

Wie der einstige Kurierdienst zu einer der „Best Global Brands“ wurde: American Express auf dem 10. Internationalen Marken-Kolloquium

Dortmund, 27. August 2013

Als die Herren Wells, Fargo und Butterfield 1850 ihren Eilzustelldienst namens American Express gründeten, konnten sie nicht ahnen, dass die Kreditkarte ihr Unternehmen weltbekannt und zur unverwechselbaren Marke machen wird. 2012 rangierte American Express auf Platz 24 der „Best Global Brands“ – vor Ikea, Ebay, Sony oder Facebook. Wie eine solche Marke global im Hier und Jetzt geführt wird, berichtet Thomas Nau, Vorsitzender der Geschäftsleitung von American Express für Deutschland und Österreich, auf dem 10. Internationalen Marken-Kolloquium.

Die älteste Marke auf dem 10. Internationalen Marken-Kolloquium

Unter den Referenten am 12. und 13. September 2013 repräsentiert Thomas Nau mit American Express die älteste Marke. Die weiteren vertretenen Marken sind mindestens ein Vierteljahrhundert jünger: 1877 eröffnete Margarete Steiff ihr Filzkonfektionswarengeschäft. Der ADAC feierte 2003 hundert Jahre Bestehen. Sixt startete 1912. BoConcept entstand 1952. Der Erfinder des beutelosen Staubsaugers, James Dyson, startete 1993. Die Vorläufer der heutigen freenet AG wurden in den 1990er-Jahren gegründet.

Im Chiemgauer Kloster Seeon diskutieren die Teilnehmer – Markenstrategen und Markentaktiker aus vier Ländern – also Erfahrungen aus drei Jahrhunderten. Prof. Dr. Guido Quelle, Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, ist gespannt, wie sich die Marke American Express in mehr als 150 Jahren verändert hat und wie sie dabei auf der Höhe der Zeit blieb.

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 Thomas Nau, Vorsitzender der Geschäftsleitung, American Express Services Europe Limited, Frankfurt am Main (© American Express) und Programm-Cover (© Mandat Managementberatung) 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. 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 ANZAG (heute: 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