



Mandat-Vortragstermine 2021-2022

Vorträge

- | | | | |
|-----------------------|---|--|---|
| 15. Juni 2021 | ✓ | Digitale Session „Wachstums-Club: Volume 1“,
Veranstaltung des MAV – Österreichischer Verband der Markenartikelindustrie
Prof. Dr. Guido Quelle | |
| 9./10. September 2021 | ✓ | Gastgeber des 18. Internationalen Marken-Kolloquiums
Kloster Seeon, Chiemgau
Prof. Dr. Guido Quelle |  |
| 22. September 2021 | ✓ | Vortrag „Valuable and simple use cases to secure infrastructure knowledge“,
Veranstaltung der INTERGEO 2021, Hannover
Lisa Wolff | |
| 4. Oktober 2021 | ✓ | Vortrag „Wachstumsclub Volume 2 (Marken-Differenzial heben)“
Veranstaltung des MAV – Österreichischer Verband der Markenartikelindustrie
Linda Vollberg | |
| 5. Oktober 2021 | ✓ | Digitaler Vortrag „Boom! Und nun? Wie zukunftsfest ist Ihr Wachstum?“,
Heimtier-Kongress, Düsseldorf
Prof. Dr. Guido Quelle | |
| 13. Oktober 2021 | ✓ | Vortrag „Brauchen wir Wachstum? Mit Wachstumsintelligenz in die Zukunft.“
HORIZONT Kongress & Award, Frankfurt am Main
Prof. Dr. Guido Quelle | |
| 4./5. November 2021 | | Keynote „ <i>Titel folgt</i> “
Jahrestagung des Verbandes Technischer Handel e.V. (VTH), Düsseldorf
Prof. Dr. Guido Quelle | |
| 11. November 2021 | | Digitaler Vortrag „Nachfolge - vom Übernehmer zum Unternehmer; Digitaler
Erfahrungsbericht“
Veranstaltung der Creativ Partner
Prof. Dr. Guido Quelle , Linda Vollberg , Fabian Vollberg | |
| 19. November 2021 | | Vortrag „Ein Manifest für mehr Wachstum“
Campus Symposium, Iserlohn
Prof. Dr. Guido Quelle | |
| 10. Februar 2022 | | Vortrag „Marke ist nicht Marketing: Wesentliche Elemente für eine
wachstumsstarke Marke“, Forum von F+P Fliesen und Platten, Köln
Linda Vollberg | |

Lesen Sie aktuelle kostenfreie Veröffentlichungen zu wachstumsrelevanten Themen:

- „**Marke hilft auch in der Katastrophe**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 10/2021
- „**Erwartungen im Vertrieb managen**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 9/2021
- „**Gesundes Wachstum kommt von innen**“ – pet Fachmagazin, Ausgabe 8/2021
- „**In Bewegung ist Wachsen leichter**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 7-8/2021
- „**Fünf Prinzipien starker Markenführung**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 6/2021
- „**Dem Preisdruck standhalten**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 4-5/2021
- „**Die drei Dimensionen der Strategie**“ – KMU-Magazin, Ausgabe 03/2021

Alle aktuellen Fachartikel finden Sie auf unserer [Website](#).

„Brauchen wir Wachstum? Mit Wachstumsintelligenz in die Zukunft.“ – Prof. Dr. Guido Quelle beim HORIZONT Kongress

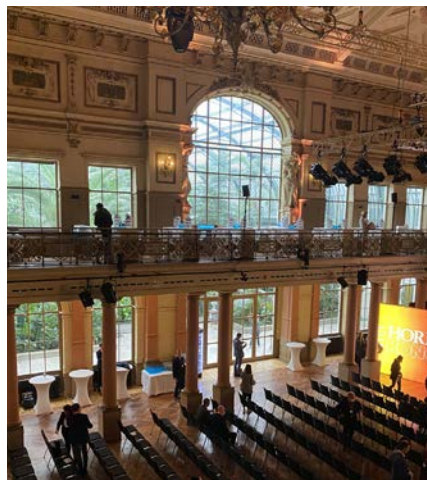
„Brauchen wir Wachstum? Mit Wachstumsintelligenz in die Zukunft.“ So lautete die Frage beim Vortrag von Prof. Dr. Guido Quelle im Rahmen des HORIZONT Kongress & Award am 13. Oktober 2021. Die kurze Antwort lautet selbstverständlich „Ja“.

