

Dr. Björn Stüwe



Der an der Universität zu Köln promovierte Betriebswirt Björn Stüwe 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 Stüwe Consulting in Köln. Björn Stüwe ist seit 1996 als Strategie- und Managementberater sowohl für Konzerne als auch für den deutschen Mittelstand und in der Start-up Szene tätig. 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. Er ist aufgrund seiner unkonventionell-erfrischenden und interaktiven Art 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.

„Business is a journey - not a destination“ - Marktgetriebene Unternehmenstransformation durch Kundenfaszination“

Themen

- › **Was will der Kunde 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 begeisternde Antwort auf den hybriden Konsumenten
- › **Kundenfaszination – Marketing im Wechselbad der Gefühle**
 - Faszinierende Angebote in hybriden Konsumwelten
 - Das Wesen der Kundenfaszination und wie kann man Faszination erreichen
 - Faszinierendes Marketing mit Anwendungsbeispielen
- › **Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor - Wahrhaftigkeit oder mentaler Ablasshandel?**
 - Paradoxe Nachhaltigkeitsschemata
 - Apokalyptischer Hedonismus oder Verantwortung als Lebensstil
 - Risiken des mentalen Ablasshandels und authentische Nachhaltigkeitsstrategien
- › **Weitere Themen sind**
 - Sharing Economy - Epiphänomen oder Game Changer?
 - Darf man das noch? Wirtschaftsmoral und -Ethik
 - Lebensraumgestaltung als kreativer Marketingansatz
 - Smart Places, New Spaces – Neue Orte des Konsums
 - Sales Area Management - Regionale Vertriebssysteme aktiv managen
 - Luxusmarketing – Nobilitierung des Alltags
 - Marketing und Design – Geschmack ist erlernbar
 - Produktklassiker – Marketing für Longlife-Produkte

Referenzen & Presse

- › **Unternehmensreferenzen:**
 - Deutsche Post AG
 - LAUFEN Bathrooms AG
 - Unitymedia GmbH
 - Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG
 - NORTHWEST Handel AG
 - Sagaflor AG
 - S-Markt & Mehrwert GmbH & Co. KG
 - Zentralverband der Deutschen Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer e.V.
 - Heinrich Heine GmbH
 - Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG
 - Der Mittelstandsverband – ZGV e.V.
 - Verband des Schweizerischen Versandhandels VSV
 - Stadtwerke Düsseldorf AG
 - Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG
 - Vitra Bad GmbH
 - Henkel AG & Co. KGaA
 - Coty Inc. (Marke Wella)
- › **Hochschulen:**
 - Cologne Business School (CBS), Köln
 - Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA), Köln

Honorare / Reisekosten / Sprachen

Impulsvortrag Honorargruppe E
Tagessatz Honorargruppe F
Reisekosten Köln
Vortragssprachen

Live-Booking



Medien & Empfehlung



Faszination: Marketing
 ISBN: 978-3409125406
 64,99 €

Produktklassiker
 ISBN: 978-3834909190
 59,99 €