Vortrags-Portfolio

Frank Rehme

Innovator Entrepreneur Inkubator



Mehr als 40 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 Jahr 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.

Stiftung Kultur für Kinder
Wir machen Kinder stark

1. RETAIL-SPEZIFISCHE VORTRÄGE:

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?

Empfohlenes Zeitfenster
Mindestens 35, besser 45 Minuten, sehr gut als Keynote geeignet

10 todsichere Rezepte für den stationären Handel, um sich hocheffizient selbst überflüssig zu machen

Beschreibung
Diese Präsentation bedient sich der sogenannten Kopfstand-Methode: Man beschreibt etwas, das man falsch machen muss, um schließlich das Gegenteil zu lernen. Die Stimmung des Auditoriums ist deutlich positiv, da alle Beispiele mit einem Augenzwinkern kommuniziert werden. Es werden dadurch Erfolgsrezepte kommuniziert, die anhand von Positivbeispielen dargestellt werden.

Dieser Vortrag eignet sich besonders als Auflockerung in einem ansonsten eher trockenen Themenumfeld.

Inhalte
- Wie vermeide ich ein zielgruppenzentriertes Sortiment?
- Wie vermeide ich, die Sinne der Menschen anzusprechen?
- Wie schaffe ich möglichst wenig Erlebnis am PoS?
- Was muss ich tun, um in der Digitalisierung zu versagen?
- KI bedeutet für mich „Kein Interesse“
- Wie sorge ich dafür, dass ich digital möglichst unsichtbar bin?

Empfohlenes Zeitfenster
25 Minuten

Neuropackaging 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.

Das Publikum bekommt einen tiefen Einblick in Entscheidungsprozesse beim Einkauf und erlebt im Vortrag, wie das eigene Unterbewusstsein in Entscheidungen 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?

Empfohlenes Zeitfenster
Mindestens 35, besser 45 Minuten, sehr gut als Keynote geeignet

2. VORTRÄGE ZUM THEMA INNOVATION:

Angriffslust 2030: 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
- 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

Empfohlenes Zeitfenster
45-60 Minuten, sehr gut als Keynote oder Opener für Firmenevents geeignet. Sehr engagiert und motivierend vorgetragen, ohne dass ein „Chakka“-Modus eintritt.

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. Aufgrund des hohen Erfahrungsanteils sehr gut für eine Praxis-Session geeignet, begleitet auch von entsprechend intensiven Fragen danach.

Inhalte
- Der ehrliche Blick auf den Unterschied zwischen 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?

Empfohlenes Zeitfenster
45 Minuten, durch den hohen Impulsfaktor folgt meistens ein großer Diskussionsraum

Digitalisierung zwischen Buzzword-Bingo und realer Welt

Beschreibung
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. 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.

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.

Inhalte
- 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

Empfohlenes Zeitfenster
45 Minuten

Aufbruch in die Zukunft: Wir brauchen mehr Mutausbrüche!

Beschreibung
Wir müssen lernen, das Zukunft nichts ist, das auf uns zugerast kommt, sondern das Ergebnis unseres täglichen Handelns. Es wird ein äußerst positiver Spirit vermittelt, der aufzeigt, wie man unternehmerisches Handeln auf eine erfolgreiche Zukunftsgestaltung ausrichtet. Sehr unterhaltsam wird anhand von Praxisbeispielen gezeigt, wie man auf Trends reagiert und seinen Weg findet. Anhand einer Methode (6-6-6) wird aufgezeigt, wie man Ziele festlegt und die Umsetzung gestaltet.

Der Vortrag eignet sich aufgrund seiner Interaktivität und des großen Unterhaltungswertes für eine Keynote, um positiv in eine Tagung zu starten.

Inhalte
- Wie gehen wir mit den Krisen um, was bewirkt das bei uns?
- Was bedeutet Zukunft?
- Was passiert, wenn nichts passiert?
- Wie kommt man ins Machen?
- Beispiele von erfolgreichen Mutausbrüchen

Empfohlenes Zeitfenster
30 Minuten

3. VORTRÄGE ZUM THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

KI in 30 Minuten

Beschreibung
Künstliche Intelligenz ist gerade für den Mittelstand oft ein Buch mit sieben Siegeln. Dabei hat die Nutzung von Künstlicher Intelligenz das Potenzial, viele Herausforderungen im mittelständischen Handel effizient zu lösen – von der Automatisierung wiederkehrender Aufgaben bis hin zur Verbesserung des Kundenservices. Für viele Unternehmen wirkt die Implementierung von KI jedoch abschreckend: Man denkt an hohe Kosten, komplexe Technologien und lange Einführungszeiten. Doch es geht auch anders! Der Vortrag zeigt, wie KI bereits innerhalb von 30 Minuten einsatzfähig gemacht werden kann, um unmittelbar Mehrwert zu schaffen – ohne große technische Vorkenntnisse oder riesige Budgets.

Der Vortrag wird vermitteln, dass der Einsatz von KI nicht kompliziert und teuer sein muss. Vielmehr kann eine einfache und kosteneffiziente Lösung in kurzer Zeit einen großen Unterschied machen – gerade für kleine und mittelständische Unternehmen im Handel.

Inhalte
- Keine Angst vor Künstlicher Intelligenz
- Existierende Lösungen aussuchen und bewerten
- Problemstellung: Administrative Prozesse verschlanken
- Konfigurierung einer Lösung live im Vortrag

Empfohlenes Zeitfenster
40 Minuten

Praxisbericht KI im Mittelstand: Anwendungsbeispiele in KMUs

Beschreibung
Die Abkürzung KI steht für viele erst mal für „Kein Interesse“. Der Vortrag soll dafür sorgen, dass KI zukünftig für „Kann Ich“ steht. Dieser Vortrag zeigt praxisnahe Beispiele, wie inhabergeführte Unternehmen KI erfolgreich eingesetzt haben, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und ihren Kundensupport zu verbessern.

Das Ziel ist es, den Teilnehmern zu verdeutlichen, dass Künstliche Intelligenz kein unerreichbares Technologiephänomen ist, sondern auch im kleinen Maßstab signifikante Vorteile bringen kann.

Inhalte
- Warum soll man KI einsetzen?
- Wie geht man typischerweise in einem KI-Projekt vor?
- Vorgehen bei der Auswahl von Lösungen
- 3 Praxisbeispiele von erfolgreichen Umsetzungen, die auf viele KMUs adaptierbar sind
- Was hat es gebracht? Zahlen und Fakten

Empfohlenes Zeitfenster
30 Minuten