Die lange Antwort erhielten die anwesenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Frankfurt am Main. Dabei wurde schnell klar: Heutzutage herrscht oft der Irrtum, Meinung ersetze Fakten. Das darf so nicht sein. Was wir brauchen, ist ein kritischer Umgang mit der Faktenlage der Welt. Der Erfolg von heute ist das Ergebnis von gestern.

Der zweitägige Kongress liefert News, Trends und Inspiration – national und international. Ein erstklassiges Programm mit namhaften Köpfen aus Politik, Medien, Agenturen und Marken. Dieses Jahr steht das Programm unter dem Motto „Together. Wie wir gemeinsam die Zukunft von Marketing und Medien gestalten.“

Der HORIZONT Kongress in Frankfurt ist zugleich persönliches Trendbarometer und verlässlicher Kompass im zunehmenden Dschungel der Medienvielfalt.

Mehr zu Prof. Dr. Guido Quelle als Speaker erfahren Sie [hier](#).



Bildquelle: Fotocredit „BILDSCHÖN | Schmetzer“

Prof. Dr. Quelle mit Dr. Vorkötter

Boom! Und nun? Wie zukunftsfest ist Ihr Wachstum? – Prof. Dr. Guido Quelle beim Heimtierkongress

Das Thema am 5. Oktober: Boom! Und nun? Wie zukunftsfest ist Ihr Wachstum? Der Anlass: der diesjährige Heimtierkongress.

Passend zum Thema der Veranstaltung „Die Heimtierbranche nach Corona – Trends und Geschäftsmodelle für die Zukunft“ warf Prof. Dr. Guido Quelle in seinem digitalen Vortrag einen Blick in die Zukunft und widmete sich insbesondere den Fragen, wie das immense Wachstum der Heimtierbranche nachhaltig werden kann und was es dabei zu bedenken gilt.



– Sie suchen einen Impulsgeber für Ihre Veranstaltung? Sprechen Sie Anne Hausen direkt an und finden Sie mit ihr heraus, ob Mandat einen praxisorientierten, werthaltigen und kurzweiligen Beitrag für Ihre Teilnehmerinnen und Teilnehmer liefern kann – anne.hausen@mandat.de! –

Wachstums-Club Volume 2: Markendifferenzial heben – Linda Vollberg beim Mitglieder-Tag des Österreichischen Markenartikelverbands

Am 4. Oktober kamen die Mitglieder des MAV – Österreichischen Markenartikelverbands zum jährlichen Mitglieder-Tag 2021 in hybrider Form. Die Mehrheit der Teilnehmer und Referenten – so auch Linda und Fabian Vollberg – befanden sich bei strahlendem Sonnenschein im ehrwürdigen „Haus der Industrie“ zentral gelegen im dritten Wiener Gemeindebezirk.

Unter dem Tagesmotto „Aufbruch zu neuem Wachstum!“ – was könnte besser passen? – ging es um die neuesten Wirtschaftsprognosen, Konsumententrends und Performance Branding, aber auch um Cyber Security und selbstverständlich darum, die eigene Markendifferenzierbarkeit zu erhöhen.

Im vom MAV und Mandat bereits im Juni 2021 aus der Taufe gehobenen Format „Wachstums-Club“ verpackte Linda Vollberg ihre Expertise in Markenführung und Markenaufbau in drei maßgebliche Erfolgsprinzipien starker Marken und sprach über deren Umsetzbarkeit auf Basis von aktuellen Projektbeispielen. Eine These, die die Aufmerksamkeit der Runde besonders fing, lautete: „Die Unternehmensführung muss lernen, die Marke um Rat zu fragen.“

Der österreichische Markenartikelverband steht seit bereits 95 Jahren im Dienst der Marken



Linda Vollberg, Mag. Günter Thumser, Fabian Vollberg

Zukunft der Arbeit – Grenzenlose Zusammenarbeit

von Tobias Kerkhoff

Kurzübersicht

- o Wenn die Babyboomer in Rente gehen, beginnt der „War for Talents“ erst richtig.
- o Es führt kein Weg an der internationalen Projektarbeit vorbei.
- o Nutzen Sie heute schon die Vorteile der internationalen Projektarbeit, z.B. indem Sie von lokalen Steueranreizen profitieren.



