



Vortrags-Portfolio

Frank Rehme

Innovator
Entrepreneur
Inkubator

Mehr als 35 Jahre Berufserfahrung in Handel und Industrie, die ständige Begegnung mit Veränderungen und über 25 Jahre Führungserfahrung haben Frank Rehmes Erfahrungsprofil nachhaltig bereichert. Innovationen und die Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen mit konsequentem Anwenderfokus sind seine tägliche Leidenschaft, denn er beschäftigt sich mit den Szenarien von Morgen.

Als langjähriger Head of Innovation in einem weltweit operierenden Konzern hat Frank Rehme national und international Meilensteine im Handelsumfeld gesetzt. In seinem eigenen Unternehmen „gmvteam GmbH“ setzt er diesen Anspruch nahtlos fort. Er stellt sich mit nachhaltigen Innovationen und Konzepten den Herausforderungen der Branchen im 21. Jahrhundert.

Trends und Veränderungen in Gesellschaft und Wirtschaft sind ebenso seine Leidenschaft wie die ständige Neugier auf Menschen und soziale Strukturen. Angereichert mit Erkenntnissen aus den Neurowissenschaften, wandelt das gmvteam – zusammen mit seinen Kunden – ganzheitliche Ansätze in neue Konzepte und Ergebnisse um.

Im Jahre 2014 hat Frank Rehme mit Claudia Lehmann (erfahrene Design-Thinking-Trainerin) den denkubator, die Ideenmanufaktur, in Düsseldorf gegründet: Eine inspirierende Kreativschmiede als Ort für innovative Ideenentwicklung. Seine Erfahrung gibt Frank Rehme in vielen Vorträgen, Coaching- und Mentoring-Partnerschaften weiter. Ebenso steht er als Business Angel jungen Start-ups zur Seite.

Im privaten Umfeld engagiert er sich als Kurator in der Stiftung „Kultur für Kinder“, einer Initiative für die internationale Talent- und Begabungsförderung von Kindern aus benachteiligten Familien.



Kontakt

Frank Rehme

Rather Kirchplatz 11
D-40472 Düsseldorf

T. +49 211 59896507
M. +49 160 94705975

info@frank-rehme.de
www.frank-rehme.de

Vortrags-Themen

1. Retailspezifisch

Titel Der Sinneswandel zum Sinneshandel: Erfolgreich handeln in einer sich verändernden Gesellschaft

Beschreibung Dieser Vortrag zeigt in sehr anschaulicher Weise die Veränderung der Kundenanforderungen innerhalb der letzten Jahre. Der Shopper passt in keine der klassischen Segmente mehr, sein Verhalten wird zunehmend hybrid. Der Handel der Zukunft hat als Wettbewerber nicht mehr nur die konkurrierenden Kanäle, sondern zunehmend auch andere Freizeitaktivitäten. Die Emotionalisierung des PoS bringt mehr Impulse, das Schaffen von Kontexten steigert den Erlebniswert und damit die Attraktivität des Handels. Die sich daraus ergebene Veränderung des Marktumfeldes und das Ableben bestehender Player werden ebenso beleuchtet, wie die möglichen Chancen für eine erfolgreiche Veränderung. Neueste Erkenntnisse aus der Hirnforschung werden übersetzt in praktischen Nutzen für den PoS. Erreicht wird dies durch eine sehr umsetzungsorientierte Darstellung der Handlungsoptionen. Der Vortragscharakter ist sehr lebhaft mit einem Mix aus ernsten und unterhaltsamen Passagen. Das Auditorium wird aktiv mit in den Vortrag eingebunden.

- Inhalte**
- 5 Dekaden Rückblick: Der Kunde auf dem Weg zum Professional
 - Der Kunde denkt nicht in Kanälen, sondern erlebt begeisternde Handelskonzepte
 - Neuromarketing-Exkurs: Was passiert in der Sekunde der Kaufentscheidung im Hirn des Kunden und wie nutzen wir das?
 - Lernen aus anderen Branchen: Wie stärke ich durch neue Kontexte mein stationäres Format?

