



# MANDAT GROWTH LETTER®

Fokusthema: Beginnen



# 3

## Editorial

Beginnen



# 4

## CEO-Tipp des Monats

Fangen Sie einfach an



# 5

## Marke

Wo fängt man an? Wachstum beginnt innen.



# 6

## Vertrieb & Expansion

Momentum schlägt Perfektion



# 7

## Internationales Marken-Kolloquium

„Marke – Echt bleiben“  
9. – 11. September 2026



# 8

## Veranstaltungen & Veröffentlichungen

Aktuelle Berichte, Neuigkeiten und Informationen



# 12

## Mandat-Intern

Hinter den Kulissen!

# Editorial

Neues Spiel, neues Glück. Wir werden heute nicht über Vorsätze reden, aber über Voraussetzungen: Haben Sie die für sich im Rahmen der Möglichkeiten besten Voraussetzungen geschaffen, um das neue Jahr stark und wirksam zu beginnen? Wenn nicht, dann tun Sie das, bevor Sie richtig starten. Schaffen Sie erst die Basis. Aufräumen, umordnen, strukturieren. Starten Sie erst dann.

Diese Ausgabe des Mandat Growthletters steht unter dem Fokusthema „Beginnen“. Dieses Wort stand in großen Lettern jahrelang auf einem Poster in unserem großen Studio bei Mandat und man musste es lesen, wenn man aus dem Raum ging. Beginnen, das ist der Start des Erfolgs. Was beginnen Sie 2026?

Viel Freude beim Lesen und Denken und ein gutes neues Jahr für Sie und Ihre Freunde und Familien.

Ihr und Euer

Prof. Dr. Guido Quelle



**SCHREIBEN SIE MIR**  
[guido.quelle@mandat.de](mailto:guido.quelle@mandat.de)



**VORTRAGSCLIPS AUF YOUTUBE**  
[/GuidoQuelleMandat](https://www.youtube.com/@GuidoQuelleMandat)



**FINDEN SIE MICH BEI LINKEDIN**  
Prof. Dr. Guido Quelle



**MEIN BLOG „WACHSTUMSTREIBER“**  
[www.mandat.de/de/blog](http://www.mandat.de/de/blog)



# CEO-Tipp des Monats

von Guido Quelle

Fangen Sie einfach an



Erinnern Sie sich an meinen CEO-Tipp im Dezember? Er lautete „Die Zukunft gestalten“, denn unser Fokusthema im vergangenen Monat lautete „Zukunft“. Nun ist „Zukunft gestalten“ ja schnell geeignet, ins Abstrakte abzuleiten und es gibt beliebig viele Gründe – nennen wir sie „Ausreden“ –, um nicht mit der Zukunft zu beginnen.

Die Zukunft beginnt heute. Einige Wissenschaftler definieren die Gegenwart als die aktuelle Sekunde, die Sekunde davor und die Sekunde danach. Wie auch immer wir die Gegenwart definieren, es ist nicht morgen, nicht übermorgen, schon gar nicht gestern und auch nicht in der nächsten Stunde. Die Gegenwart ist jetzt. Wenn wir die Zukunft beginnen wollen, unsere Zukunft in die eigenen Hände nehmen wollen, müssen – ja müssen – wir jetzt handeln.

Nun sind wir in einem Dilemma, denn wir haben ja so viel zu tun. Gerade jetzt, zu Beginn des Jahres, meine Güte, was es nicht alles zu tun gibt. Wir kommen aus dem Weihnachtsurlaub und stellen fest, was alles liegengeblieben ist, wir hatten doch gedacht, wir hätten vor Weihnachten – oder zwischen Weihnachten und Neujahr – alles geklärt. Mitnichten, schon wieder allerlei Mails und Vorgänge.

Und dann noch die vielen guten Vorsätze für das neue Jahr. Naja, erstmal das Operative, dann sehen wir weiter.

