖ sowie **Dagmar** und **Christian Reichel** von KA International Österreich. (man)

Modisch voll im Bilde (v.li.): **Bergmann, Niedersüß, Freyner** sowie **Gabor** und **Doris Rose**