Empf. Zeitfenster mind. 35, besser 45 Minuten
sehr gut als Keynote geeignet

Titel Neuopackaging oder die zunehmende Bedeutung der Verpackung

Beschreibung Verpackung ist die Schnittstelle zwischen Konsument und Produkt, die zukünftig deutlich an Bedeutung gewinnen wird. In den gesättigten Märkten steigt die Anforderung an die Verpackung zur Unterstützung von Alleinstellungsmerkmalen. Neben der klassischen Aufgabe als Transportschutz und Werbebotschafter kommen zukünftig mehr Informationsaufgaben sowie ein Beitrag zur Impulskaufunterstützung hinzu. Verpackung unterstützt vermehrt die Übermittlung und Erfüllung von Produktversprechen. Die Zuhörer bekommen einen tiefen Einblick über Entscheidungsprozesse beim Einkauf und erleben im Vortrag, wie ihr eigenes Unterbewusstsein in ihre Entscheidung eingreift. Dieser Vortrag spricht sowohl die Sach- als auch die Emotionsebene an.

- Inhalte**
- 5 Dekaden Rückblick: Der Kunde auf dem Weg zum Professional.
 - Neuromarketing-Exkurs: Was passiert in der Sekunde der Kaufentscheidung im Hirn des Kunden und wie nutzen wir das?
 - Offline vs. Online, was bedeutet das für die Verpackung?
 - Lernen aus anderen Branchen: Wie stärke ich durch neue Kontexte mein stationäres Format?

Empf. Zeitfenster mind. 35, besser 45 Minuten
sehr gut als Keynote geeignet

2. Innovation

Titel	Angriffslust 2025: Lust auf Veränderung!
Beschreibung	Google, Apple, Tesla, Facebook und Amazon: Diese Unternehmen definieren in ihren jeweiligen Sparten neue Grenzen. Mut, Geschwindigkeit und vor allem Neugier auf Zukunft und Technologie sind die Haupttreiber dieser Unternehmen. Oft wird beklagt, dass in Deutschland diese Eigenschaften sehr in Vergessenheit geraten sind. Der Vortrag zeigt auf, dass genau diese Eigenschaften die Basis des Deutschen Wirtschaftswunders bildeten. Es wird verdeutlicht, wie die oft negativ betrachteten Entwicklungen Digitalisierung und Globalisierung zu deutlich verbesserten Lebensbedingungen geführt haben. Der Vortrag verändert bei vielen Zuhörern das negative Bild von Veränderung mit sehr emotionaler Ansprache.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Blick auf die Geschichte von Innovationen und Entwicklungen in Technik, Medizin und Gesellschaft.• Was ist die DNA erfolgreicher Unternehmen und Organisationen?• Elementare Kulturvoraussetzungen von zukunftsorientierten Unternehmen• Lust auf Veränderung durch Erkennen des eigenen und gesellschaftlichen Nutzens.• Vermittlung von Strategien und Handlungsempfehlung zur proaktiven Zukunftsgestaltung
Empf. Zeitfenster	45 – 60 Minuten, sehr gut als Keynote oder Opener für Firmenevents geeignet. Sehr engagiert und motivierend vorgetragen, ohne dass ein „Chakka“-Modus eintritt.

