

Das 16. Internationale Marken-Kolloquium am 05./06. September 2019 – „Marke – Cool bleiben“

Wir heben ab mit TUI

Begonnen als Trainee im Rahmen eines International Management Programms im Jahr 2000 ist Marek Andryszak heute Vorsitzender der Geschäftsführung der TUI Deutschland GmbH, dem weltweit führenden Reisekonzern mit 16 Kreuzfahrtschiffe, 6 Airlines mit mehr als 150 Flugzeugen, 1.600 Reisebüros, über 300 eigene Hotels und 180 Destinationen.



Marek Andryszak, Vorsitzender der Geschäftsführung (CEO)

Sonne, Strand und Meer oder doch lieber in die Berge? Mit einem vielfältigen Reiseangebot und getreu dem Motto „Discover your Smile“ möchte TUI Reisenden ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Für sechs Millionen Deutsche hat TUI

2018 den passenden Urlaub angeboten. Marek Andryszak möchte nun den nächsten Schritt in Richtung Digitalisierung gehen, um die Marke TUI Deutschland auch für die jüngere Zielgruppe attraktiv zu halten. Der Reisekonzern bietet die Möglichkeit aus 100.000 Hotels zu wählen.. „Unsere Hotels kann man natürlich auch im Internet buchen. Bisher ist das aber noch nicht bekannt ge-

nug, daran müssen wir arbeiten,“ sagt Marek Andryszak. Seien Sie gespannt auf Einblicke in die Unternehmensgeschichte und in die Unternehmenszukunft des weltweit führenden Reisekonzerns auf dem 16. Internationalen Marken-Kolloquium am 05./06. September 2019.

Jetzt anmelden und dabei sein!

Sie sind Unternehmer, Geschäftsführer, Inhaber oder Vorstand und suchen nach einem starken Netzwerk, Impulsen für eine wachstumsstarke Marke, eine zukunftsgerichtete Strategie und Wachstums-Tipps für Ihr Unternehmen?

Dann sichern Sie sich jetzt Ihren Platz auf dem Internationalen Marken-Kolloquium in unserem [Onlineshop](#) oder senden Sie Ihren Teilnahmewunsch direkt per E-Mail an Kerstin Scupin (kerstin.scupin@mandat.de).

„Die Atmosphäre ist außergewöhnlich. Die Leute gehen sehr offen aufeinander zu. Es wird nicht nur das Positive herausgestrichen, sondern auch Selbstkritik geübt.“

Christoph Vilanek,
Vorsitzender des Vorstandes Freenet AG



Das 16. Internationale Marken-Kolloquium am 05./06. September 2019 – „Marke – Cool bleiben“

Das war der 4. Seeon Summit

20 Top-Entscheider, unser diesjähriger Gast Prof. Dr. Martin Schröder, Parfumeur Uwe L. Manasse, die Kreation des eigenen Duftes sowie ein herausragendes Dinner im Restaurant Vendôme ergeben zusammen den Seeon Summit – der unter dem Fokusthema „Mythos Generation Y“ stattfand, wieder zu einem besonderen Unternehmergebrauch mit Weitblick wurde und mit Vorurteilen aufgeräumt hat.

Der Seeon Summit ist in jedem Jahr das Gipfeltreffen der Seoner Gilde. Für die Gilde kann man sich nicht bewerben, man wird berufen – und auch zu diesem Seeon Summit haben wir uns gefreut, vier neue Gildner im Kreis willkommen zu heißen.

Aber natürlich möchten wir auch unser gesamtes Netzwerk an einigen wesentlichen Erkenntnissen des Tages teilhaben lassen. Zum Beispiel daran, dass es nicht pauschal alle 15 Jahre eine neue Generation gibt, sondern Sie viel mehr auf Perioden- und Alterseffekte achten sollten. Erfahren Sie mehr in einem Kurzinterview das wir gemeinsam mit Prof. Dr. Martin Schröder, Professor für Soziologie an der Universität Marburg direkt hinter den Kulissen des Seeon Summits geführt haben:

Klicken Sie hier für das Video.