Die meisten von Ihnen, die diesen Text lesen, haben mehr Ideen als Arme, mehr Vorhaben als sie leisten können, zahlreiche Themen und wünschten sich, der Tag hätte mehr als 24 Stunden. Ich gehöre auch dazu. Die Gefahr, die diesen Menschen immer begegnet, ist die, dass Ideen in der Stufe „Idee“, höchstens aber in der Stufe des Vorhabens, allerhöchstens in der Stufe des Plans verbleiben. Kennen Sie das?

Ärgerlich dabei ist, dass sich mit zunehmender Themenvielfalt schnell ein schlechtes Gewissen einzuschleichen droht. Das wiederum ist ein schlechter Berater und führt in eine

Negativspirale. Es kommen neue Themen dazu, die alten wären aber auch attraktiv und verfolgenswert, der Stapel erhöht sich, das schlechte Gewissen auch. Kein guter Weg.

Drei Dinge helfen.

Erstens: Setzen Sie Prioritäten. Nicht alles, was heute wichtig erscheint, ist auch „morgen“ noch wichtig. Außerdem erledigt sich einiges oder es wird überholt. Legen Sie eine klare Reihenfolge Ihrer Themen fest. Das klingt profan, ist es aber nicht.

Zweitens: Planen Sie ein Thema, das sich nicht in wenigen Minuten oder einer Stunde erledigen lässt, so dass sich kleinere Teilthemen ergeben. Mein Klassiker ist das Schreiben eines Buches. Wenn ich mir ein Buchprojekt vornehme, lege ich 10 Kapitel mit jeweils vier Unterkapiteln fest und schreibe an einem Tag ein bis zwei Unterkapitel, das sind fünf bis zehn Seiten. Das reicht. Und es passt immer irgendwie herein – wenn das Thema wirklich Priorität genießt.

Drittens: Fangen Sie einfach an. Keine kontraproduktive Analyse-Paralyse, keine konzeptionellen Zusatzschleifen. Beginnen Sie einfach. Sie können unterwegs, auf der Reise, immer noch justieren. Egal, ob es sich um das Schreiben eines Buches, die Übernahme eines Unternehmens, die Einführung eines neuen Vergütungssystems oder die strategische Neuausrichtung eines Geschäftsbereichs handelt: Fangen Sie einfach an.

Klingt einfach? Ist es auch, wenn man Perfektion über Bord wirft und ein Thema wirklich Priorität genießt. Wenn Sie wissen wollen, was bei Ihnen Priorität genießt, schauen Sie in Ihren Terminkalender. Ich sage häufig: Zeige mir Deinen Terminkalender und ich nenne Dir Deine Prioritäten.

Wann fangen Sie womit an?

# Wo fängt man an? Wachstum beginnt innen.

von Linda Vollberg

## Kurzübersicht

- o Ein guter Jahresstart braucht keinen großen Wurf, sondern Fokus, Disziplin und bewusste Entscheidungen.
- o Viele Wachstumsgeschichten entstehen aus kleinen Schritten, aus Vertrauen in die eigene Idee, in sich selbst und in das Unternehmen.
- o Starke Marken wachsen von innen, durch Klarheit, Haltung und den Mut, echt zu bleiben.



Neues Jahr, neuer Anfang. Aber woher kommt das Wachstum? Wenn dieser Artikel erscheint, ist das neue Jahr fünf Tage alt. Viele von Ihnen werden ein paar schöne Urlaubstage verbracht haben, einige sind vielleicht noch in den Ferien oder zumindest noch nicht wieder vollständig an ihre Schreibtische zurückgekehrt – und doch drehen sich bei den meisten, die Gedanken zwischen Skibindung, Jagertee und Lift-Warteschlange auch um die richtigen inhaltlichen Themen für Ihr Unternehmen in 2026.

Womit fangen Sie 2026 an? Womit wollen Sie beginnen?