Bereits in meinem letzten Beitrag habe ich die Aspekte der internationalen Projektarbeit, u.a. anhand einiger erprobter Erfolgsmuster, herausgearbeitet. Den Themenkomplex internationaler Projektarbeit möchte ich erneut aufgreifen, denn die internationale Zusammenarbeit wird meiner Einschätzung nach eine fundamentale Rolle in der Zukunft der Arbeitswelt spielen. Sie wollen wissen warum? Gerne erläutere ich Ihnen meinen Standpunkt:

Langsam aber sicher verabschiedet sich die Generation der Babyboomer in ihren wohlverdienten Ruhestand. Laut offiziellen Zahlen des statistischen Bundesamtes rechnet das Institut mit dem Höhepunkt des Rückgangs der erwerbstätigen Bevölkerung in Deutschland im Jahr 2030, wenn ca. 500.000 Menschen jährlich mehr in den Ruhestand gehen, als junge Menschen neu in ihr Berufsleben starten, was einen beispiellosen „War for Talents“ zur Folge haben wird.

Wie lässt sich diese Lücke nun schließen? Zweifelsohne reichen die nachrückenden Generationen der Millennials und Z nicht aus, um die entstehenden Lücken im Arbeitsmarkt aufzufangen. Was also tun? Arbeitsplätze nicht mehr nachbesetzen? Arbeitsplätze ins Ausland verlagern? Unbestritten werden aufgrund der Digitalisierung auch Arbeitsplätze in Zukunft wegfallen oder sich verändern. Auch die Anzahl erwerbstätiger Frauen, die mittlerweile laut Statistischem Bundesamt bei ca. 47% liegt, hat kontinuierlich in den letzten Jahren zugenommen und kann so den drohenden Mangel an Arbeitskräften zum Teil abfedern.

Eine weitere Alternative besteht darin qualifiziertes Personal aus dem Ausland anzuwerben. Schon heute kämpfen Unternehmen besonders in der IT-Branche mit harten Bandagen um qualifiziertes Nachwuchspersonal oder arbeiten direkt mit im Ausland ansässigen Freelancern zusammen.

Sie sehen also eine Zusammenarbeit in internationalen Projektteams spielt aktuell schon eine Rolle für viele Unternehmen in Deutschland. Bereits jetzt dürften sich viele von Ihnen intensiv mit Ihren internationalen Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt in Videokonferenzen, E-Mails oder Telefonaten im Austausch befinden.

Ein anderer Aspekt sind die Erwartungen der nachkommenden Generationen. Gerade für die jüngere Generation, der sogenannten digital natives, sind ein internationales Studium, gerne mehrsprachig und mit verschiedenen Auslandsaufenthalten, immer mehr eine Selbstverständlichkeit. Diese Möglichkeit von internationalen Einsätzen schätzen die zukünftigen Arbeitskräfte an potenziellen Arbeitgebern. Somit kann eine eigene Auslandsniederlassung und ein internationales Team sogar ein Wettbewerbsvorteil für Unternehmen im Hinblick auf die Fachkräftegewinnung sein.

Unserer langjährigen Projekterfahrung nach ist die internationale Expansion in neue Märkte ein probates Mittel, wenn Unternehmen profitabel wachsen möchten, speziell im deutschen Mittelstand beträgt die Exportquote von Gütern gerne einmal mehr als 50%. Somit werden Sie als Unternehmen mit hoher Wahrscheinlichkeit mit der Thematik der internationalen Projektarbeit konfrontiert, sei es aufgrund der Personalsuche, der Gründung einer ausländischen Niederlassung oder der Zusammenarbeit mit lokalen Distributionspartnern.

Abschließend möchte ich Ihnen gerne ein paar Vorteile der Arbeitsweise in internationalen Projektteams mit auf den Weg geben:

- o Profitieren Sie von den verschiedenen Zeitzonen, um wirklich bis zu 24h täglich an Projekten arbeiten zu können.
- o Bereichern Sie Ihre eigene Perspektive durch verschiedene Herangehensweisen, z.B. zur Problemlösung.

- o Profitieren Sie von lokalen Steueranreizen/Freihandelszonen und niedrigeren Arbeitslöhnen.
- o Positionieren Sie sich als attraktiver, zukünftiger Arbeitgeber.

Wenn Sie also als Gewinner aus dem zukünftigen „War for Talents“ hervorgehen möchten, kann ich Ihnen nur empfehlen, bereits heute die zunehmende Bedeutung der internationalen Projektarbeit zu berücksichtigen, beispielsweise anhand der Ausrichtung Ihrer Organisationsstruktur oder der Möglichkeit eines Auslandseinsatzes für Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

