

Marken am Point of Truth: Logik und Emotion auf dem 11. Internationalen Marken-Kolloquium

Dortmund, 22. September 2014

In der Arbeit mit Marken gehe es immer um Beziehungen, darüber waren sich die zehn Marken-Experten auf dem Podium des Internationalen Marken-Kolloquiums einig. Wie unterschiedlich sie – mit Logik und Emotion – ihre Marken zum Menschen bringen, zeigten sie eindrucksvoll am Donnerstag und Freitag beim elften Kolloquium im Kloster Seon.

Jägermeister-Chef Paolo Dell'Antonio illustrierte die Monomarkenstrategie mit wirksamen Bildern und einem ausgefeilten Gastro- und Promotion-Konzept. MeisterSinger-Gründer Manfred Brassler erklärte seinen wechselvollen Weg zum Markenerfolg seiner Ein-Zeiger-Uhren. Emmas Enkel Sebastian Diehl frischte mit seinem Multichannel-Konzept, das auch die Kanzlerin beeindruckte, das Einzelhandelsbild der Teilnehmer aus vier Ländern auf. Der gerade ausgezeichnete „Craft-Beer-Brauer des Jahres“ Markus Lohner baut nicht nur Brauerei-Anlagen, er führt mit seiner eigenen Brauerei Camba Bavaria die Kunden an neue Sorten heran – und holte für seine Marken die Wunsch-Mitarbeiter vorausschauend ins Unternehmen. Hans-Jürgen Herr, EMEA-Kopf von Weber-Grill, erklärte den Erfolg mit dem Kommunizieren des Lebensstils des Grillens, den experimentierfreudige Mitarbeiter mit überzeugten Fans teilten. Die Marke Südtirol verkaufe ein Produkt, das die Anbieter jeden Tag selbst lebten, zeigte die Südtirol-Marketing-Geschäftsführerin Greti Ladurner. Wenn die Lebensqualität der Einheimischen stimme, dann übertrage sich das auf Produkte und Gäste.

Tiefe Einblicke in die Unternehmen paarten sich mit entwaffnend ehrlichen Äußerungen. Dass Strategien oftmals im Nachhinein geschrieben würden, nämlich dann, wenn sie erfolgreich waren. Dass Erfolg Fehler verdecke. Dass eine Marke kein demokratisches System sei: Vielmehr müssten Entscheidungen getroffen werden, deren Umsetzung dann bei Bedarf gemeinsam zu entwickeln sei. Und dass Markenführung extrem viel mit Konsequenz, einem langen Atem und mitunter auch Mut zu tun habe. „Eine Marke muss Sog entwickeln. Druck bringt auf Dauer nichts“, resümierte Prof. Dr. Guido Quelle aus seinen in 400 Projekten gesammelten Erfolgsfaktoren. Quelle, mit seiner Mandat Managementberatung Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, initiierte 2014 das Wachstumscafé: Drei Teilnehmer formulierten spontan Kernfragen aus ihrem aktuellen Marken-Geschäft und holten sich Meinungen und Empfehlungen aus dem Plenum.

Dritter Award des Internationalen Marken-Kolloquiums an Süßwarenfabrikant Carl Manner

Mag. Dr. Carl Manner wurde als dritter Preisträger des Awards ausgezeichnet, mit dem das Internationale Marken-Kolloquium jährlich herausragende Leistungen zur Förderung der Marke und der Markenführung würdigt. Manner habe es geschafft, sich als Marke mit einem starken Namen und einer auffallenden Marken-Farbe gegen internationale Wettbewerber zu etablieren – seit 1898 ist das Rosa mit dem geschwungenen Manner-Schriftzug ein unverkennbares Marken-Zeichen. Im Interview zur Preisverleihung war es Carl Manner ein besonderes Anliegen, dass die Mitarbeiter eine Beziehung zu ihrer Arbeit haben und die Produkte fair und korrekt erzeugt werden.

2015 kommt Sonnentor-Gründer Johannes Gutmann ins Kloster Seon

Dass sich Teilnehmer über Jahre hinweg beim Internationalen Marken-Kolloquium treffen, zeigt Gastgeber Guido Quelle, wie wertvoll der vertrauliche Kreis für die Entscheider aus Markenartikelindustrie, Handel und Dienstleistung ist. Unternehmensvertreter – vom Lebensmittelerzeuger über IT-Dienstleister bis Chemie und Textil – diskutieren offen, lernen voneinander und schärfen die eigene Strategie: das nächste Mal am 3. und 4. September 2015 im Kloster Seon im Chiemgau. Ein Viertel der verfügbaren Teilnehmer-Plätze des 12. Internationalen Marken-Kolloquiums ist bereits vergeben.

Weitere Informationen
im Web www.internationales-marken-kolloquium.de

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

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Foto v.l.n.r. Prof. Dr. Guido Quelle (Geschäftsführer, Mandat Managementberatung), Hans-Jürgen Herr (President, Weber-Stephen Products (EMEA)), Linda Vollberg (Managementberaterin, Mandat Managementberatung) sowie weitere Fotos (jeweils © Mandat Managementberatung) unter 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 Marken-Veranstaltungen im deutschsprachigen Raum entwickelt. Seit 2012 steht das Forum für Vordenker in der Führung von Marken unter der Leitung der Dortmunder Mandat Managementberatung GmbH und ihres Geschäftsführers, „Wachstumstreiber“ Prof. Dr. Guido Quelle.

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit mehr als 20 Jahren Unternehmer. Als Berater, Autor, Redner und Experte für profitables Wachstum unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf nachhaltiges Wachstum zu trimmen. Der geschäftsführende Gesellschafter der Mandat Managementberatung hat mehr als 350 Fachartikel und 14 Bücher geschrieben und herausgegeben, zuletzt „Wachstum beginnt oben“ (Gabler, 2014) und „Profitable Growth: Release Internal Growth Brakes and Bring Your Company to the Next Level“ (Springer, 2012). Guido Quelle ist Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, das 2015 zum zwölften Mal stattfindet. Als erster Europäer wurde er Mitglied der Million Dollar Consultant® Hall of Fame und 2010 zum Honorarprofessor an der Hochschule für Logistik und Wirtschaft, Hamm, berufen.

Die Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, unterstützt ihre Klienten seit 25 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 160 deutschen und multinationalen Klienten gehören ANZAG (heute: Alliance Healthcare Deutschland), Deutsche Post, DHL, 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
D-44227 Dortmund

Tel: +49 231 9742390
Fax: +49 231 9742389
guido.quelle@mandat.de
www.mandat.de