Aus meiner Erfahrung heraus braucht ein Jahresstart keinen „großen Wurf“ – vor allem nicht in einer Zeit, in der wir in Gesprächen so viele Themen mit unseren Klienten und potenziellen Klienten streifen, die nicht oder nur gering zu beeinflussen sind und wir uns in einem Umfeld befinden, das immer häufiger von Kostendisziplin geprägt ist. Sehr viele spannende Wachstumsgeschichten beginnen nicht mit einem lauten Knall, sondern entwickeln sich aus unzähligen kleinen Schritten, Disziplin und Fokus. Sie starten aufgrund einer Entscheidung und einer gewissen Leidenschaft für ein bestimmtes Thema. Sie sind echt, nicht auf Hochglanz poliert, nicht für andere geschrieben, sondern authentisch und voll mit Vertrauen – in die Idee, in sich selbst und in das eigene Unternehmen und die wichtigsten Wegbegleiter.

So möchte ich dieses Jahr auch im Growthletter starten, denn in diesem Jahr gestalten wir unser Programm zum Internationalen Marken-Kolloquium unter dem Fokusthema „Marke – Echt bleiben“ und ich bin überzeugt, dass uns dieser Ansatz auch darüber hinaus begleiten wird und unser Denken prägt.

Mandat steht für Wachstum, das von innen kommt. Unternehmen können viel mehr, als sie meinen zu können. Es gibt so viele innenliegende Wachstumsbremsen, die es sich zu lösen lohnt. So viele Punkte, an denen man unabhängig vom Umfeld anfangen kann, zu arbeiten, Boden gut zu machen und von innen heraus zu wachsen.

Beginnen Sie dieses Jahr mit Vertrauen in sich und Ihr Unternehmen und prüfen Sie sehr genau, was schon da ist, was Sie 2026 nutzen möchten und bislang noch nicht bewusst einsetzen – oder vielleicht auch verloren haben und wiederbeleben wollen – und lassen Sie sich nicht von Misstrauen anstecken.

Beginnen Sie mit der Bereitschaft, sich zu hinterfragen, Altes loszulassen und Neues zuzulassen. Das gilt für Menschen – und für Marken. Denn auch hier beginnt alles im Inneren. Eine starke Marke entsteht nicht durch das x-te Logo-Update oder den nächsten Social-Media-Trend. Sondern durch Klarheit, Haltung und den Mut, sich selbst treu zu bleiben – und genau das nach außen zu tragen. Kratzen Sie also zum Start in dieses Jahr nicht nur an der Oberfläche, sondern definieren Sie die festgerosteten Bremsen, die Ihre Fahrt wirklich behindern, ohne sich den Blick durch Rauch von außen trüben zu lassen.

Auf ein freudvolles, spannendes und echtes Jahr 2026!

Editorial

CEO-TIPP

Marke

Vertrieb & Expansion

Internationales Marken-Kolloquium

Veranstaltungen & Veröffentlichungen

Mandat-Intern

# Momentum schlägt Perfektion

von Fabian Vollberg

## Kurzübersicht

- o Wachstum funktioniert am besten, wenn Strategie, Mindset und eine große Portion Energie zusammenkommen.
- o Wenn der Vertrieb in Schieflage ist, dann meist wegen kleiner Erkenntnisprobleme und großer Mindset- und Umsetzungsgpässe
- o Strategiearbeit ohne die Umsetzung bewusst und beherzt zu beginnen ist Zeitverschwendug.



Zu viele Wachstums-Vorhaben, -Ideen, -Ziele und -Träume werden nicht Realität, weil der Anfang, der sich in praktischen Handlungen zeigt, fehlt. Und so entsteht keine tatsächliche Energie und kein Momentum in die richtige Richtung. In unseren Wachstums- und Vertriebsprojekten geht es um gesundes, profitables Wachstum. Es geht darum, neue Ergebnisse zu erzielen. Und zwar durch Wachstum von innen. Das heißt, dass wir im Inneren des Unternehmens Bremsen finden und Potenziale ausmachen, die es zu lösen oder zu nutzen gilt. Die Linse, durch die wir die Wirkhebel finden, ist die des maximalen Kundennutzens, die der Strategie und der Produktivität – aber das ist nur die Grundlage für Wachstumsergebnisse auf einem neuen Niveau. Hier sind wir auf der Erkenntnisebene.

