

Marke – Die Kunst des Weglassens: Das 15. Internationale Marken-Kolloquium führt 80 Unternehmer ins Kloster

Dortmund, 17. September 2018

Das diesjährige 15. Internationale Marken-Kolloquium bot den 80 Teilnehmern aus Industrie, Handel und Dienstleistungsgewerbe in diesem Jahr ein besonders hochkarätig besetztes Programm. Unter dem Leitthema „Marke – Die Kunst des Weglassens“ kam unter der Regie der Dortmunder Mandat Managementberatung am 13. und 14. September ein handverlesener Kreis an Unternehmern, Geschäftsführern, Inhabern, Vorständen und Senior-Führungskräften im Kloster Seon im Chiemgau zusammen, um in einer herausragend offenen Gesprächsatmosphäre über Strategie, Markenführung und Wachstum zu diskutieren.

Von Mut, Verantwortung und Leistungsfähigkeit: 8 Referenten gaben Einblicke in Ihre Erfolgsgeschichten

- Dr. Florian Langenscheidt eröffnete mit einem dreigeteilten Vortrag über „Familie, Glück und Marke“ und sprach unter anderem über Rückenwind und Bürde Teil eines Familienunternehmens zu sein und über die Voraussetzungen eines jeden einzelnen glücksfähig zu sein.
- Neben real-CEO Patrick Müller-Sarmiento füllten dutzende Äpfel in Demeter-Qualität die Bühne als Zeichen für die Veränderungen des Lebensmittelhändlers, der Nachhaltigkeit im eigenen Sortiment aktuell stark vorantreibt.
- Leica-Aufsichtsratsvorsitzender Dr. Andreas Kaufmann zeigte wie sich das einst produktionsgetriebene Unternehmen zum retail-getriebenen Unternehmen wandelt und auf welche wesentlichen Mittel sich Leica zur Wiederbelebung der Traditionsmarke fokussiert.
- MELO-Group CEO und BGA-Präsident Dr. Holger Bingmann sprach über die hohe Leistungsfähigkeit des Großhandels, der als extrem wichtiger Part der deutschen Industrie wieder ein Gesicht braucht und veranschaulichte wie der MELO-Group ein Kulturwandel von einem mittelständischen Betrieb zum internationalen Konzern erfolgreich gelungen ist.
- Als geschäftsführende Gesellschafterin von VAUDE gab Dr. Antje von Dewitz Einblick in den heftig umtosten Outdoor-Markt und ihre ganz eigene Art und Weise die Marke VAUDE konsequent vom Produktionsstandort, über den letzten Jackenknopf bis hin zur Nutzung und Reparatur von Rucksäcken auf Nachhaltigkeit auszurichten.
- BabyOne Franchisegeber Wilhelm Weischer gewährte Einblicke in den absolut transparenten Aufbau des Systemunternehmens und in seine ganz eigene Unternehmensgeschichte samt Höhen und Tiefen.
- Burkhard Weller, Kopf der Wellergruppe und einer von Deutschlands größten Automobilhändlern zeigte, wie man als Händler eine eigene Marke aufbaut und dabei mit Ruhm, Spaß und Ehre eine ungeheure Mitarbeiterzufriedenheit schafft als Basis für eine langjährige Kundenbindung.
- Jan Heitmann, Deutschlands erfolgreichster Poker-Experte beendete den inhaltlichen Part und veranschaulichte, warum Unsicherheit und unvollständige Informationen

sowohl Feinde aber auch die besten Freunde einer guter Investitionsentscheidung sein können.

Die Kunst des Weglassens

Der diesjährige Veranstaltungstitel erschließt sich nicht sofort. „Wachstum, Kontur, Schärfe, Differenzierung und Wiedererkennbarkeit entstehen keineswegs aus permanentem, schlichten Addieren von Produkten, Waren und Dienstleistungen, sondern vielmehr durch das Fokussieren des Produkt- und Leistungsspektrums auf den idealen Kunden und seine echten Bedürfnisse“, erläutert Gastgeber Prof. Dr. Guido Quelle das Zentrum der Diskussionen. „Es klingt nach einer Selbstverständlichkeit, aber die wenigsten Unternehmen praktizieren das ‚Weglassen‘ erfahrungsgemäß konsequent, trennen sich von liebgewonnenen Routinen oder gehen gar nicht erst auf nicht konsequent zum Markenkern passende Inhalte ein, sondern lassen sie bereits auf der Suche nach neuen Wachstumsimpulsen außen vor“, ergänzt Quelle. Der Gedanke des Fokus in der Markenführung und die daraus resultierende Markenstärke, waren Dreh- und Angelpunkt der Vorträge und haben das Auditorium deutlich dazu angeregt, über eigene, unternehmensinterne Routinen und Muster nachzudenken.

