

Wie ich wurde, was ich bin: Prof. Dr. Karsten Kilian

## Marken wie Menschen werden durch Fokussierung erfolgreich

27.10.14 | Redakteur: Natalie Weirich



„Wie ich wurde, was ich bin.“ Diesmal beschreibt Dr. Karsten Kilian, Professor an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt, seinen Werdegang. (Bildquelle: Prof. Dr. Karsten Kilian)

**Die B2B-Branche ist ein spannendes Feld. Und zwar nicht nur aufgrund ihres hohen Innovationsgrades oder der starken internationalen Ausrichtung. Ihr Motor sind die Menschen aus Industrie und Kreativwirtschaft.**

Genau diese Persönlichkeiten stehen im Mittelpunkt der Rubrik „Wie ich wurde, was ich bin.“ Diesmal hat Prof.

Dr. Karsten Kilian unseren Fragebogen ausgefüllt. Lesen Sie, warum es wichtig ist, sich auf ein relevantes Thema zu konzentrieren und ein umfassendes Netzwerk mit interessanten Kontakten aufzubauen und zu pflegen.

### Wer bin ich?

Meine Name ist Dr. Karsten Kilian (42). Ich bin Professor an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt und leite dort den neuen Masterstudiengang Marken- und Medienmanagement. Daneben berate ich mittelständische Unternehmen in Markenfragen und moderiere die Markenkonzferenz B2B. Mit Markenlexikon.com habe ich das größte Markenportal Deutschlands aufgebaut. Manche nennen mich deshalb auch Mr. Markenlexikon.

### Was waren die Grundlage und die Erfolgsfaktoren meiner Karriere? Was war entscheidend für meinen Karriereerfolg? Welche Umwege gab es?

Mein Faible für Marken hat sich schon in frühester Jugend gezeigt. Rama, Nutella und Schwartau waren Marken, die mir nicht nur gut schmeckten, sondern bei denen ich auch wissen wollte, wie sie zu ihrem Namen gekommen waren. Daraus entstand 2003 Markenlexikon.com, das heute neben Entstehungsgeschichten bekannter Markennamen wie Audi, Kuka und Ytong Markenwissen von A bis Z bereithält.

Zunächst aber studierte ich Betriebswirtschaftslehre und Englisch und arbeitete danach zwei Jahre beim Pricingspezialisten Simon-Kucher & Partners, wo ich mit Prof. Dr. Hermann Simon zusammenarbeiten durfte. Von ihm habe ich viel über die Vorteile einer klaren fachlichen Fokussierung gelernt. Generalistenwissen als Basis ist gut, entscheidend aber ist es, in einem Themengebiet führend zu sein. Denn bei schwierigen Fragestellungen wird immer der Spezialist dem Generalisten vorgezogen. Das ist bei Beratern nicht anders als bei Ärzten oder Ingenieuren.

Pricing fand ich interessant, Branding aber einfach noch einen Tick spannender. Glücklicherweise konnte ich bei Simon-Kucher an mehreren Projekten mitarbeiten, bei denen Markenfragen eine große Rolle spielten. Meine spätere Frau arbeitete zur gleichen Zeit bei Benckiser (heute Reckitt Benckiser), wo sie mehrere tausend Marken weltweit rechtlich absicherte – und mir immer wieder von aktuellen Markengeschehnissen berichtete. Als ich dann 2002 einen Beitrag über Markenpersönlichkeit las, fügten sich plötzlich alle Puzzleteile zusammen und mir wurde klar: Marken werden mein Promotionsthema – und das Themengebiet, in dem ich zu Europas führenden Experten gehören möchte.

