

Mit Emotionen aufgeladen

Marke – Eine Beziehung fürs Leben, so das Motto des **14. Internationalen Marken-kolloquiums** von Mandat Management im Kloster Seon am Chiemsee. Drei Tage lang trafen sich Inhaber, Geschäftsführer und Vorstände, um sich dem Thema zu nähern.

Unternehmer Wolfgang Hölker arbeitet bereits seit 40 Jahren an der Beziehung zu seiner Marke. Aufgeladen ist diese mit Plüschtieren, Koffern, Decken und vor allem ganz vielen Kinderbüchern. „Ich finde es mutig, dass Professor Quelle einen Märchenonkel auf die Bühne holt, um etwas zum Thema Marke zu erzählen“, so Hölker zum Gastgeber des Marken-kolloquiums. Begleitet wurde er von Weggefährten der vergangenen Jahrzehnte: Plüschtiere von Felix, Captain Sharky und Lillifee steckten in seiner Weste.

Inspiration und Fehlerkultur

Vor 40 Jahren übernahm er den Coppenrath Verlag. „Mein größter Wunsch ist es, Kinder glücklich zu machen“, sagt der Unternehmer. Mit den Geschichten des reiselustigen Hasen Felix gelingt dies dem Verlag seit mehr als 20 Jahren. Keine Angst vor Fehlern, Beständigkeit und Mut seien Attribute, die er beherzigt. Selbst die heute erfolgreichsten Autoren des Hauses hätten anfangs Fehlschläge gehabt. An einigen hielt er fest. Für Hölker ist es wichtig, sich abseits des Tagesgeschäfts inspirieren zu lassen. Vor allem die Kunst hat ihm Türen geöffnet. Ende der Sechzigerjahre startete er mit einer eigenen Galerie und lernte Menschen kennen, die er sonst nie getroffen hätte.

Raus aus der Schmutzdecke

Wie man Menschen für sich gewinnt, weiß Philip Siefer. Mit Fragen wie: Hatte Sie schon mal Sex? Und wann? Letzten Monat? Vergangene Woche? Oder letzte Nacht? konnte er sich der Aufmerksamkeit des Publikums sicher sein. Er ist Gründer, Chief Executive Unicorn von Einhorn und Gewinner



Gewinner des Markenawards: Philip Siefer (Mitte) von Einhorn erhält den Preis von Linda Vollberg und Prof. Guido Quelle von Mandat Management.

des Markenawards, der im Rahmen der Veranstaltung verliehen wurde. Mit fair und nachhaltig produzierten Kondomen in chipstütenähnlichen Verpackungen will er die Marke stärken und eine Bewegung schaffen. „Ich habe lieber 100 Lover als 1.000 Liker“, sagt Siefer im neudeutschen Stil. Denn diese würden die Marke ohnehin weiter tragen. Mittlerweile hat das Unternehmen 20 Mitarbeiter, macht eine Mio. Euro Umsatz und schreibt nach eigenen Angaben schwarze Zahlen – ohne Investoren. Experimentierfreudig will das Unternehmen auch im Umgang mit seinen Mitarbeitern sein: Jeder darf sich angeblich so viel Urlaub nehmen, wie er will, und die Höhe des Gehalts selbst festlegen.

Betreutes Buchen

Wie man Mitarbeiter bindet und das Profil schärft, wissen auch die Gründer des Portals Urlaubsguru: Zum Kloster Seon kamen sie direkt aus Las Vegas.

Dorthin haben sie die 180 Mitarbeiter eine Woche lang zu einem Betriebsausflug eingeladen. Zum kleinen Preis können Reisewillige auf dem Portal günstige Urlaubsreisen buchen. Durch Einbindung der Kunden, die etwa ihre schönsten Urlaubsmomente auf Social-Media-Plattformen teilen, will das Start-up die Marke befeuern. Mittlerweile hat der Reisedienstleister mehr als sechs Mio. Facebook-Fans. Auch offline will das Unternehmen zulegen. Um die Marke zu entwickeln, wollen die Nordrhein-Westfalen in ihrem Heimatort Unna mit einem etwas anderen Reisebüro durchstarten. „Betreutes Buchen“ nennt es Geschäftsführer Daniel Marx. Damit auch diejenigen kostengünstig einen Urlaub buchen können, die digital noch nicht so affin sind. Ob Coppenrath-Geschäftsführer Hölker, Einhorn-Chef Siefer oder Urlaubsguru-Verantwortlicher Marx: Alle drei schaffen es, ihre Marke emotional aufzuladen. TS