Titel	Innovation zwischen Hype, Irrtum und Praxis
Beschreibung	Innovation ist das Schlagwort der letzten Jahre. Es gibt fast kein Unternehmen, das sich dieses Thema nicht auf die Fahne geschrieben hat. Im gleichen Maße steigen die Lösungsansätze, die sich mit der Strukturierung des Ideenmanagements und der „Formalisierung“ der Kreativität beschäftigen. Der Accelerator in Berlin, der Inkubator in Köln, Open Innovation oder ein eigenes Innovationsteam? Was ist der richtige Weg? In diesem Vortrag wird beleuchtet, wie Ideen im echten Unternehmensumfeld effektiv in Innovationen umgewandelt werden können. Zudem wird aufgezeigt, welche Hindernisse zu überwinden sind und wie man diese präventiv umgeht. Auf Grund des hohen Erfahrungsanteils sehr gut für eine Praxis-Session geeignet, begleitet auch von entsprechend intensiven Fragen danach.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Der ehrliche Blick auf den Unterschied zw. den Konzepten und der Praxis.• Echte Umsetzungserfahrungen aus 10 Jahren operativer Innovationsverantwortung.• Dos & Don'ts auf dem Weg zur erfolgreichen Implementierung von Ideen• Wie sieht der optimale Innovationsprozess aus?
Empf. Zeitfenster	45 Minuten, durch den hohen Impulsfaktor folgt meistens ein großer Diskussionsraum

Titel Digitalisierung zwischen Buzzword-Bingo und realer Welt

Beschreibung	<p>Digitalisierung ist das gegenwärtige Schlagwort aller Branchen. Dabei wird von vielen missverstanden, was sich tatsächlich dahinter verbirgt. Heutzutage geht der Trend dahin, dass Unternehmen ohne einen Chief Digital Officer scheinbar nicht mehr auskommen.</p> <p>Die Digitalisierung verändert massiv das Verhalten der Kunden und Konsumenten und hat damit einen Impact auf jedes Geschäftsmodell. Auf der anderen Seite ist zu beobachten, dass die meisten Unternehmen Schwierigkeiten haben, ihre Organisationsstrukturen den neuen Kundenszenarien anpassen. Ebenso besteht ein erhöhter Bedarf bei Entscheidern, ihr Wissen über Digitalisierung zu schärfen. Derzeit werden immer noch falsche Annahmen getroffen und falsche Wege gegangen, wie viele Beispiele aus den Bereichen Industrie 4.0, Fintec und Insurtec aufzeigen.</p> <p>In diesem Vortrag wird deutlich, was Digitalisierung und die Geschäftsmodelle in diesem Bereich wirklich ausmacht und welche Auswirkungen die Digitalisierung für Branchen hat, in denen nicht reagiert wird.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Veränderung des Verbraucherverhaltens und Einfluss auf Geschäftsmodelle• Was sind die Hintergründe digitaler Geschäftsmodelle?• Industrie 4.0, IoT – Wie Buzzwords zu falschen Entscheidungen führen.• Praktische Beispiele aus verschiedenen Branchen
Empf. Zeitfenster	45 Minuten

Titel Die Future City Langenfeld

Beschreibung	<p>Der Vortrag zeigt das Leuchtturmprojekt in Handel und Stadtentwicklung für die nächsten Jahre: Die Future City Langenfeld ist Modellstadt für die innovative Zukunft des Handels und des Erlebnisraums Innenstadt. Hier werden alle Innovationsprojekte der vorgenannten Bereiche zur Beantwortung der wichtigsten Fragen bezüglich der Branchenzukunft gebündelt.</p> <p>Dieser Vortrag ist besonders geeignet für strategisch Interessierte aus dem Bereich Handel, Stadtplanung und Wirtschaftsförderung und sollte in einem entsprechenden Block eingearbeitet sein.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Entwicklung des stationären Handels und der Innenstädte• Innovationsdilemma im deutschen Handel• Lösungsansätze durch dezentrales Engagement• Vorstellung Langenfelder Future Retail Initiative• Vorstellung der Teilprojekte
Empf. Zeitfenster	30 – 45 Minuten

Die Vortragshistorie kann abgerufen werden unter: <https://www.frank-rehme.de/speaker/>

Buchungsanfragen

Katharina Hohenhoff
gmvteam GmbH

Rather Kirchplatz 11
D-40472 Düsseldorf

T. +49 211 59895886
katharina.hohenhoff@gmvteam.de