



DR. BJÖRN STÜWE

Referenten Brevier

Referenten Brevier – Dr. Björn Stüwe

IN KÜRZE

- Berater, Dozent, Musiker
- Unkonventionell, Interaktiv, Begeisternd
- Strategischer Generalist mit besonderer Expertise in den Bereichen Marketing und Vertrieb
- Key Notes, Vorträge, Workshops

DER ROCKER UNTER DEN BERATERN

Der an der Universität zu Köln promovierte Betriebswirt machte Ende der 90er und in den 00er Jahren als Sänger und Gitarrist der Metal-Band „Dante’s View“ die Republik unsicher. Daneben baute er als geschäftsführender Gesellschafter die Marketing Verbund Gruppe in Langenfeld/Rhld. auf und ist seit 2004 geschäftsführender Gesellschafter von Stuewe Consulting in Köln.

Björn Stüwe ist seit 1996 als Strategie- und Managementberater sowohl für Konzerne wie die Deutsche Post, Unity Media oder den Eczacibasi Konzern als auch für den deutschen Mittelstand wie Vaillant, Dornbracht oder Weru tätig. Darüber hinaus berät er Start-ups insbesondere im Health Care und E-Commerce Sektor. Neben seiner Beratungstätigkeit ist er Dozent für Designmanagement und Produktpolitik an der Cologne Business School und Lehrbeauftragter für Produktpolitik an der Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie Köln. Als Autor hat Björn Stüwe u. a. die Bücher „Produktklassiker“ sowie „Faszination - Marketing im Wechselbad der Gefühle“ veröffentlicht und schreibt die Kolumne „Grenzgänger“ auf Consulting.de

Björn Stüwe ist aufgrund seiner unkonventionell-erfrischenden und interaktiven Art ein gefragter Redner für Vorträge, Workshops und Key Notes. Er ist ein amüsanter Redner, der auf seine Zuhörer zugeht und sie aktiv einbindet. Dabei kombiniert er souverän fachliche Tiefe mit humorvoller Rhetorik und zuweilen kühnen praktischen Thesen. Bei guter Stimmung lässt er sich auch mal zu einer Gesangseinlage hinreißen.

REFERENZEN (VORTRÄGE/KEY NOTES)

Deutsche Post AG | NORTHWEST Handel AG | Sagaflor AG | Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG | Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG | Unitymedia GmbH | Vitra Bad GmbH | Stadtwerke Düsseldorf AG | S-Markt & Mehrwert GmbH & Co. KG | Zentralverband der Deutschen Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer e.V. | Die Brückenköpfe GmbH | Henkel AG & Co. KGaA | Coty Inc. (Marke Wella) | Heinrich Heine GmbH | Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG | Der Mittelstandsverbund – ZGV e.V. | Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV

KURZVITA

- Geboren am 28. Juli 1970 in Freiburg im Breisgau.
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln (1990 - 1996) und Abschluss mit Diplom-Kaufmann.
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Beschaffung und Produktpolitik der Universität zu Köln (1996 - 2002).
- Promotion Dr. rer. pol. zum Thema „Praktisch-Rationales Entscheiden im Marketing“ 2002. Die Arbeit wurde mit dem Dissertationspreis der Commerzbankstiftung an der Universität zu Köln honoriert.
- Dozent für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (1996-2000) und Marketing im Kultur-Management (2003-2004) an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie, Köln.
- Dozent für Marketing und Design im Rahmen des dekos-Projektes Niedersachsen (1997 - 2000).
- Seit 1997 selbstständiger freier Berater für u. a. Deutsche Post, C&A, Vaillant, Heinrich Heine, neckermann.de, Vitra Bad, Stadtwerke Düsseldorf, Aloys F. Dornbracht Armaturenfabrik.
- Von 2002 bis 2004 geschäftsführender Gesellschafter der Stuewe+Partner Management Consulting, Köln.
- Von 2006 bis 2018 geschäftsführender Gesellschafter der Marketing Verbund Gruppe GmbH, Langenfeld.
- Seit 2004 geschäftsführender Gesellschafter der Stuewe Management Consulting GmbH, Köln.
- Seit 2018 Dozent für Design-Management und Produktpolitik Cologne Business School, Köln.
- Seit 2019 Dozent für Produktpolitik an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie, Köln.
- Musiker und Produzent.

