

Wie gelingt modernes Wachstum aus der Marke heraus? Antworten gab das 13. Internationale Marken-Kolloquium

Dortmund, 19. September 2016

Ob familiengeführtes Traditionsunternehmen oder Online-Erfolgsmodell, ob frecher im Markenbild oder eher konventionell geprägt: Das diesjährige 13. Internationale Marken-Kolloquium bot den 80 Teilnehmern wieder ein sehr abwechslungsreiches Programm, das Branchen- und Ländergrenzen überschritt und Einblicke in ganz unterschiedliche strategische Ansätze ermöglichte. Unter dem Leitthema „Marke 4.0 – modern wachsen“ traf sich unter der Regie der Dortmunder Mandat Managementberatung am 15. und 16. September ein handverlesener, limitierter Kreis aus Unternehmern, Geschäftsführern, Inhabern, Vorständen und Senior-Führungskräften im Kloster Seon im Chiemgau, um vertrauensvoll und offen über Strategie, Markenführung und Wachstum zu diskutieren.

Hartnäckigkeit, Herzblut und Haltung: Erfolgsrezepte in acht Vorträgen

- True Fruits Marketing-Macher und Mitgründer Nicolas Lecloux eröffnete mit Smoothie-Talk und machte deutlich, wie wichtig es ist, hartnäckig die eigene Vision zu verteidigen und zu verfolgen.
- Grandhotelier und Service-Excellence-Experte Carsten K. Rath setzte mit einem Brückenschlag in die Hotellerie und Touristik wertvolle Impulse, um über die Interaktion mit Menschen Loyalität und Marke entstehen zu lassen.
- Edding-CEO Per Ledermann erklärte wie Markendehnung bei Edding funktioniert, welche entscheidenden Erfolgsfaktoren man beim Marken-Fit berücksichtigen sollte und warum eine flexible Organisation erforderlich ist.
- Keller Sports-Geschäftsführer Moritz Keller zeigte wie er ein Shopperlebnis der Extraklasse schafft und damit vom Händler zur Plattform und zum Markenpartner avancierte.
- Rügenwalder Mühlen-Chef Christian Rauffus bot und einen hochspannenden Einblick in das mittlerweile in sechster Generation geführte Familienunternehmen und in die Entwicklungspläne von der Wurstmarke zur Lebensmittelmarke
- Als Bio-Pionier und Eigenmarken-Vorbild des österreichischen Handels zeigte Mag. Martina Hörner, Geschäftsführerin der Eigenmarke Ja!Natürlich auf, welche Stellhebel für den Erfolg der Marke verantwortlich sind und wie weiter das Bekenntnis zu Produkten aus Österreich gestärkt und ausgebaut wird.
- Mit Carolin Kutzera und Dr. Hartmut Bretz waren gleich zwei Generationen des Cult-Sofa Herstellers auf der Bühne. Vater und Tochter erzählten wie sie das Zuhause verändern möchten, erzählten die Geschichte der Marke Bretz und gaben einen sehr offenen Einblick in aktuelle Problemstellungen
- Gründerin Dr. Anne-Christin Bansleben klärte über die Probleme und Herausforderungen der konventionellen Lederherstellung auf und fesselte das erfahrene Publikum mit viel Herzblut und ihrem hoch innovativen Rhabarberleder – ein Forschungsprojekt das nicht in der Schublade geblieben ist.

Der 5. Award des Internationalen Marken-Kolloquiums bleibt in Dortmund

Der Award für herausragende Leistungen zur Förderung der Marke und der Markenführung wurde in diesem Jahr an Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Borussia Dortmund GmbH & Co. KG aA vergeben. „Hans-Joachim Watzke hat die Geschäftsführung in einer höchst prekären Lage übernommen, das Unternehmen aus einer existenzbedrohenden Situation befreit und neu ausgerichtet“, so der Stifter des Awards Guido Quelle über die Hauptargumente der Jury. Watzke nahm den Award mit Freude entgegen. Er konnte aufgrund des Champions League Spielplans und des hochehrreichen Ergebnisses des BVB in Warschau zwar nicht persönlich vor Ort sein, ließ es sich aber nicht nehmen, per Live-Übertragung der Verleihung beizuwohnen und sein Wort an die Teilnehmenden zu richten. Die Ehrung des Preisträgers und der anwesenden Nominierten ist stets ein Highlight des Kolloquiums und ein festlicher Abschluss des ersten Tages.