Danach wird es noch spannender. Ich habe lebhaft zwei Vertriebsmitarbeiter vor Augen, die in einem Dienstleistungsunternehmen klassischen Vertrieb im Außendienst betrieben. Beide mit Ergebnissen, die deutlich unter den Erwartungen der Unternehmensführung lagen. Beide waren, in einem gemeinsamen, hoch erfolgreichen Vertriebsprojekt, gleichermaßen in die Analyse von Wachstumsbremsen und Potenzialen einbezogen und beide haben an Arbeitstreffen mit uns teilgenommen, in denen wir die Vertriebsstrategie schärften und Möglichkeiten ergründeten, die Vertriebsarbeit noch wirksamer zu gestalten.

Die Arbeit mit diesen beiden gleicht einem Stück aus dem Lehrbuch. Einer fokussierte und beschrieb jede mögliche Barriere, die dem Erfolg im Wege stand und begründete, warum sich diese nicht umgehen ließen, der andere bemühte sich vorgeschlagene Wege zu verstehen, aktiv daran mitzukonzipieren und vor allem ließ er sich darauf ein, auszuprobieren.

Von fünf wesentlichen vertrieblichen Maßnahmen, die wir einleiteten, funktionierten drei. Zwei davon gut und eine exzellent. Jedoch nur bei denjenigen, die sie mit offener Grundeinstellung ausprobierten, den Ansatz für sich weiterentwickelten und die neu gefundenen Erfolgsmuster zur Routine machten. Der einzige Unterschied zwischen den erfolgreichen und den weniger erfolgreichen Vertriebsmitarbeitern in diesem Projekt bestand in der Bereitschaft und der Motivation einfach anzufangen und auf dem weiteren Weg zu lernen, wie es besser geht.

Wenn Sie eine Vertriebseinheit führen: Unternehmen Sie alles, was notwendig ist, diejenigen für neue Maßnahmen zu öffnen, zu gewinnen, idealerweise zu begeistern, die sie erreichen – wohlgemerkt, es lässt sich nicht jeder erreichen, aber jeder verdient eine Chance. Hier fängt alles an, beim Mindset jedes einzelnen in der Vertriebsmannschaft. Setzen Sie danach alles daran, Momentum zu erzeugen und wirklich anzufangen. Auch eine zu Beginn mittelmäßig gute Strategie, die mit Energie, Anpassungsfähigkeit und Ausdauer umgesetzt wird, bringt um Welten bessere Wachstumsergebnisse, als eine auf den ersten Blick exzellente Strategie, die nicht geliebt, nicht begonnen und nicht gelebt wird.

Editorial

CEO-TIPP

Marke

Vertrieb & Expansion

Internationales  
Marken-Kolloquium

Veranstaltungen &  
Veröffentlichungen

Mandat-Intern



# MARKE – ECHT BLEIBEN

23. Internationales Marken-Kolloquium | 9. – 11. September 2026 | Kloster Seeon

## Über das Internationale Marken-Kolloquium

Das Internationale Marken-Kolloquium wird auch 2026 ein voller Erfolg. Als führende Veranstaltung dieser Art im deutschsprachigen Raum steht das Kolloquium für Strategie, Marke und Wachstum. Stets ist es ein ausgewählter, limitierter Teilnehmerkreis aus maximal 80 Unternehmerinnen und Unternehmern, Geschäftsführern und Eigentümerfamilien, überwiegend aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, der im Kloster Seeon im Chiemgau zusammenkommt.

Als Forum für Vordenkerinnen und Vordenker im Bereich Markenführung stehen die Kommunikation und das Lernen voneinander, der enge Kontakt zwischen Teilnehmern und Referenten sowie der nachhaltige Aufbau eines starken Netzwerkes im Mittelpunkt. Die Beiträge und Diskussionen vermitteln Impulse, Inspiration und neue Zündfunken für das eigene unternehmerische Wachstum.



