



## Zwischenzeugnis

Herr Dominik Stolte, geboren am 01.01.1984 in Bottrop, ist seit dem 01.01.2012 als Brand Consultant in unserem Unternehmen beschäftigt.

KNSK brand lab GmbH ist ein Beratungsunternehmen für strategische Markenführung am Standort Zeche Zollverein in Essen. Mit einem interdisziplinären Team berät das KNSK brand lab Kunden aus den verschiedensten Branchen in allen markenstrategischen Fragestellungen rund um die Entwicklung, Implementierung und Führung von Marken und Markenportfolios. Als Teil von KNSKB+ arbeitet KNSK brand lab mit starken Partnern für Kreation und Content zusammen: KNSK und BISSINGER[+].

An den beiden Standorten in Hamburg und Essen arbeiten zusammen 175 Mitarbeiter für KNSKB+. Zu den Kunden zählen u. a. die Autostadt, Borussia Dortmund, BSH Hausgeräte, Evonik, Körber, die RAG Stiftung, der Freistaat Thüringen, TOTAL, der Verband der Chemischen Industrie (VCI) und das ZDF.

Im Rahmen seiner Anstellung ist Herr Stolte in diverse Projekte für verschiedene Kunden eingebunden. Zu den zentralen Aufgaben von Herrn Stolte zählen unter anderem folgende Tätigkeiten:

- Entwicklung von Markenidentitäten auf Basis der identitätsbasierten Markenführung
- Entwicklung von strategischen Grundlagenelementen für Marken (Markenkern, Kernkompetenzen, Werte, Vision, Mission)
- Entwicklung von Markenführungsinstrumenten (zum Beispiel Toolboxes, ScoreCards, Verfahrensanweisungen)
- Entwicklung von Markenportfoliostrategien zur Sortimentsoptimierung
- Entwicklung von Strategien zur Markenintegration
- Entwicklung markenstrategischer Grundlagen für den Markenauftritt (Corporate Design)
- Konzeption, Durchführung und Nachbereitung von Workshops
- Markenstrategie-Ad-hoc Support bei tagesaktuellen, markenstrategischen Fragestellungen
- Entwicklung von Kommunikationsstrategien auf Basis von Workshops mit den Markenverantwortlichen
- Konzeption von Kommunikationskampagnen in Abstimmung mit dem Kunden
- Durchführung von Kundenterminen mit entsprechender Vor- und Nachbereitung
- Ergebnispräsentationen vor dem Kunden
- Standortübergreifendes Projektmanagement

Wir schätzen Herrn Stolte als außerordentlich engagierten Mitarbeiter, der stets ein sehr hohes Maß an Eigeninitiative und Leistungsbereitschaft zeigt. Er ist sehr motiviert und setzt sich immer umfassend und mit größtem Elan für seine Aufgaben ein. Herr Stolte verfügt über ein sehr gutes analytisch-

# Dominik Stolte

Wilhelm- Busch- Str. 29 ■ 41541 Dormagen ■ 0176 30707474 ■ dl.stolte@yahoo.com



konzeptionelles und zugleich pragmatisches Urteils- und Denkvermögen und wendet seine sehr guten Fachkenntnisse laufend mit großem Erfolg in dem ihn übertragenen Projekten an. Dabei überzeugt er mit seiner stets eigenverantwortlichen und strukturierten Arbeitsweise sowie den sehr guten Arbeitsergebnissen. Die ihm übertragenen Aufgaben führt er äußerst effizient, sorgfältig und selbstständig aus. Seine Leistungen finden stets unsere vollste Zufriedenheit.

Herr Stolte wird wegen seines freundlichen und ausgeglichenen Wesens allseits sehr geschätzt. Er ist jederzeit hilfsbereit, zuvorkommend und stellt, falls erforderlich, auch persönliche Interessen zurück. Sein Verhalten gegenüber Vorgesetzten, Kollegen und Kunden ist ausnahmslos vorbildlich.

Herr Stolte erhält dieses Zwischenzeugnis aufgrund eines Vorgesetztenwechsels. Wir bedanken uns für seine bisherigen ausgezeichneten Leistungen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

Essen, den 21.12.2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Tom Rohde". The signature is fluid and cursive, written over a horizontal line.

Dr. Tom Rohde  
Managing Brand Consultant

# ZEUGNIS

Degree Certificate

**Dominik Ladzinski-Stolte**

geboren am 1. Januar 1984 in Bottrop (Deutschland)  
*born 1 January 1984 in Bottrop (Germany)*

hat die Master-Prüfung im Studiengang *has successfully completed the study programme in*

**Corporate Communication**

erfolgreich absolviert.

Erbrachte Studienleistungen <i>Academic Achievements</i>	Credits	Note Grade
Durchschnitt aller Module <i>Average Grade of all Modules</i>		2,2 (gut)
Master-Thesis <i>Master Thesis</i>	20	2,0 (gut)
Kolloquium <i>Colloquium</i>	5	2,0 (gut)

Titel der Master-Thesis *Title of the Master Thesis*

**Die Bedeutung direkter Determinanten für die Ausgestaltung von Brand Values**

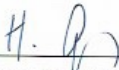
Gutachter *Supervisor* Professor Dr. Peter M. Runia

Zweitgutachter *Second Supervisor* Dipl.-Betriebsw. (FH) Frank Wahl

Gesamtnote\* *Final Grade\**

**2,1 (gut)**

Essen, 11. Oktober 2017



Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses  
*Chairman of the Board of Examiners*  
Professorin Dr. Hildegard Gahlen



Credit Points des gesamten Studiengangs: 120 ECTS

\* Die Gesamtnote der Master-Prüfung ergibt sich mit einem Gewicht von 0,75 aus dem gewichteten Durchschnitt der Noten der Modulabschlussnoten und mit einem Gewicht von 0,25 aus der Gesamtnote der Master- Thesis und des Kolloquiums. Die Gewichtungen der einzelnen Module ergeben sich aus ihren Creditanteilen. Die Gesamtnote von Master-Thesis und Kolloquium wird zu 0,75 aus der Note der Master-Thesis und zu 0,25 aus der Note des Kolloquiums gebildet.

