ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2013

Marketing: Zu wissen, wie es ginge, ist zu wenig.

Freitag, 18. Oktober 2013, Design Center Linz
Beginn 08.30 Uhr

30. ÖSTERREICHISCHES
MARKETING
FORUM LINZ
2013

FORUM

Marketing: Zu wissen, wie es ginge, ist zu wenig.

Zum 30-jährigen Jubiläum hat sich das Österreichische Marketing Forum Linz zum Ziel gesetzt, die Bedeutung der Marke in den Mittelpunkt zu rücken und dabei einige zentrale Fragen zu stellen: Was müssen Marken heute bieten, um zu überzeugen? Wie schafft man einzigartige Kundenwerte? Wie werden erfolgreiche Produkte für die Zukunft entwickelt und produziert? Laufen Unternehmen Gefahr, an ihren Kunden vorbei zu produzieren? Wie verändert sich die Gesellschaft – vor allem durch den Einfluss der digitalen Medien – und welche entscheidende Rolle spielt diese Entwicklung für unsere Wirtschaft?

Am 18. Oktober haben Sie Gelegenheit, sechs hochkarätige Referenten zu diesen Themen zu hören. Sie werden aufzeigen, was Marken heute bieten müssen, um dem Kosten- und Wettbewerbsdruck standhalten zu können, und welche Erfolgsgeschichten möglich sind, wenn Marketing richtig betrieben wird.

Dieser spannende Kongresstag wird uns allen neue Impulse und Einsichten bringen, und ich bin sicher, dass Sie vieles davon für Ihre eigene Tätigkeit mit nach Hause nehmen können.

Ich freue mich darauf, Sie am 18. Oktober begrüßen zu dürfen!

Mag. Sabine Schgör
Präsidentin des Marketing Club Linz

30. ÖSTERREICHISCHES
MARKETING FORUM LINZ
2013

DAS PROGRAMM

ORF

RADIO OÖ

MEIN LAND. MEIN RADIO.

RAINHARD FENDRICH

Karten gewinnen mit Radio Oberösterreich!*

03.12. LINZ BRUCKNERHAUS

*Gewinnkarte am Marketingforum beim Radio OÖ-Point abgeben. Der Gewinner wird telefonisch verständigt. Keine Barablöse des Preises möglich!

8.30

Begrüßung
Mag. Sabine Schgör, Präsidentin des Marketing Club Linz

Einführung
in die Veranstaltung und anschließende Moderation
Gerald Groß, Mediencoach

9.00 - 10.00

Marke: Sich selbst treu bleiben in Zeiten des Wandels

Noch nie haben sich unsere Technik, unsere Werte und die gesamte Gesellschaft so rasch und nachhaltig verändert wie in den vergangenen Jahrzehnten. **Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch** widmet sich in seinem Vortrag dem Thema, was der anhaltende rasante Wandel für den Begriff der Marke bedeutet. Dabei werden verschiedene Aspekte der Marke unter die Lupe genommen – ausgehend von Denkanstößen wie: Was kann ich von Gandhi lernen? Warum führen komplizierte Fragestellungen oft in die Irre? Sende ich die richtigen Signale? Kann man sich selbst treu bleiben, ohne zu seinen Gefühlen zu stehen?

10.00 - 10.30

Nescafé Dolce Gusto – Coffee Beyond Convention

Anhand der Erfolgsgeschichte von Nescafé Dolce Gusto in Europa beschreibt **Mag. Christian Wurzberger** in seinem Vortrag, wie und warum sich das Konsumverhalten bei Kaffee in den letzten Jahren radikal geändert hat. Nach dem Start mit einem völlig neuen Produkt-Konzept entwickelte sich Nescafé Dolce Gusto innerhalb von nur zehn Jahren zu einer $1 Billion Brand. Welche Erfolgsrezepte und Mechanismen stecken dahinter? Was ist notwendig, um in einem dynamischen und sich rasch verändernden Marktumfeld erfolgreich zu sein?

10.30 **Kaffeepause**

30. ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2013

DAS PROGRAMM

11.00 - 12.00

Einfach intuitiv – intuitiv einfach. Wie sich eine gute Usability auf die Wahrnehmung der Marke auswirkt.