## Das sagen unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer:

„Ich empfehle das Internationale Marken-Kolloquium allen Unternehmerinnen und Unternehmern, die ihre Ideen mit Gleichgesinnten teilen und ihren Horizont erweitern möchten.“

„Die Vorträge auf dem Internationalen Marken-Kolloquium waren ein Feuerwerk an Wissen und beeindruckenden Persönlichkeiten.“

„Das Besondere am Internationalen Marken-Kolloquium ist die familiäre Atmosphäre, in der die Teilnehmerinnen und Teilnehmer offen und vertrauensvoll miteinander diskutieren.“

## Freuen Sie sich im nächsten Jahr im Programm unter anderem auf:



Stefan Dräger, Drägerwerk AG & Co. KGaA



Dr. Matthias Maslaton, ARAG SE

## JETZT ANMELDEN!

Registrieren Sie sich direkt über unsere [Webseite](#) oder senden Sie Ihren Teilnahmewunsch an Kerstin Scupin ([kerstin.scupin@mandat.de](mailto:kerstin.scupin@mandat.de)).



# Mandat-Vorträge und Interviews

20. November 2024

- ✓ Abschlussveranstaltung der PaPräKa  
Vortrag von [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Aufbruchstimmung: Vom Krisenmanagement zur Zukunftsgestaltung“

9. Dezember 2024

- ✓ Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit  
Zukunfts-Dialog Wirtschaft, Frankfurt  
Podiumsdiskussion mit [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Impulse für eine liberale Wachstumsagenda“

9. Januar 2025

- ✓ Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit  
Zukunfts-Dialog Wirtschaft, Gelsenkirchen  
Podiumsdiskussion mit [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Impulse für eine liberale Wachstumsagenda“

4. Februar 2025

- ✓ TERRES Partnerkonferenz  
Vortrag von [Linda](#) und [Fabian Vollberg](#)  
„Aufstehen statt Einknicken – Starke Marken beweisen sich in der Krise“

19. – 20. März 2025

- ✓ 8. Seeon Summit  
Excelsior Hotel Ernst, Köln



19. Juni 2025

- ✓ EuroMinds Wirtschaftsgipfel  
Vortrag von [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Zukunftssicher? Welche Wachstumstreiber jetzt entscheiden.“

20. August 2025

- ✓ Growth-Lunch DZ Bank  
Impulsvortrag von [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Aufbruchstimmung: Vom Krisenmanagement zur Zukunftsgestaltung“

10. – 12. September 2025

- ✓ 22. Internationales Marken-Kolloquium  
„Wachstumschancen nutzen“  
Kloster Seeon, Chiemgau



11. November 2025

- ✓ Unternehmensinterne Veranstaltung eines Energiekonzerns  
OFFSITE der Führungskräfte  
Impulsvortrag von [Prof. Dr. Guido Quelle](#)

11. – 12. März 2026

- 9. Seeon Summit  
Steigenberger Icon Frankfurter Hof, Frankfurt am Main



27. – 28. April 2026

- Zukunftswiesen Summit 2026  
Vortrag von [Prof. Dr. Guido Quelle](#)  
„Titel folgt“

25. Juni 2026

- Mitgliederversammlung des Wirtschaftsverbands Emsland e.V.  
Vortrag von [Linda](#) und [Fabian Vollberg](#)  
„Titel folgt“

9. – 11. September 2026

- 23. Internationales Marken-Kolloquium  
„Marke – Echt bleiben“  
Kloster Seeon, Chiemgau