TÄTIGKEITSFELDER

- Marktorientierte Unternehmenstransformation
- Hybride Marketing- und Vertriebsstrategien (Cross Channel Plattformkonzepte)
- Strategische Markenführung
- Marktinduzierte Optimierung und Steuerung von Vertriebssystemen
- Faszinationsmarketing
- Marketing und Design
- Wirtschaft und Ethik

VORTRÄGE UND WORKSHOPS (Auszug/Beispiele)

Was will der Kunden denn jetzt schon wieder? Transformation von Unternehmen in wilden Märkten

- Transformation als produktiver Mechanismus für Unternehmen
- Notwendigkeit für Transformation in der Navigationsgesellschaft
- Kreativität und Vielfalt als begeisterte Antwort auf den hybriden Konsumenten
- Elemente und Prozess einer erfolgreichen Transformation

Sharing Economy - Epiphänomen oder Game Changer?

- Konsumtrend: Nutzen statt Besitzen
- Sharing als Effizienzmotor
- Steigerung des immateriellen Werts des Angebots
- Neue Geschäftsmodell sinnvoll nutzen

Kundenfaszination – Marketing im Wechselbad der Gefühle

- Faszinierende Angebote in hybriden Konsumwelten
- Das Wesen der Kundenfaszination und wie kann man Faszination erreichen
- Faszinierendes Marketing
- Anwendungsbeispiele

Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor - Wahrhaftigkeit oder mentaler Ablasshandel?

- Paradoxe Nachhaltigkeitsschemata
- Apokalyptischer Hedonismus oder Verantwortung als Lebensstil
- Risiken des mentalen Ablasshandels
- Authentische Nachhaltigkeitsstrategien

Darf man das noch? Wirtschaftsmoral und -Ethik

- Der feine Unterschied zwischen Legalität und Legitimität
- Ethik und die Vielfalt der Moralien
- Die moralischen Prinzipien der Wirtschaft
- Praktische Wirtschaftsmoral

Lebensraumgestaltung als kreativer Marketingansatz

- Leben statt Wohnen
- Neue Produktlogiken für Architektur und Innenausstattung
- Erlebnisräume systematische gestalten
- Neue Geschäftsmodelle durch Lebensraumgestaltung

Smart Places, New Spaces – Neue Orte des Konsums

- Fundamentale Veränderung der Orte des Konsums
- Neue Arten von Konsumräumen
- Konsumräume als multidimensionale Orte des Marketings und des Vertriebs
- Multi-Channel Marketing in neuen Konsumräumen

Sales Area Management - Regionale Vertriebssysteme aktiv managen

- Marktpotentiale effizient ausschöpfen
- Vertriebsorganisationen optimieren
- Vertriebsprozesse erfolgreich steuern
- Praktische Anwendungsbeispiele

Luxusmarketing – Nobilitierung des Alltags

- Luxus als Faszinationsfaktor
- Die drei Arten des Luxus
- Die Strategie der Luxurisierung (Luxus für alle)
- Die 10 M's des Luxus anhand von Praxisbeispielen

Marketing und Design – Geschmack ist erlernbar

- Design als Erfolgsfaktor im Marketing
- Der Unterschied zwischen Geschmack und subjektivem Gefallen
- Design bewerten: Funktionalität, Ästhetik und Symbolik
- Praktische Designstrategien

Produktklassiker – Marketing für Longlife-Produkte

- Zeitlosigkeit als Erfolgsfaktor
- Innovative Permanenz statt permanenter Innovation
- Produktklassiker als Quintessenzen der Konsumkultur
- Die Erschaffung und Vermarktung von Longlife Produkten anhand praktischer Beispiele

AUSZÜGE VERÖFFENTLICHUNGEN

Discographie

„Nowhere's World“	Steam Records/ Hillside [1993]
„Unter Strom“	Compilation [1993]
„NRW-Sampler“	Compilation [1996]
„Fresh up-Sampler“	Compilation [1996]
„Rock de Cologne“	Compilation [1996]
„Triedwerk '97“	Compilation [1997]
„Allianz-Sampler“	Compilation [1997]
„Spacecore“	Warner Music [1997]
„Devils Barbecue“	Spacecore Musix [2001]
„The Complete Devils Barbecue“	Spacecore Musix [2002]
„Schrei“	Spacecore Musix [2005]