Gutes Design schafft eine perfekte Symbiose aus technologischer Machbarkeit, formaler Ästhetik und guter Nutzbarkeit. Nicht erst seit Apple sind diese Faktoren zu einem wettbewerbsdifferenzierenden und markenprägenden Aspekt geworden. Wie aber gestaltet man intuitiv zu benutzende Produkte, macht Webseiten benutzungsfreundlich und Betriebssysteme natürlich handhabbar? Und wie verändern sich die Wahrnehmung und Erwartungshaltung der Konsumenten durch diese intuitiv zu bedienenden Systeme? Der Vortrag von **Prof. Wolfgang Henseler** zeigt, wie wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Nutzerforschung umgesetzt werden können, welches die grundlegenden Prinzipien für intuitives Design sind und wie sich intuitives Design auf die Markenwahrnehmung auswirkt.

12.00 - 12.30

Das DiTech Multi Channel Vertriebssystem

Das Multi Channel Vertriebssystem als Kern des DiTech Konzepts präsentiert **Mag. Aleksandra Izdebska** in ihrem Vortrag. Dabei handelt es sich um eine nahtlose Verzahnung von Off- und Onlinehandel. So werden Produkte und Beratung sowohl in den 21 DiTech-Fachmärkten und -Shops angeboten als auch im Onlineshop auf www.ditech.at. Derart hat der Kunde die Möglichkeit, jeden Schritt im Informations-, Beratungs- und Kaufvorgang entweder online oder offline zu machen. Er kann sich zum Beispiel online über Produkte informieren, diese gleich reservieren und sich dann in einem DiTech-Fachmarkt oder -Shop noch einmal persönlich beraten lassen. Anschließend kann er die Produkte gleich erwerben oder nach Hause gehen und sie später online bestellen. Die Waren werden dann in ganz Österreich innerhalb von 24 Stunden zugestellt – in Wien sogar innerhalb weniger Stunden.

12.30 **Mittagspause**

DAS PROGRAMM

13.45 - 14.30

Geschüttelt, nicht gerührt! James Bond im Visier der Physik

Kann man ein abstürzendes Flugzeug im freien Fall einholen? Wie funktioniert die Magnetuhr aus dem Film „Leben und sterben lassen“, und wieso trinkt James Bond eigentlich seinen Wodka Martini geschüttelt und nicht gerührt? All dies wird **Prof. Metin Tolan** in seinem Vortrag erläutern und mit den Methoden der Physik aufklären.

14.30 - 15.30

Neuroökonomie: Gehirnforschung zum Bewerten, Entscheiden und Handeln

Es sagt sich leicht, dass in einem rohstoff- und flächenarmen Land wie unserem die einzige nachhaltige wirtschaftliche Ressource aus den Gehirnen der nachwachsenden Generation besteht. Es ist hingegen schwer, die sich hieraus ergebenden Konsequenzen ernst zu nehmen. Nur wenn wir dies tun, so lautet die These von **Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer**, haben wir langfristig im internationalen Wettbewerb eine Chance. Der Begriff der Neuroökonomie bezeichnet nicht nur die Versuche, dem Kunden bei seiner Kaufentscheidung mit den Methoden der modernen Gehirnforschung auf die Schliche zu kommen. Vielmehr geht es um eine ganze Reihe von Berührungspunkten zwischen Neurobiologie und Ökonomie: Man kann tatsächlich wirtschaftliche Verhaltensweisen von Menschen besser verstehen, wenn man diese Menschen nicht als Vertreter der (nicht existierenden) idealisierten Gattung „homo oeconomicus“ betrachtet, sondern als real existierenden „homo sapiens“ mit all seinen Schwächen und Fehlern, Ecken und Kanten, aber auch positiven Überraschungen.

15.30 **Resümee Gerald Groß**

30. ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2013

DIE VORTRAGENDEN

Mieten Sie die Grottenbahn am Pöstlingberg für Ihr Event
In der Märchenwelt finden bis zu 250 Personen Platz. Egal ob Hochzeit, Familienfest oder Firmenveranstaltung – die Grottenbahn bietet einen besonderen Rahmen für ein gelungenes Fest.