Editorial

CEO-TIPP

Markt

Vertrieb & Expansion

Internationales Marken-Kolloquium

Veranstaltungen & Veröffentlichungen

Mandat-Intern



## Mandat Zukunftsdialoge ...

- 1. April 2025 ✓ zu Gast bei der Ernsting's family GmbH & Co. KG, Coesfeld
- 27. Mai 2025 ✓ zu Gast bei der Heinrich Borgmeier GmbH & Co. KG, Delbrück
- 5. Juni 2025 ✓ zu Gast in der Charité, Berlin
- 9. Juli 2025 ✓ zu Gast bei der AEB SE, Stuttgart
- 27. Oktober 2025 ✓ zu Gast bei der Dr. Ausbüttel & Co. GmbH, Dortmund
- 26. März 2026 zu Gast bei der St. Kilian Distillers GmbH  
im Gespräch mit Andreas Thümmler, Linda Vollberg und Prof. Dr. Guido Quelle  
Rüdenau

### Termine 2026:

Aktuell befinden wir uns in der Planung für zahlreiche spannende und abwechslungsreiche Zukunftsdialoge im Jahr 2026. Freuen Sie sich jetzt schon auf inspirierende Gespräche, neue Perspektiven und wertvolle Impulse für die Zukunft!

Registrieren Sie sich [HIER](#) für den kostenfreien Newsletter, um über alle neuen Termine informiert zu werden.



zu Gast in der Charité, Berlin



zu Gast bei AEB, Stuttgart



zu Gast bei Ausbüttel, Dortmund

### Über die Mandat Zukunftsdialoge

Die Mandat Zukunftsdialoge sind ein exklusives After-Work-Event für Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich in vertrauensvollem Rahmen über aktuelle Herausforderungen und Wachstumschancen im Mittelstand austauschen möchten. In kleiner, handverlesener Runde bieten die Zukunftsdialoge inspirierende Einblicke, praxisnahe Impulse und wertvolle Netzwerkegelegenheiten – an stets wechselnden, spannenden Orten.

**Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen und Ihr unternehmerisches Know-how zu erweitern und melden Sie sich bei Kerstin Scupin ([kerstin.scupin@mandat.de](mailto:kerstin.scupin@mandat.de)) oder auf unserer [Website](#) an, wenn ein Zukunftsdialog in Ihrer Nähe stattfindet!**

Weitere Informationen und Impressionen rund um die Zukunftsdialoge erhalten Sie hier:



Kerstin Scupin

Editorial

CEO-TIPP

Markt

Vertrieb & Expansion

Internationales Marken-Kolloquium

Veranstaltungen & Veröffentlichungen

Mandat-Intern

# Das Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung – Wenn im Unternehmen mehr steckt, als sichtbar ist.

Viele Mittelständler kennen das Gefühl: Das Team arbeitet engagiert, die Auftragslage stimmt und trotzdem bleibt der Eindruck, dass mehr Erfolg möglich wäre. Genau hier setzt das Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung an: Es hilft Unternehmen, mit den vorhandenen Ressourcen mehr Wirkung zu erzielen – durch mehr Momentum statt schlichtem Kostendrücken.

Der erste Schritt zur Produktivitätssteigerung ist unserer Erfahrung nach oft, Klarheit zu entwickeln: Klarheit darüber, wo Energie versickert, wo Doppelarbeit entsteht, wo Schnittstellen holpern und wo gute Leistungen einzelner Bereiche im Gesamtergebnis verpuffen. Das Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung setzt genau hier an, identifiziert Engpässe, deckt auf, was bremst – und macht sichtbar, was möglich ist.

Dies sind typische Beispiele aus einem Programm, das wir jüngst abgeschlossen haben:



