



BIESALSKI & COMPANY
BRAND · VALUE · MANAGEMENT



B&C Markenwerkstatt

Die Marken der Hidden Champions – Von Siegern lernen



Rückblick zur Veranstaltung
im Vorhoelzer Forum in München
am 20. Februar 2014



Eine Veranstaltung in Kooperation mit:

ALPHAZIRKEL



Technische Universität München

Die erste B&C Markenwerkstatt



Liebe Leserin, lieber Leser,

am 20. Februar 2014 haben wir unsere Veranstaltungsreihe mit der ersten **B&C Markenwerkstatt** im Vorhoelzer Forum der TU München ins Leben gerufen. Damit haben wir erfolgreich eine **Plattform für Unternehmen** geschaffen, die sich über die **Marke als wichtigen Stellhebel des Unternehmenserfolges** austauschen, neue Ansätze erörtern und von Best-Practice-Cases lernen möchten.

Bei unserer Auftaktveranstaltung ging es um Themen, wie die Steigerung der **Marken-Anziehungskraft** oder die Identifikation und Umsetzung markentypischer **Differenzierungsfaktoren**. Zudem wurde der hohen Bedeutung des **Unternehmers als ‚Persönlichkeitsmarke‘** Rechnung getragen und aufgezeigt, wie der eigene Wettbewerbsvorsprung mittels **systematischer Markenführung** ausgebaut werden kann und welche **Markenstrategien** für die **Gewinnung von High Potentials** die richtigen sind.

Wir möchten uns auf diesem Wege **herzlich bei den über 100 Besuchern sowie bei allen Mitwirkenden und Interessenten der Markenwerkstatt bedanken** und Sie einladen, unsere Website www.bc-markenwerkstatt.com zu besuchen. Mit den hier zusammengefassten Highlights des Tages wollen wir Ihnen die Möglichkeit bieten, die Veranstaltung noch einmal Revue passieren zu lassen.

Bis zur nächsten B&C Markenwerkstatt!

Herzlichst, Ihre

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Alexander Biesalski'. The signature is stylized and cursive.

Alexander Biesalski

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tomasz de Crignis'. The signature is stylized and cursive.

Tomasz de Crignis

Kompetenz-Circle: Referenten und Podiumsdiskutanten

„Nach einer Tracht Prügel von meinem Vater, er hatte einen Handwerksbetrieb, entschied ich mich mit 10 Jahren, ein größeres Unternehmen als er aufzubauen.“

Dr.-Ing. h.c. Martin Herrenknecht
Inhaber und Vorsitzender, Herrenknecht AG



„Der Begriff ‚Hidden Champion‘ ist ein scheinbarer Widerspruch – in der eigenen Zielgruppe darf man nicht ‚hidden‘ sein.“

Dr. Andreas Bauer
Leiter Strategisches Marketing, KUKA



Tomasz de Crignis
Partner, BIESALSKI & COMPANY

Martin Putsch
Geschäftsführender Gesellschafter, RECARO Holding



„Der Begriff Hidden Champion ist Koketterie. Wir von RECARO möchten, dass die Marke nach innen und außen strahlt.“



Oliver Hermes
CEO, WILO

Andreas E. Mach
Gründer und Sprecher, ALPHAZIRKEL



„Unser Ziel ist es, vom Hidden Champion zum ‚Visible‘ Champion zu werden und uns weiter von der Produktmarke zur Unternehmermarke zu entwickeln.“



Alexander Biesalski
Managing Partner, BIESALSKI & COMPANY

Stefan Klemm
Gründer und Betreiber, Entrepreneurs Club



„Die Marke ‚Familienunternehmen‘ dient als Magnet für High Potentials.“



Andreas C. Hofmann
Leiter Marketing-Kommunikation, BMW Group

„Es gibt Märkte, in denen BMW noch weniger bekannt ist. Da ist noch viel Markenarbeit zu leisten.“



Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Hermann
Präsident, TU München

„Die Mission der TU München ist es, junge Menschen unmittelbar am Forschungsgegenstand auszubilden – und nicht für den Elfenbeinturm.“

Zusatzmaterial und weitere Informationen unter: www.bc-markenwerkstatt.com

Vorträge

Unternehmen Universität
Referent: Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Herrmann – TU München, Präsident

Die Marken der Hidden
– Von Siegern lernen
Referent: BIESALSKI

Herrnen im globalen
Referent: Herrnen

Impressionen

Webcasts

marconomy im Interview mit ...

...Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann, Präsident der TU München
➤ Was die Marke TU München als unternehmerische Universität auszeichnet

HAZIRKEL

Dr.-Ing. h.c. Martin Herrenknecht
Herrenknecht AG, Inhaber und Vorstandsvorsitzender

Martin Herrenknecht (geb. 24. Juni 1942 in Lahr, Baden-Württemberg) ist der Unternehmensgründer und Vorstandsvorsitzender der Herrenknecht AG. Heute ist Herrenknecht weltweiter Technologie- und Marktführer und liefert modernste Tunnelbohranlagen für alle Beugründe und in allen Durchmessern – von 6,10 bis 19 Metern. Beim Jahrhundertprojekt Gotthard-Basistunnel (2 x 57 km) bohrten und sicherten vier Herrenknecht Tunnelbohrmaschinen mehr als 85 km neue Röhre. Der Herrenknecht Konzern beschäftigt rund 5.300 Mitarbeiter, bildet über 200 junge Menschen aus und erwirtschaftete im Jahr 2012 eine Gesamtleistung von 1.126 Mio. Euro. Martin Herrenknecht wurde 1999 von der Technischen Universität Braunschweig die Ehrenbürgerwürde verliehen und 2007 das Verdienstkreuz 1. Klasse des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland.

Andreas C. Hofmann,
Leiter Marketing-Kommunikation der BMW Group

„Es gibt Märkte, in denen BMW noch weniger bekannt ist. Da ist noch viel zu tun.“

Andreas E. Mach,
Gründer und Sprecher des ALPHAZIRKEL

„Hidden Champions leben in engen Marktnischen – oder sie schaffen sie sich. Für diese entwickeln sie einzigartige Produkte, die sie in großer Fertigungsgüte selbst erstellen.“

Martin Putsch,
Geschäftsführer der RECARO Holding

„Der Begriff Hidden Champion ist Koketterie. Wir von RECARO möchten, dass die Marke nach innen und außen strahlt.“

BIESALSKI & COMPANY
 BRAND · VALUE · MANAGEMENT

BIESALSKI & COMPANY GmbH
 Elisabethstraße 25 80796 München
 Tel: +49 (0)89/273 73 54-00
 Fax: +49 (0)89/273 73 54-50
info@biesalski-company.com
www.biesalski-company.com