## ERGÄNZENDES ZUM THEMA

► Kurzvita von Prof. Dr. Karsten Kilian:

**1993-1999: Universität Mannheim**

Betriebswirtschaftslehre mit interkultureller Qualifikation (BWL iQ)

**1996-1997: University of Florida**

Marketing im 2. Jahr des MBA-Programms

**1999-2000: Simon-Kucher & Partners**

Consultant in den Bereichen Pricing und Marke

**2001-2002: WissensWerk**

Leiter Marketing und Beratung

**2003-2011: Universität St. Gallen**

Berufsbegleitende Promotion bei Prof. Dr. Tomczak

**2003-heute: Markenstrategische Beratung**

Freiberuflicher Dozent, Keynote-Speaker, Moderator und Markenberater

**2003-heute: Markenlexikon.com**

Aufbau und Pflege von Europas größtem Markenportal

**2012-heute: Hochschule Würzburg-Schweinfurt**

### **Welche Momente haben meinen Karriereweg besonders beeinflusst?**

Es waren stets Begegnungen mit interessanten Personen, die mich stark beeinflusst haben. Besonders spannend finde ich bis heute eher zwanglose Unterhaltungen und Diskussionen mit anderen Markenexperten, bei denen gute Ideen häufig en passant entstehen. Ein großes Netzwerk und persönliche Kontakte sind deshalb sehr wichtig für mich. Wer auf Menschen zugeht, sich auf sie einlässt, der bekommt auch fast immer etwas zurück. Zudem macht es Spaß, anderen zu helfen, nützlich zu sein. Dieses gute Gefühl beflügelt mich, auch und gerade an langen Arbeitstagen. Entscheidend aber ist, neben Zufall oder Glück, dass man für ein Thema wirklich brennt! Wissbegierde setzt so viel Energie frei, dass man bis an seine Grenzen geht – und dabei noch Spaß hat. Schließlich gilt es, sich und dem eigenen Lieblingsthema treu zu bleiben. Wer seine Energie fokussiert, sorgt für beeindruckende Leuchtkraft, wie starke Marken!

### **Was wünsche ich mir für meine berufliche Zukunft?**

Ich wünsche mir, dass es in zehn Jahren heißt: Die besten Markenexperten Deutschlands kommen aus Würzburg. Sie haben bei Prof. Dr. Karsten Kilian an der Hochschule Würzburg-Schweinfurt im Masterstudiengang Marken- und Medienmanagement studiert und sind dann beruflich durchgestartet. Für Markenlexikon.com wünsche ich mir, dass mein Markenportal auch weiterhin so viel positive Resonanz hervorruft wie in den ersten zehn Jahren. Und für das Thema B2B-Marke wünsche ich mir, dass endlich mehr B2B-Unternehmer begreifen, dass gute Produkte alleine nicht mehr ausreichend sind. Man muss den Kunden gegenüber den eigenen Mehrwert auch vermitteln können – und das weltweit. Dazu kann die Marke einen wesentlichen Beitrag leisten. Sie ist die fokussierte Kraft eines Unternehmens, die die Spitzenleistungen für Kunden begreifbar und begehrenswert macht - auch und gerade im vermeintlich so rationalen B2B-Umfeld. Davon möchte ich in den nächsten zehn Jahren möglichst alle deutschen Hidden Champions überzeugen.

\* Wenn Sie Herrn Prof. Dr. Kilian persönlich treffen möchten, haben Sie am 18. November in Würzburg die Gelegenheit dazu. Als Moderator der 9. Markenkongress B2B wird er den gesamten Tag vor Ort sein.

\*\* Am 17. und 19. November können Sie zudem die Themen „Erfolgsgeheimnisse werthaltiger B2B-Marken“ und „Erfolgsgeheimnisse der internen Markenverankerung“

vertiefen. Im Rahmen der marconomy Akademie bietet Prof. Dr. Killian an diesen zwei Tagen Vertiefungsseminare zur Markenkonzferenz B2B an.

\*\*\* Vorschläge für die Rubrik „Wie ich wurde, was ich bin“ nimmt die Redaktion gerne per E-Mail entgegen. Wir behalten uns allerdings vor, über eine Veröffentlichung selbst zu entscheiden.

Copyright © 2014 - Vogel Business Media

Dieser Beitrag ist urheberrechtlich geschützt.  
Sie wollen ihn für Ihre Zwecke verwenden?  
Infos finden Sie unter [www.mycontentfactory.de](http://www.mycontentfactory.de).

Dieses PDF wurde Ihnen bereitgestellt von <http://www.marconomy.de>



(Bildquelle: Prof. Dr. Karsten Kilian)