

freenets „Digital Lifestyle“ auf dem 10. Internationalen Marken-Kolloquium – eine größere Markenwelt für die mehr als 14 Millionen Kunden

Dortmund, 8. August 2013

Die Marke auf der Höhe der Zeit halten: Christoph Vilanek kennt sich damit aus. Der Vorstandsvorsitzende der freenet AG entwickelt gerade das Unternehmen vom Mobilfunkanbieter zum Spezialhändler von „Digital-Lifestyle-Produkten“. Wie Vilanek die Marke freenet voranbringt, darüber spricht er auf dem 10. Internationalen Marken-Kolloquium am 12. und 13. September 2013.

Mit der Übernahme von Gravis weitere Markenkanäle erschlossen

Die Übernahme des Apple-Händlers Gravis ist einer der Schritte auf Vilaneks Weg. Gravis soll künftig auch Geräte anderer großer Elektronik-Hersteller anbieten, die sich mit den Apple-Produkten zu einer Infotainment-Welt verbinden lassen. Den Anfang macht Sony. Zum Konzept des „Digital-Lifestyle-Anbieters“ freenet gehört bereits, in den 550 eigenen Mobilcom-Debitel-Shops Strom- und Kabelverträge oder eine Heizungssteuerung per Smartphone zu verkaufen.

Marke auf der Höhe der Zeit – und juristisch geschützt

Wie ernst es freenet mit der Markenstrategie meint, macht Prof. Dr. Guido Quelle, Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, auch am Markenschutz fest: „Wer sich die Marke ‚House of Digital Lifestyle‘ schützen lässt, macht das nicht für ein kurzfristiges Konzept der Anleger-Kommunikation.“ Diesen und andere Schritte wird Christoph Vilanek abseits vom Börsen-Alltag im September mit besonderen Markenentscheidern diskutieren: Im Chiemgauer Kloster Seon kommen u.a. Erich Sixt, BoConcept-CEO Torben Paulin, Martin Hampe von Steiff, Dyson-Geschäftsführer Alexander C. Schmidt, Thomas Nau von American Express und Dr. August Markl vom ADAC zusammen.

Mehr Informationen

im Web:

www.internationales-marken-kolloquium.de

bei Twitter:

<https://twitter.com/MKolloquium>

auf Facebook:

<http://de-de.facebook.com/pages/10-Internationales-Marken-Kolloquium-2013/388279751213173>

Redaktionelle Verwendung frei. Foto Christoph Vilanek, Vorstandsvorsitzender (CEO), freenet AG, Büdelsdorf (© freenet AG) und Programm-Cover (© Mandat Managementberatung) unter

<http://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. Der geschäftsführende Gesellschafter der Mandat Managementberatung hat mehr als 300 Fachartikel und zwölf Bücher geschrieben und herausgegeben, zuletzt u.a. „Profitable Growth: Release Internal Growth Brakes and Bring Your Company to the Next Level“ (Springer, 2012). Die deutsche Fassung „Profitabel wachsen“ erschien 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 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 120 deutschen und multinationalen Klienten gehören Alliance Healthcare Deutschland, 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
44227 Dortmund

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