- **Bad Inspirationen 4**
Das integrale Bad: „Vom Lebens- zum Erlebnisraum“
Dr. Björn Stüwe, Michael Hoffmann, Michael Schreiber
SHK Einkauf- und Vertriebs AG, 2013
- **Bad Inspirationen 3**
Sampling in der Badgestaltung: „Die Harmonie des Unerwarteten“
Dr. Björn Stüwe, Michael Hoffmann, Michael Schreiber
SHK Einkauf- und Vertriebs AG, 2011
- **Produktklassiker – Quintessenzen der Konsumkultur**
Verlag Gabler, Wiesbaden 2009
- **Metaphorische Produktgestaltung**
Dr. Björn Stüwe, A. Wöllenstein, erschienen in: Marketing im Perspektivenwechsel, Köln 2005
- **Faszination – Marketing im Wechselbad der Gefühle**
Herausgeber und Autor, Wiesbaden 2004
- **Tüten-Typen – Von Tüten, Tragetaschen und ihren Nutzern**
Studie, Frankfurt a. M. 2002
- **Praktisch-Rationales Entscheiden im Marketing**
Promotion, Köln 2002
- **Marketing und Design – Ein dynamisches Wechselspiel**, erschienen in: Designkompetenz als Standortfaktor, dekos, Hannover 2001
- **Gestaltete Werte. Wie die Markenbotschaft erfahrbar wird**, erschienen in: Absatzwirtschaft, Sondernummer Oktober 2000
- **Aus der Tüte gesprochen** in: Zeit, 4. Mai 2000
- **Design im Kontext der Fusion** in: form, Juli/August 1999
- **Von der Kunst der Reduktion, Entscheidungsbezüge im Marketing**, erschienen in: Angewandtes Produkt- und Beschaffungsmanagement, Köln 1997

KONDITIONEN

Die Konditionen für die Vorträge und Veranstaltungen setzen sich wie folgt zusammen:

- Für einen Vortrag wird eine Pauschale in Höhe von 5.000 EUR erhoben. Diese Pauschale enthält nicht die gesetzliche MwSt. (Stand: 08.2019, Änderungen vorbehalten.)
- Anfallende Reisekosten sind zu erstatten. (Kfz: Pauschale Berechnung Kfz-km zu 0,48 EUR; Bahnfahrt: regulärer Preis 1. Klasse; Flug: Economy; Hotel).
- Bei einer Absage eines Vortrages weniger als vier Wochen vor dem vereinbarten Termin werden 50% der Vortragspauschale in Rechnung gestellt. Bei einer Absage weniger als zwei Wochen vor dem vereinbarten Termin ist die Pauschale in voller Höhe zu entrichten.

Die angegebenen Konditionen beziehen sich auf die oben angegebenen Themen und Inhalte.

Darüber hinaus erstellen wir Ihnen gerne individuelle Angebote zu spezifischen Themen und Anfragen. Bitte zögern Sie nicht, uns anzusprechen.

Die Vorträge und Veranstaltungen werden persönlich von Herrn Dr. Stüwe durchgeführt.

KONTAKT

Für Anfragen wenden Sie sich bitte an:

Stuewe Management Consulting
Herr Thomas Hermanns
Kölner Straße 30
D-50859 Köln

Telefon +49 (0) 2234 / 911 26 00
Telefax +49 (0) 2234 / 911 26 29
E-Mail hermanns@stueweconsulting.com

Stuewe Management Consulting GmbH
Herr Dr. Björn Stüwe
Geschäftsführender Gesellschafter

Kölner Straße 30
D-50859 Köln

Telefon: +49 (0) 2234 / 911 26 00
Telefax: +49 (0) 2234 / 911 26 29
Web: www.stueweconsulting.com

Präsentationstechnik

- Beamer
- Flipchart
- Ansteck-Mikrophon (je nach Saalgröße und Anzahl der Zuhörer)
- Kein Rednerpult

Dr. Stüwe hält seine Vorträge bundesweit. Nach Absprache sind auch Auslandsaufenthalte möglich (werden spezifisch angeboten).

Es wird ein möglichst großer Aktionsradius während der Vorträge bevorzugt.

Vortragsdauer

Die Vortragsdauer richtet sich nach dem Anlass zu dem Dr. Stüwe eingeladen wird und der jeweiligen Zuhörerzahl der Veranstaltung. Die Netto-Redezeit kann zu jedem Vortrag und jeder Veranstaltung individuell angeboten werden. In der Regel liegt die Netto-Redezeit bei 60 bis 90 Minuten.