

Das war das 16. Internationale Marken-Kolloquium 2019 – „Marke – Cool bleiben“ (1/3)

80 Unternehmerinnen und Unternehmer aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, der Tschechischen Republik und erstmals auch aus den USA kamen im Kloster Seon zusammen – darüber lohnt es sich zu berichten. Lassen Sie uns diese zweieinhalb Tage voller Wachstumsimpulse und spannender Gedankenaustausche gemeinsam Revue passieren.

Bogenschießen: Gemeinsam den richtigen Fokus finden

Bereits am Mittwochnachmittag trafen die ersten Teilnehmer ein, um an unserem alljährlichen „Vorabend-Event“ teilzunehmen. Mit Pfeil und Bogen ging es dieses Jahr ins Grüne. Unter der Anleitung des geübten Bogenschützen Christian Keller konnte jeder Gast seine Treffsicherheit unter Beweis stellen. Die benötigte innere Ruhe, die Konzentration und die klare Fokussierung auf das Ziel sorgten dafür, dass alle Teilnehmenden auch gedanklich voll auf dem Internationalen Marken-Kolloquium angekommen waren.

Abendessen im gotischen Gewölbekeller

Das gemeinsame Abendessen vor dem offiziellen Beginn des Kolloquiums hat sich für viele unserer Teilnehmer in ihrer Planung fest etabliert. Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer fand sich bereits zum Vorabend im gotischen Gewölbekeller des Kloster Seon ein – getreu dem Motto: Einander kennenlernen, sich wieder treffen, erste Impulse austauschen und am Donnerstag bereits vertraut miteinander in die Veranstaltung starten.



Der erste Tag: Ist uncool das cool von morgen?

Wir blicken auch in diesem Jahr wieder auf ein unglaublich starkes Referentenfeld zurück. Auf Unternehmer, denen es gelungen ist, ihr Unternehmen so auszurichten, dass es „cool“ geworden oder über Generationen hinweg „cool“ geblieben ist.

TUI-Deutschland Chef Marek Andryszak eröffnete das Internationale Marken-Kolloquium in diesem Jahr mit seinem Vortrag und zeigte die Herausforderungen des weltweit führenden Reisekonzerns auf, aus dem Image der Pauschalreisen heraus auch für die jüngere Zielgruppe attraktiv zu werden.

In diesem Jahr erwartete unsere Teilnehmer, die erste Referentin aus den USA – **US-Expertin für Leadership und CEO-Brands Suzanne Bates**. Sie veranschaulichte in ihrem Vortrag „What makes a high growth leader?“, welche Eigenschaften und Fähigkeiten Führungskräfte tatsächlich erfolgreich machen und half den Teilnehmern dabei, eigene Stärken und Schwächen zu erkennen.

Nach einer gemeinsamen Mittagspause versüßte uns **Andreas Ronken, Vorsitzender der Geschäftsführung des Schokoladenherstellers Ritter Sport** den Nachmittag, beleuchtete die strategischen Eckpfeiler des Kompetenzführers und gewährte Einblicke in die differenzierte Tonalität in der Marktbearbeitung des weltweit bekannten Familienunternehmens.

Den letzten Vortrag des Tages steuerte **Flixbus-Mitgründer Daniel Krauss** bei. Er fesselte die Teilnehmer mit der rasanten Geschichte von Deutschlands erfolgreichstem Start-Up, welches mittlerweile zum größten Fernbus-Unternehmen der Welt avanciert.



Das war das 16. Internationale Marken-Kolloquium 2019 – „Marke – Cool bleiben“ (2/3)

Das Wachstums-Café: Zeit für ihre Fragen

Zum Abschluss ging es in den Benediktussaal, um bei Kaffee und Kuchen individuelle unternehmerische Fragestellungen zu diskutieren. Ein einzigartiges Format, das wie kein anderes die offene, vertrauliche und konstruktive Atmosphäre des Marken-Kolloquiums widerspiegelt. Fünf Teilnehmer nutzen die Stunde, um ihre Fragen an die Gruppe zu stellen und vom breiten Erfahrungsschatz der Runde zu profitieren. Es wurden unterschiedlichste Fragen rund um Themen wie die Beteiligung von Mitarbeitern am Unternehmenserfolg, Herausforderungen bei der Eröffnung eines eigenen Online-Shops und Erfahrungen mit der Offenlegung von Unternehmenszahlen vor den eigenen Mitarbeitern gestellt sowie um Ratschläge im Umgang mit Investoren und zu Wettbewerbsstrategien gebeten. Alle Teilnehmer konnten interessante Lösungsansätze mit nach Hause nehmen, bevor es mit dem Abendprogramm weiterging.

In der Alten Zollstation: And the Winner is...

Unsere neue Location für das traditionelle festliche Dinner am ersten Abend überzeugte auf ganzer Linie. Highlight des Abends war die Verleihung des nunmehr 8. Awards des Internationalen Marken-Kolloquiums – der in diesem Jahr nach Osnabrück ging. „Mode ist nicht nur kaufen, sondern erleben“, so das Motto unseres diesjährigen Preisträgers Mark Rauschen, Geschäftsführender Gesellschafter des Modehauses L&T. Gemeinsam mit seinem Team ist es Mark Rauschen gelungen, L&T Lengermann & Trieschmann zu dem größten inhabergeführten Modeunternehmen in Norddeutschland heran wachsen zu lassen, welches jährlich etwa zehn Millionen Besucher anzieht. Durch Innovationen, Kundennähe, Events, permanenten Invest in Aus- und Umbau hat Mark Rauschen bewiesen wie in einem schwierigen Umfeld dennoch rasantes, gesundes Wachstum möglich ist. Lesen Sie gerne mehr in der veröffentlichten Pressemitteilung.



