



**Bellone
FRANCHISE CONSULTING GmbH**

Poststrasse 24/ Pf 1355
CH-6300 Zug
Tel. 0041 41 712 22 11
Fax 0041 41 712 22 10

Mobil 0049 177 503 63 68
<tm@bellone-franchise.com>
<www.bellone-franchise.com>



Thomas Matla,
Brand Consultant

Aufgabengebiete:

Die Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH bietet Beratungen, Coachings und Workshops rund um das Thema Franchising – von der Trend-Analyse, über die Markenpositionierung, bis zur Implementierung von Franchisesystemen im Markt.

Aufbau von Franchise- und Lizenzsystemen inklusive der Kreation von Handbüchern, Ausbildungs- und Schulungsmodulen, Kalkulationen und anderen Elementen für den Know-how-Transfer an Kooperationspartner. Ermittlung von Markteinflüssen und Trends zur erfolgreichen Angebotsmarkierung (Markenaufbau und -profilierung).

Thomas Matla ist als Berater, Coach und Trainer auf den Markensupport für Franchise-Unternehmen spezialisiert. Seine Schwerpunkte sind die nachhaltige Markenpositionierung, der schnelle und erfolgreiche Markenaufbau, die gezielte Markenoptimierung sowie die partielle oder totale Markenreparatur.

Markenunterstützung kann in allen Phasen eines Franchise-System-Lebenszyklus erfolgen, am effektivsten natürlich zu Beginn, in der System-Konzeptionsphase.



Thomas Matla/ Profil:

Studium

Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Hochschule der Künste Berlin. 1986 Abschluss Diplom-Kommunikationswirt. Diplomthema „Regionale Informationsvermittlung“.

Berufliche Tätigkeiten

Thomas Matla startete nach seinem Studium 1986 mit einem klassischen Marketing-Traineeprogramm in der Werbeagentur McCann-Erickson, Frankfurt am Main. Als Berater betreute er dort den Kunden Coca-Cola GmbH, Essen. Nach einem Wechsel zur Düsseldorfer Niederlassung von McCann-Erickson war er als International Coordinator für den Kunden Bayer AG, Leverkusen (Aspirin - Europa und Südamerika) tätig.

Es folgten weitere Anstellungen in den internationalen Werbeagenturen Leo Burnett, Saatchi & Saatchi, Scholz & Friends sowie Dorland/Grey. Hier durchlief er Positionen vom Account Manager, über den Strategic Planner, bis zum Management Supervisor für Kunden, wie die ICI und Dr. Mann Pharma, Gervais Danone und Molkerei Müller, Hewlett Packard und E-Plus Service, ABC-Bank und Köpenicker Bank, DTI und MIG sowie Jacobs Suchard und die Esso AG.

Mit seinen umfangreichen Praxiserfahrungen und durch die besondere Affinität zur regionalen, nationalen, wie internationalen Markenbildung und Markenführung machte sich Thomas Matla 1996 als Markenberater selbstständig.

So konnte er erfolgreich für die Messe Berlin, die japanischen Unternehmen Amourou Sankyo, Aichiken, die Charmant Group, Karlsfeld sowie Konica Europe, Hohenbrunn tätig werden, als auch aus dem Bereich Kultur für das Haus der Kulturen der Welt, Berlin und die Asisi Visual Culture GmbH, Berlin/Dresden/Leipzig.

Thomas Matla ist seit Januar 2009 für die Bellone Franchise CONSULTING GmbH aktiv. Hier bietet er Beratung/ Coaching, Konzeption/ Strategie und Seminare/ Workshops für Unternehmenswachstum und Change-Prozesse. Seit 2009 unterstützt er die Franchise-Branche auch kostenlos im www.franchise-portal.de, im Rahmen der „Live-Chat Experten-Foren“. Er ist als Referent für den Schweizer Franchise Verband tätig.



Publikationen/ Zeitschriften/ Newsletter (Auswahl):

Slow Food Magazin (D):

01-2007 – „Wenn Schweinefleisch zu „Bärchen-Streich“ wird“

01-2008 – „Trend/ Regionale Lebensmittel“

03-2008 – „Verkaufsschlager Wohlbefinden“

01-2009 – „Vision/ Schöne neue Lebensmittel-Welt?“

Marketing & Kommunikation (CH):

09-2008: (Co-Autor) „Eine neue Franchise-Kultur entsteht!“

09-2009: „Ganzheitliche Markenstärke – inspiriert durch Aikido-Meister“

11-2010: „Berührendes Franchising durch Multisensory Brand Enhancement“

Franchise.Mag (D):

03-2009: „McDonald`s und Co.“

2010: „Kulturfranchising“

DFI Newsletter „Franchiseblick“ (D):

05-2009: „Markendenken im Franchising – Warum Wissen wichtiger wird, als die Höhe des Budgets“

09-2009: „Markenprägung im Franchising – Vom Franchisegeber zum Markensystem“

P.O.S.kompakt (D):

10-2010: „Sinnliches Franchising durch Multisensory Brand Enhancement“

Publikationen/ Bücher:

„Handbuch der Physiotherapie“, Raabe Verlag, 2008

Kapitel A.3.1. – „Marke Physiotherapie“

Kapitel A.3.2. – „Werbekonzeption –

Von der Strategie bis zur Umsetzung“

„Jahrbuch Franchising 2009“: (Veronika Bellone & Thomas Matla)

Kapitel „Brand Management im Franchising“, Seiten 67 – 77

„Praxisbuch Franchising Konzeptaufbau und Markenführung“: (Veronika Bellone & Thomas Matla),
mi-wirtschaftsbuch, 10/2010, ISDN 978-3-86880-119-4



Seminare/ Workshops

- Arbeitsgemeinschaft der Grundbesitzerverbände, Köln: „Vom Produzenten zum Verkäufer“, 02/2008
- IPC Conference, Dresden, 09/2008: „ ENTERPRISE AND BRAND IDENTITIES“
- OSEC, Zürich: 06/2009 „Erfolgreich in Osteuropa dank Lizenz- oder Franchise-Konzept? Mit System zum Erfolg – Innovative Rezepte für Wachstumsstrategien“
- DFI Deutsches Franchise Institut, Berlin: 06/2009 „Brain Franchising – Marken denken, gestalten und kapitalisieren“
- EMEX, Zürich: 08/2009 „Branding und Distribution – zwei Pole, die sich anziehen oder abstoßen?“ (Co-Partner von Frau Prof. Bellone)
- Schweizer Franchise Verband, Zürich: 11-12/2009 „In wenigen Schritten zum eignen Franchisesystem“
- Schweizer Franchise Verband, Biel: 12/2009 „Graue Maus oder Celebrity“ – Wie Marken Franchisesysteme erfolgreich profilieren
- Schweizer Franchise Verband, Zürich: 11/2010 „In wenigen Schritten zum eignen Franchisesystem“