

Wie gelingt es, den Kern einer Marke zu bewahren und trotzdem nie stehenzubleiben? Antworten gab das 12. Internationale Marken-Kolloquium

Dortmund, 07. September 2015

Familiengeführte Traditionsunternehmen treffen auf Online-Erfolgsmodelle treffen auf Philharmonisches Orchester: So facettenreich und bunt war das diesjährige 12. Internationale Marken-Kolloquium. Unter dem Leitthema „Marke – bewahren und erneuern“ kam unter der Regie der Dortmunder Mandat Managementberatung am 3. und 4. September ein handverlesener, limitierter Kreis aus Unternehmern, Geschäftsführern, Inhabern, Vorständen und Senior-Führungskräften zusammen, um vertrauensvoll und offen über Strategie, Markenführung und Wachstum zu diskutieren.

Fokus, Orientierung, Leidenschaft und Agilität in acht Vorträgen und einem Wachstums-Café

- Sonnentor-Gründer Johannes Gutmann eröffnete mit viel Energie und beschrieb, wie Wertschöpfung mit Wertschätzung funktionieren kann und muss.
- Sound-Perfektionier Daniel Sennheiser zeigte auf, wie es dem Familienunternehmen gelingt, die Innovationsfähigkeit auszubauen und den kontinuierlichen Kundenfokus auch für den weiteren Unternehmenserfolg aufrechtzuerhalten.
- Mymuesli-Gründer Max Wittrock holte die Teilnehmenden zurück in die Start-Up-Phase des Unternehmertums und fokussierte Punkte, die man als erfolgreiche Marke in der Onlinewelt nicht unterschätzen darf.
- Solo-Cellist und Medienvorstand der Stiftung Berliner Philharmoniker Olaf Maninger gewährte einen tiefen Einblick in das gemeinsame Entscheiden einer Orchesterrepublik und lieferte viele übertragbare Impulse wie echte Selbstverantwortung in einem Kollektiv gefördert werden kann.
- Twitter Deutschland-Chef Thomas de Buhr zeigte auf, was Marken tun können, um die richtige Zielgruppe wirksam mit den richtigen Inhalten im richtigen Moment zu erreichen und Menschen bei ihren Interessen abzuholen ohne sie mit Werbung zu stören.
- Victorinox-CEO Carl Elsener wurde vor Ort ausgezeichnet mit dem 4. Award des Internationalen Marken-Kolloquiums und trug gleichzeitig als Referent zum Erfolg der Veranstaltung bei und zeigte nötige Voraussetzungen für eine erfolgreiche Markendehnung auf.
- Marken-Transformator und Big-Data-Experte Christoph Bornschein faszinierte mit einer neuen Stufe des Informationszeitalters. Bornschein zeigte Möglichkeiten auf, um Daten als Grundlage für Kreativität, als Werkzeug, als Botschaft oder zur gezielten Personalisierung für Marken nutzbar zu machen.
- Wiedererwecker und geschäftsführender Gesellschafter der Deutschen Werkstätten Hellerau, Fritz Straub beendete das Vortragsprogramm mit einer Darstellung seines Weges, die Bereitschaft, etwas Neues zu machen, quer zu denken und eine freudig, lernende Organisation zu entwickeln.

Im sehr geschätzten, moderierten Wachstums-Café konnten bereits am ersten Veranstaltungstag drei Unternehmer spontan aktuelle, unternehmerische Fragestellungen zur Diskussion bringen und vom breiten Erfahrungsschatz der anwesenden Experten ganz unterschiedlicher Branchen profitieren. Die markenerprobten Meinungen und Empfehlungen fernab von einer innerbetrieblichen Agenda oder gedanklichen Restriktionen sind ein wichtiger Teil der vertrauensvollen Atmosphäre des Internationalen Marken-Kolloquiums.

4. Award des Internationalen Marken-Kolloquiums geht ins Swiss Knife Valley

Mit Carl Elsener, CEO der Victorinox AG, wurde zum ersten Mal ein Schweizer Markenführer mit dem Award des Internationalen Marken-Kolloquiums für herausragende Leistungen zur Förderung der Marke und der Markenführung ausgezeichnet. Die 130-jährige Geschichte von Victorinox ist geprägt von Beständigkeit und kontinuierlichem Wachstum. Elsener führt das

1884 gegründete Schweizer Familienunternehmen erfolgreich in der vierten Generation und nahm den Award im Rahmen des diesjährigen Kolloquiums feierlich live entgegen. Die Ehrung des Preisträgers und der anwesenden Nominierten ist stets ein Highlight des Kolloquiums.

2016 mit Ravensburger-Vorstand und Rügenwalder Mühle-Chef

Zehn der maximal 80 Plätze für 2016 waren bereits vor dem Start des diesjährigen Internationalen Marken-Kolloquium vergeben und auch während des Kolloquiums entschieden sich viele Teilnehmer, für eine erneute Teilnahme. Mehr als ein Drittel der Plätze sind bereits heute für das 13. Internationale Marken-Kolloquium, das am 15. und 16. September 2016 stattfinden wird, vergeben. Zwei Referenten haben ebenfalls schon zugesagt: Karsten Schmidt Vorsitzender des Vorstandes der Ravensburger AG und Christian Rauffus, Geschäftsführer der Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH & Co. KG.

„Die hohe Zahl an wiederholten Anmeldungen zeigt, wie wertvoll der vertrauliche Kreis für die Entscheider aus Industrie, Handel und Dienstleistung ist. Die Beitrags-, Teilnehmer- und Diskussionsqualität unterscheiden das Internationale Marken-Kolloquium von anderen Veranstaltungen dieser Art“, freut sich Gastgeber Prof. Dr. Guido Quelle. „So lohnt sich das persönliche Zeitinvest von mindestens zwei Tagen und die Anreise in eine der südlichsten Gegenden Deutschlands für die Unternehmer.“

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 den 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 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 25 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 25 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 160 deutschen und multinationalen Klienten – mit

Presseinformation



über 400 Projekten – gehören unter anderem ANZAG (heute: Alliance Healthcare Deutschland), Caterpillar, 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 9742-390
Fax: +49 231 9742-389
guido.quelle@mandat.de
www.mandat.de