Nach einem rundum gelungenen gemeinsamen Abend mit spannenden Gesprächen bei Tisch, ging es zurück zum Kloster, wo einige unserer Teilnehmer den Abend in der gemütlichen Atmosphäre des „Kloster Stüberls“ ausklingen ließen.

Der zweite Tag: So sind wir alle cool geblieben

Am Abend noch geehrt und am nächsten Tag schon auf der Bühne. Mark Rauschen eröffnete mit seinem Vortrag den zweiten Tag und zeigte wie es L&T gelungen ist, zu einem überregionalen Magneten zu werden und den stationären Einzelhandel mit echten Erlebnissen aufzuwerten.

Was können Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn und Co? Social-Media-Experte Lucas Hoffmann rüttelte die Teilnehmer, die sich in diesem Bereich häufig auf Agenturen oder die Expertise innerhalb der Mannschaft verlassen, massiv und unterhaltsam auf. Mit Dutzenden an Praxistipps löste er eine intensive Diskussion über digitale Marketingstrategien aus.

4 Gründer oder Gründer-Teams gestalteten darüber hinaus die erste Start-Up-Session des Kolloquiums. Der Nusscreme-Maschinen-Hersteller **supernatural**, die Tiefbau-Plattform **localexpert24**, die Workflow-Software **Flowers** und der Start-Up-as-a-Service-Dienstleister **hatchery** pitchten die eigenen Geschäftsideen und gingen in die Diskussion mit den Teilnehmern. Insbesondere der Wissenstransfer wie es auch in etablierten Unternehmen gelingen kann, neue Ideen mit Start-Up-Geschwindigkeit umzusetzen, interessierte das Plenum hochgradig.



Das war das 16. Internationale Marken-Kolloquium 2019 – „Marke – Cool bleiben“ (3/3)

Den Abschluss des Tages bildete Rüdiger Behn, Geschäftsführer des Spirituosenherstellers Waldemar Behn, bekannt für Marken wie „Kleiner Feigling“, „Küstennebel“, „Dooleys“ oder „Danzka Vodka“. Er stellte die zwei sehr unterschiedlichen Markengeschichten von „Kleiner Feigling“ und „Danzka Vodka“ gegenüber und teilte Best Practices, um mehrere Marken erfolgreich unter einem Dach zu führen. Zum Ende seines Vortrags verteilte er für jeden Teilnehmer ein Fläschchen „Kleiner Feigling“ und läutete damit offiziell zum Abschluss des Tages über getreu dem Motto: Das Internationale Marken-Kolloquium – Die Runde Kleiner Feigling – Die After-Work-Party.

Zum Abschluss

Das letzte Wort gebührte dann dem Gastgeber Prof. Dr. Guido Quelle, der, nachdem er seine wesentlichen Erkenntnisse aus den Vorträgen geteilt hatte, das 16. Internationale Marken-Kolloquium gemeinsam mit den Teil-



Das sagen unsere diesjährigen Teilnehmer und Teilnehmerinnen

„Besonders war und ist die Offenheit und schnelle Vertrautheit die man als ‚Neuer‘ direkt erlebt.“ Matthias Kieß, Geschäftsführender Direktor, AEB SE

„Ihre Veranstaltung war außergewöhnlich gut – angefangen bei der sorgfältigen und durchdachten Organisation, über die abwechslungsreiche Auswahl an hochkarätigen Referenten bis hin zum Teilnehmerkreis aus ebenso interessanten wie sympathischen Zeitgenossen. Besonderes Lob verdient die Atmosphäre der beiden Tage. Ein so offenes, kommunikatives, unpräntiöses und zugleich konzentriert-ungezwungen-freundschaftliches Miteinander habe ich selten bis nie erlebt.“ Christian Preiser, Chefredakteur Markt und Mittelstand

“I’m deeply impressed by your attendee list, your organizing capabilities, the quality of speakers and the attention to detail that went into the making of a first-class event. You’re providing high value to attendees.” Suzanne Bates, CEO Bates Communications, Inc.

„Das Internationale Marken-Kolloquium ist absolut empfehlenswert, weil hier Topentscheider, aber keine Blender, zu Themen diskutieren, die die Wirtschaft wirklich beschäftigen und daher alle voranbringen.“ Carolin Kittel – Geschäftsführerin, Frankenwälder E. Held GmbH & Co. KG

nehmern vor dem Festsaal ausklingen ließ.

Das diesjährige 16. Internationale Marken-Kolloquium bot den 80 Teilnehmern ein breites und sehr abwechslungsreiches Programm, das Branchen- und Ländergrenzen überschritt und Einblicke hinter die Kulissen gänzlich unterschiedlicher Marken und Unternehmen bot.

Kein Wunder also, dass bereits gut ein Drittel der Teilnehmerplätze für 2020 bereits vergeben sind. Das 17. Internationale Marken-Kolloquium wird dabei am 10. und 11. September 2020 unter dem Leitthema „Marke – Hoch hinaus“ stattfinden. Auch fünf Referenten für das kommende Jahr haben bereits fest zugesagt. Seien Sie also gespannt, wer Sie nächstes Jahr erwartet.

Wenn Sie sich bisher nicht angemeldet haben und die Chance jetzt nutzen möchten, schreiben Sie Kerstin Scupin (kerstin.scupin@mandat.de) oder registrieren Sie sich über unseren [Onlineshop](#).

Last but not least

Möchten wir uns im Namen des gesamten Mandat-Teams bei unseren Teilnehmern, Gästen, Referenten und Partnern von Herzen bedanken für diese inspirierenden und gehaltvollen Tage – wir freuen uns schon heute auf das kommende Jahr.