Ersparen von 200 Arbeitsstunden monatlich bei 120 Mitarbeitern

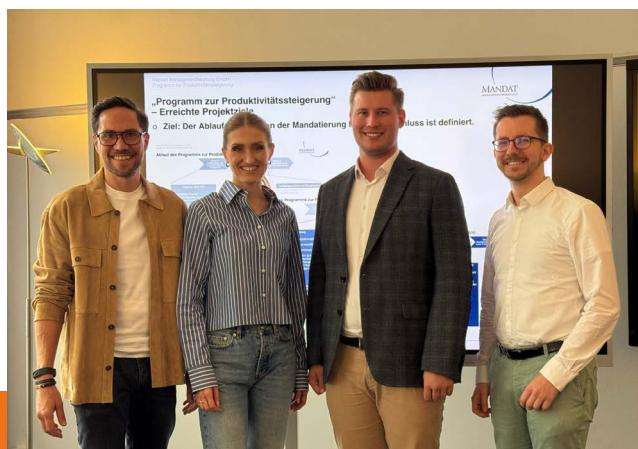


10 % verkürzte Lieferzeit



Steigerung der Ausbringungsmenge um 3-4 %

Diese und viele weitere Potenziale macht das Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung sichtbar und begleitet auf Wunsch Ihr Unternehmen dabei, sie konsequent zu heben – mit pragmatischen Ansätzen, messbaren Ergebnissen und einem klaren Ziel: schnell wirksame Produktivitätssteigerung.



Abschluss der Entwicklung des Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung



Das Mandat Programm zur Produktivitätssteigerung deckt Potenziale auf – vor Ort und direkt im Geschehen.

## Wenn Sie auch immer wieder merken, dass ...

- o viel gearbeitet wird, aber wenig in Bewegung kommt?
- o Bereiche eher nebeneinander als miteinander arbeiten?
- o Prozesse kompliziert wirken und Informationen auf dem Weg verloren gehen?
- o Sie denken: „Mit dem, was wir haben, müssten wir eigentlich mehr erreichen?“

Dann ist jetzt der richtige Zeitpunkt, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Kommen Sie auf uns zu – im direkten Gespräch oder ganz unkompliziert per Mail. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen die nächsten Schritte zu gehen.



[fabian.vollberg@mandat.de](mailto:fabian.vollberg@mandat.de)



[moritz.koenig@mandat.de](mailto:moritz.koenig@mandat.de)



## Veröffentlichungen

**Lesen Sie aktuelle kostenfreie Veröffentlichungen zu wachstumsrelevanten Themen:**

**„Markenführung mit Premiumanspruch“** – KMU Magazin, Ausgabe 11/12 / 2025

**„Woran Vertriebsprojekte wirklich scheitern“** – KMU Magazin, Ausgabe 10 / 2025

**„Buzzwords – zwischen Hype und Haltung“** – KMU Magazin, Ausgabe 9 / 2025

**„Vertriebsdynamik freudvoll erzeugen“** – KMU Magazin, Ausgabe 7/8 / 2025

**„Optimismus als bewusste Entscheidung“** – KMU Magazin, Ausgabe 6 / 2025

**„2025 – Dranbleiben: der einzige Garant für Wachstum“** – KMU Magazin, Ausgabe 4/5 / 2025

**„Zeit für ein Markenkern-Update?“** – KMU Magazin, Ausgabe 3 / 2025

**„2025 – Durchstarten im Vertrieb“** – KMU Magazin, Ausgabe 1/2 /2025

**„Eine klare Vision ist unentbehrlich“** – BTE marketing berater, Ausgabe 1 /2025

**„Wie viel Exzellenz braucht Markenführung?“** – KMU Magazin, Ausgabe 11/12/2024

**„KLARE ZIELE – DAS A UND O IM VERTRIEB“** – GARTEN DESIGN, Ausgabe 4 /2024

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



Editorial

CEO-TIPP

Marke

Vertrieb & Expansion

Internationales  
Marken-Kolloquium

Veranstaltungen &  
Veröffentlichungen

Mandat-Intern

# Mandat On Ice

Im Dezember hieß es für unser Team: Schlittschuhe an und rau aufs Eis. Beim gemeinsamen Eislaufen stand vor allem eines im Mittelpunkt: der Spaß. Und davon gab es reichlich.

Ob sicher auf den Kufen oder noch etwas wackelig unterwegs: Alle haben sich auf das Erlebnis eingelassen. Besonders schön war, dass auch der Sohn von Linda und Fabian dabei war. Gerade hier zeigte sich eine besonders beeindruckende Lernkurve.