Bereits 33 Plätze für 2017 sind vergeben

Acht der maximal 80 Plätze für 2017 waren bereits vor dem Start des diesjährigen Internationalen Marken-Kolloquiums vergeben und auch während des Kolloquiums entschieden sich viele Teilnehmer, für ein Wiedersehen in 2017. 40 Prozent der Plätze sind bereits heute für das 14. Internationale Marken-Kolloquium, das am 14. und 15. September 2017 unter dem Leitthema „Marke – Beziehung fürs Leben“ stattfinden wird, gebucht.

„Die hohe Zahl an wiederholten Anmeldungen freut uns sehr und beweist, dass auch das Internationale Marken-Kolloquium selbst zu einer Marke geworden ist. Diese Beitrags-, Teilnehmer- und Diskussionsqualität findet man sonst selten“, freut sich Gastgeber Prof. Dr. Guido Quelle. „So lohnt es sich mindestens zwei Tage zu investieren und die Anreise in eine der südlichsten Gegenden Deutschlands in Kauf zu nehmen. Jeder Unternehmer hier geht mit hochgradig wertvollen Wachstumsimpulsen nach Hause.“

Weitere Informationen:

im Web www.internationales-marken-kolloquium.de

bei Twitter <https://twitter.com/MKolloquium>

auf Facebook <https://www.facebook.com/pages/Internationales-Marken-Kolloquium/388279751213173?fref=ts>

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Fotos von Prof. Dr. Guido Quelle (Geschäftsführer, Mandat Managementberatung) und der diesjährigen Referenten (jeweils © Mandat Managementberatung) unter <http://www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-internationales-marken-kolloquium/>

Seit 2004 hat sich das Internationale Marken-Kolloquium zu einer der herausragenden Veranstaltungen für „Marke“, „Strategie“ und „Wachstum“ im deutschsprachigen Raum entwickelt. Stets ist ein ausgewähltes Teilnehmerfeld von maximal 80 Unternehmern, Geschäftsführern, Vorständen und Senior-Führungskräften vor Ort. Seit 2012 steht das Internationale Marken-Kolloquium unter der Leitung der Dortmunder Mandat Managementberatung und ihres Geschäftsführers Guido Quelle.

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Wachstumsexperte unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf gesundes, profitables Wachstum zu trimmen. Der geschäftsführende Gesellschafter der Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, hat mehr als 400 Fachartikel und 15 Bücher geschrieben und herausgegeben. Sein aktuelles deutschsprachiges Buch „Wachstumsintelligenz – So gelingt Wachstum im Mittelstand“ ist Ende August 2015 erschienen. Das aktuelle internationale Buch „Profitable Growth: Release Internal Growth Brakes and Bring Your Company to the Next Level“ erschien bei Springer 2012 und hat Leser in mehr als 30 Ländern. Guido Quelle ist Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, das 2016 zum dreizehnten Mal stattfinden wird. Er ist erster Europäer in der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und lehrt als Honorarprofessor das Fachgebiet „Strategieberatung“ an der Hochschule für Logistik und Wirtschaft in Hamm/Westfalen.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit über 25 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 160 deutschen und multinationalen Klienten – mit über 400 Projekten – gehören unter anderem ANZAG (heute: Alliance Healthcare Deutschland), Deutsche Post/DHL, Saint-Gobain, Hornbach, Mercedes-Benz, Volkswagen oder die Erasmus Universität Rotterdam sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen. Seit 2013 ist Mandat auch in London und New York vertreten.

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