Der 7. Award des Internationalen Marken-Kolloquiums ging an VAUDE

Nicht nur als Vortragende, sondern auch als Preisträgerin viel beachtet: Der Award für herausragende Leistungen im Aufbau und in der Führung einer Marke wurde in diesem Jahr an Dr. Antje von Dewitz verliehen für den Mut, neue, nachhaltige Wege zu gehen und eine etablierte Marke in einem hart umkämpften Markt auf zukünftiges Wachstum auszurichten. „Viele Unternehmen sprechen über Nachhaltigkeit und Umweltschutz, aber nur wenige verändern wirklich Grundlegendes am eigenen Verhalten, stellen Bewährtes in Frage und wagen sich auf einen anderen Weg – insbesondere wenn man bedenkt, an welchen Orten und auf welche Art und Weise im Outdoor-Bereich üblicherweise produziert wird – ist dies bemerkenswert“, resümiert der Stifter des Awards Guido Quelle die Hauptargumente der Jury. Die Ehrung des Preisträgers und der anwesenden Nominierten ist stets ein Highlight des Kolloquiums und ein festlicher Abschluss des ersten Tages.

Bereits 34 Plätze für 2019 sind vergeben

Bereits während des Kolloquiums entschieden sich viele Teilnehmer, für ein Wiedersehen in 2019. Gut 40 Prozent der Plätze sind damit bereits heute für das 16. Internationale Marken-Kolloquium, das am 5. und 6. September 2019 unter dem Leitthema „Marke – Cool bleiben“ stattfinden wird, gebucht.

„Die hohe Zahl an direkten Neuanmeldungen freut uns insbesondere sehr, da sie ein Ausdruck des hohen Vertrauens der Teilnehmer in uns und das Marken-Kolloquium ist. Die Diskussionsqualität, die Offenheit, die untereinander herrscht und die hervorragenden Beiträge der Referenten in jedem Jahr, werden sehr geschätzt“, sagt Gastgeber Quelle. „Unternehmer brauchen Möglichkeiten um sich auszutauschen, um strategisch zu Denken, um herauszukommen aus dem operativen Alltag und um heute den richtigen Gedanken zu fassen für zukünftiges, intelligentes Wachstum – diese Möglichkeit finden sie in Seon.“

Weitere Informationen:

im Web www.internationales-marken-kolloquium.de

bei Twitter <https://twitter.com/MKolloquium> #IMK2018

auf Facebook www.facebook.com/MKolloquium

Abdruck/redaktionelle Verwendung frei. Fotos von Prof. Dr. Guido Quelle (Geschäftsführer, Mandat Managementberatung) und den diesjährigen Referenten (jeweils © Mandat Managementberatung) unter <https://www.mandat.de/de/menu/presse-raum/photos-und-downloads/fotos-internationales-marken-kolloquium/>

Prof. Dr. Guido Quelle ist seit über 25 Jahren Unternehmer. Als Wachstumsexperte unterstützt er aktive Unternehmenslenker dabei, ihre Unternehmen auf gesundes, profitables Wachstum zu trimmen. Der geschäftsführende Gesellschafter der Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, hat mehr als 400 Fachartikel und 16 Bücher geschrieben und herausgegeben. Sein aktuelles deutschsprachiges Buch „Wachstumsgedanken – 250 Impulse zum Lesen, Denken, Handeln“ ist im Juni 2017 erschienen. Das aktuelle internationale Buch „Profitable Growth: Release Internal Growth Brakes and Bring Your Company to the Next Level“ erschien bei Springer und hat Leser in mehr als 40 Ländern. Überdies ist er Verfasser des Mandat Wachstumsmanifestes, welches in der Fachwelt hohe mediale Aufmerksamkeit genossen hat und hat in diesem Jahr mit seiner Mandat Managementberatung GmbH den Publikumspreis „Innovator des Jahres“ in der Kategorie „Beratung“ des Portals „Die Deutsche Wirtschaft“ gewonnen. Guido Quelle ist Gastgeber des Internationalen Marken-Kolloquiums, das 2019 zum sechzehnten 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 29 Jahren dabei, profitabel zu wachsen. Zu den mehr als 250 deutschen und multinationalen Klienten – mit über 500 Projekten – gehören unter anderem ANZAG (heute: Alliance Healthcare Deutschland), 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.

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.

Pressekontakt:

Mandat Managementberatung GmbH
Prof. Dr. Guido Quelle
Emil-Figge-Straße 80
44227 Dortmund

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