Für die passende Winterstimmung war ebenfalls gesorgt: Mit heißem Tee und Plätzchen konnten sich alle zwischendurch aufwärmen, durchatmen und die gemeinsame Zeit genießen. Ein Teamevent zum Jahresende, das gezeigt hat: Gemeinsame Erlebnisse verbinden – besonders dann, wenn man sie mit so viel Freude teilt.

2025 ist vorbei. Es war ein abwechslungsreiches, glückliches und anspruchsvolles Jahr, das zahlreiche inspirierende Begegnungen, vielfältige Zukunftsdialoge, erfolgreiche Projekte und ein grandioses 22. Internationales Marken-Kolloquium mit sich brachte und auf das wir stolz und mit Freude zurückblicken.

**Auf ein wachstumsstarkes Jahr 2026!**

**Ihr Mandat-Team**



Der nächste Mandat Growthletter®  
erscheint am **2. Februar!**

# Zu dieser Ausgabe haben beigetragen



Prof. Dr. Guido Quelle  
guido.quelle@mandat.de



Linda Vollberg  
linda.vollberg@mandat.de



Fabian Vollberg  
fabian.vollberg@mandat.de



Dennis Darmadi  
dennis.darmadi@mandat.de



Kerstin Scupin  
kerstin.scupin@mandat.de



Moritz König  
moritz.koenig@mandat.de

## Impressum

### **Anschrift:**

Mandat Managementberatung GmbH  
Emil-Figge-Straße 80  
44227 Dortmund  
Germany  
Phone: +49 231 9742-390  
[info@mandat.de](mailto:info@mandat.de)  
[www.mandat.de](http://www.mandat.de)

### **Amtsgericht Dortmund:**

Handelsregister HRB 8803  
UST-IDNR.: DE-124727551

### **Geschäftsführung:**

[Prof. Dr. Guido Quelle \(Vors.\)](mailto:Prof.Dr.Guido.Quelle(Vors.)),  
[Fabian Vollberg](mailto:Fabian.Vollberg), [Linda Vollberg](mailto:Linda.Vollberg)

### **Redaktion:**

Prof. Dr. Guido Quelle  
[guido.quelle@mandat.de](mailto:guido.quelle@mandat.de)

### **Redaktionsassistenz:**

Kerstin Scupin  
[kerstin.scupin@mandat.de](mailto:kerstin.scupin@mandat.de)

### **Copyright:**

Alle Texte, alle Fotos, alle Gestaltungs-  
elemente dieses Newsletters sind – sofern  
nicht ein anderes Copyright angegeben  
ist – für Mandat urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung außerhalb der engen  
Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne  
Zustimmung von Mandat unzulässig.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen,  
Handelsnamen, Warenbezeichnungen  
usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne  
besondere Kennzeichnung nicht zu der  
Annahme, dass solche Namen im Sinne  
der Warenzeichen und Markenschutz-  
Gesetzgebung als frei zu betrachten wären  
und daher von jedermann benutzt werden  
dürften.

### **Hinweis zum Teledienstgesetz:**

Für Internetseiten Dritter, auf die Mandat  
durch sogenannte Links verweist, tragen die  
jeweiligen Anbieter die Verantwortung.  
Mandat ist für den Inhalt solcher Seiten  
Dritter nicht verantwortlich.

### **Bildquellen:**

[www.stock.adobe.com](http://www.stock.adobe.com)

© wenn nicht anders vermerkt, Mandat

© Logos beim jeweiligen Unternehmen

© Cover: [www.istock.com](http://www.istock.com)

© Veröffentlichungen: [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)

© Inhaltsverzeichnis:

[1. Editorial](#)

[2. CEO-Tipp](#)

[3. Marke](#)

[4. Vertrieb & Expansion](#)

[5. Internationales Marken-Kolloquium](#)

[6. Veranstaltungen & Veröffentlichungen](#)

[7. Mandat Intern](#)