Total number of credit points for the master degree course: 120 ECTS

\* The total grade for the master examination is the weighted average of the final module grades (75%) and the master thesis / defence grades (25%). The master thesis grade consist of the grade for the thesis (75%) and for the defence (25%).



Im Studiengang wurden folgende Module absolviert: *The study programme covers the following modules:*

Module / Modules	Credits	Note / Grade
Entscheidungsorientiertes Management <i>Decision-Oriented Management</i>	8	3,3 (befriedigend)
Kommunikationsinstrumente <i>Communication Instruments</i>	8	2,1 (gut)
Werbe- & Medienpsychologie <i>Advertising &amp; Media Psychology</i>	6	1,6 (gut)
Schlüsselkompetenzen <i>Key Competencies</i>	6	2,8 (befriedigend)
IT-Management <i>IT Management</i>	5	3,2 (befriedigend)
Wissenschaftliche Methodik <i>Scientific Methodology</i>	5	3,4 (befriedigend)
Kommunikationsplanung & -controlling <i>Communications Planning &amp; Controlling</i>	5	1,8 (gut)
International Brand & Campaign Management	5	1,6 (gut)
Markt- & Wettbewerbsforschung <i>Market &amp; Competition Research</i>	5	1,7 (gut)
Customer Contact Management	6	1,5 (sehr gut)
Werbe- & Kommunikationskampagnen <i>Advertising &amp; Communication Campaigns</i>	6	1,0 (sehr gut)
Relevant Professional Experience / Internship	Credits	Note / Grade
Transfer Assessment	30	bestanden

\* Anerkannte Hochschulleistung. *Accredited university performance*  
 \*\* Anerkannte Hochschulleistung aus dem ERASMUS+ Auslandsstudium.  
 Accredited university performance of the ERASMUS+ study abroad programme.  
 \*\*\* Anerkannte Leistung aus der beruflichen Fortbildung, ohne Berücksichtigung bei der Berechnung der Gesamtnote.  
 Accredited vocational performance; not considered for calculation of the final grade.  
 \*\*\*\* Zusätzlich erbrachtes Modul, ohne Berücksichtigung bei der Berechnung der Gesamtnote.  
 Additional module; not considered for calculation of the final grade.  
 \*\*\*\*\* Klassen auf Grund Einstufungsprüfung. Passed due to classification test.

Bewertungsschema – Grading Scheme  
 bestanden = passed  
 "sehr gut" (1) = "very good"  
 "gut" (2) = "good"  
 "befriedigend" (3) = "satisfactory"  
 "ausreichend" (4) = "sufficient"  
 The minimum passing grade is "ausreichend" (4) = "sufficient"

## Degree certificate <sup>1</sup>

The Board of Examiners charged with the final examinations of the Bachelor programme

### Communicatie Communication

declares that

***Dominik Ladzinski***

born 1 January 1984

in Bottrop

passed the final examination today successfully.

The examinations, covering the subjects listed overleaf, were held in accordance with the legal regulations for Higher Education in The Netherlands.

The holder of this certificate is a registered student at HAN University of Applied Sciences with student number 456430.

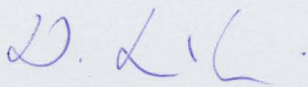
The most recent date of accreditation of the programme is 2 June 2008.

The Board of Examiners awards, on behalf of the Board of HAN University of Applied Sciences, the graduate the degree

### Bachelor of Communication

Arnhem, 27 June 2012

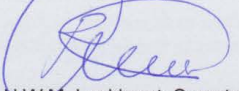
The Graduate,



Board of Examiners,



M.R. Timmermans, Chairman



H.W.M. Lankhorst, Secretary

Holder of this certificate is entitled to

- Either express the degree after his or her name, abbreviated to B or B of Communication
- Or use the title baccalaureus, abbreviated to bc. in front of his or her name.

<sup>1</sup> This certificate is an English translation of the original Dutch "getuigschrift".

## 4.3. Program details

Subjects main phase	ECTS <sup>1</sup>	Grades
Business and Communication - English	3.75	8
Business Communication - Dutch	3.75	7
Communication and Culture - Dutch	3.75	7
Communication and Culture - English	3.75	6
Graduation Assignment	30.00	7
Integrated Communication	15.00	8
Marketing Communication	15.00	8
Marketing Research	15.00	7
Personal Online Branding	15.00	6
Placement Abroad	30.00	6
Project Internet	7.50	7
Public Relations and Public Affairs	7.50	8
Business Performance Management	7.50	7
Business to Business and Service Marketing	7.50	8
E-Marketing and E-Commerce	7.50	8
International Law	7.50	7

## 4.4. Grading scheme

The Dutch grading system has been the same for several decades: the scale is from 1 (very poor) to 10 (outstanding). The lowest passing grade is 6; 9's are seldom given and 10's are extremely rare and grades 1 – 3 are hardly ever used. In some cases no grade is given, but only a pass

## 4.5. Overall classification of the qualification obtained

successfully

<sup>1</sup> In the ECTS-system 60 credits represent the student workload of a full academic year, with 1 ECTS representing a student workload of 25 – 30 hrs. A Bachelor degree in Dutch Higher Professional Education requires 240 credits.