

Marke – Werte – Unternehmenskultur: für OBI-Gründer Manfred Maus ein untrennbarer Dreiklang

Dortmund, 12. Juni 2012

Wenn Manfred Maus über die Marke als Wachstumsmotor spricht, dann meint er stets eine Markenpolitik, die auf gelebten Werten in einer funktionierenden Unternehmenskultur beruht. Auf dem 9. Internationalen Marken-Kolloquium am 6. und 7. September 2012 teilt der OBI-Gründer und Franchise-Pionier seine Erfahrungen: Im Kloster Seon im Chiemgau schlägt Maus die Brücke von seiner Idee des Heimwerkermarkts „alles unter einem Dach“ zu seiner unternehmerischen Überzeugung, dass Erfolg ohne Sinn und Werte nicht machbar ist.

Keine Marke ohne Menschen

Dass heute zwei von drei Deutschen OBI kennen (obwohl nur wenige wissen, dass sich der Name OBI vom französischen Wort Hobby ableitet), führt Maus neben einer konsequenten Markenpolitik insbesondere auf eines zurück: den Menschen. Wenn er nur einen einzigen Hebel für Wachstum einsetzen könne, antwortete der Erfinder des Baumarkts in einem Gespräch*: „Die Menschen einbeziehen – um gemeinsam Wachstum zu generieren. Profitabel zu wachsen bedeutet heute, dass wir ein Unternehmen mit seinen Marken kontinuierlich aufbauen, das von Menschen akzeptiert wird und das Menschen motiviert.“ Wenn Mitarbeiter klar nach Werten geführt werden und den Sinn ihrer Arbeit erkennen, dann sind sie stolz, in diesem Unternehmen zu arbeiten. Und wo sich die Mitarbeiter wohlfühlen und zufrieden sind, spüre das auch der Kunde. Manfred Maus setzte noch einen drauf: „Bei OBI hatten wir eine klare Unternehmenspolitik. Wenn in Führungspositionen Menschen tätig waren, die unsere Werte, unsere Kultur nicht überzeugend mitgetragen haben, haben wir uns getrennt.“

Weitere Informationen zum 9. Internationalen Marken-Kolloquium 2012 für Entscheider über markenstrategische und marktaktische Fragen unter www.markenkolloquium.de oder bei Twitter @MKolloquium.

(* Mandat-Telekonferenz „Ethik: Wachstum und Verantwortung“ mit Prof. Dr. Guido Quelle und Manfred Maus am 8. März 2010)

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Foto Prof. h.c. Manfred Maus (© OBI) und Programm-Cover (© Mandat Managementberatung; Foto: Christian Vohler) unter www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-prof-dr-guido-quelle

Seit 2004 hat sich das Internationale Marken-Kolloquium zu einer der herausragenden Marken-Veranstaltungen im deutschsprachigen Raum entwickelt. Seit 2012 steht es unter der Leitung der Dortmunder Mandat Managementberatung GmbH und ihres Geschäftsführers, „Wachstumstreiber“ Prof. Dr. Guido Quelle.

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Berater, Autor, Redner und Experte für profitables Wachstum unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum zu trimmen. Sein aktuelles Buch „Profitabel wachsen – Wie Sie interne Bremsen lösen und Ihrem Unternehmen neuen Schub geben“ erschien im September 2011 bei Gabler. Quelle ist als erster Europäer Mitglied der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und seit 2010 Honorarprofessor an der Hochschule für Logistik und Wirtschaft, Hamm.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit über 20

Presseinformation

Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 120 deutschen und multinationalen Klienten gehören ANZAG, Deutsche Post, DHL, Hornbach, Mercedes-Benz, Volkswagen oder die Erasmus Universität Rotterdam sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen.

Pressekontakt:

Mandat Managementberatung GmbH
Prof. Dr. Guido Quelle
Emil-Figge-Straße 80
D-44227 Dortmund

Tel: +49 231 9742390
Fax: +49 231 9742389
guido.quelle@mandat.de
www.mandat.de