Tipp: Für die Anreise der Gäste empfehlen wir eine Sonderfahrt mit der Pöstlingbergbahn.

Informationen und Buchung: 0732/3400-7000, www.grottenbahn.at

Seit 1906

Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch

ist Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung an der EBS Business School in Oestrich-Winkel. Als Gründer von „ESCH. The Brand Consultants“ berät er Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen in Fragen der Markenführung und Kommunikation. Seit mehr als zwei Jahrzehnten beschäftigt er sich mit Kundenverhalten und strategischem Marketing und gilt als Experte in diesen Bereichen.

Mag. Christian Wurzberger

begann 2000 bei Nestlé und war nach einigen Stationen im Marketing und Verkauf als Business Manager für Nescafé Dolce Gusto und Süßwaren zuständig. Seit 2012 verantwortet er in seiner Funktion als Business Executive Manager den Geschäftsbereich Coffee & Beverages (NESCAFÉ, NESCAFÉ Dolce Gusto, NESQUIK) für das Unternehmen.

Prof. Wolfgang Henseler

ist Gründer sowie Managing Creative Director von SENSORY-MINDS, einem Designstudio für Innovative Technologien und Neue Medien. Gleichzeitig hält er eine Professur an der Hochschule in Pforzheim im Bereich Digitale Medien und ist Begründer des Studiengangs „Intermediales Design“. Er ist Spezialist für medienbasierte Markenerlebnisse und User-Experience.

Mag. Aleksandra Izdebska

gründete 1999 gemeinsam mit ihrem Mann das Unternehmen DiTech, zu dessen Auf- und Ausbau sie maßgeblich beitrug. Bis heute zeichnet sie für Personalfragen in dem heute bereits knapp 250 Mitarbeiter zählenden Betrieb verantwortlich. In ihrer Freizeit bildet sich die Unternehmerin in Richtung Psychologie und Psychotherapie fort.

DIE VORTRAGENDEN

Prof. Metin Tolan

ist Professor für Experimentelle Physik an der TU Dortmund sowie in zahlreichen Positionen als Wissenschafter tätig. Seit 1999 hält der mehrfache Buchautor öffentliche Vorträge zur Popularisierung der Physik, z. B. „Physik & Star Trek“, „Physik bei Dick und Doof“ oder „Die Physik des Fußballspiels“. 2008 erschien sein Sachbuch „Geschüttelt, nicht gerührt – James Bond und die Physik“.

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer

studierte Medizin, Psychologie, Psychiatrie und Philosophie; seit 1997 ist er Ärztlicher Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Ulm. Seine Forschungsschwerpunkte betreffen psychiatrische und psychologische Fragen unter Berücksichtigung neurowissenschaftlicher Konzepte und Methoden. 2004 gründete er das Transferzentrum für Neurowissenschaften und Lernen.

Gerald Groß

Mediencoach, ehemaliger ORF-ZIB1-Moderator,
Gründer und Geschäftsführer von gross:media, Wien

DIE HINWEISE

Karriere-Sprungbrett

* Während des Studiums Kontakte zu knüpfen, gehört für uns zum guten Ton! Unser erstklassiges Netzwerk macht uns zur forschungsstärksten FH in Österreich und eröffnet dir exzellente Berufsaussichten!

fh OBERÖSTERREICH
Studium mit Zukunft

INFORMATIK, KOMMUNIKATION & MEDIEN >> FH OÖ CAMPUS HAGENBERG
GESUNDHEIT & SOZIALES >> FH OÖ CAMPUS LINZ
MANAGEMENT >> FH OÖ CAMPUS STEYR
TECHNIK & UMWELTWISSENSCHAFTEN >> FH OÖ CAMPUS WELS

/fhooe.at
www.fh-ooe.at/infotage

Kosten
Die Teilnahmekosten betragen 420,- Euro (zuzügl. 20 % MwSt.) pro Person und beinhalten die Tagung, die Tagungsunterlagen, Vormittagskaffee und Lunch.

Weiterbildungs-/Kunden-Pakete
Unternehmen und Organisationen bieten wir vergünstigte Karten-Preispakete zur Weiterbildung für ihre Mitarbeiter oder als Geschenk an Kunden:

Pakete	Paketpreis	Listenpreis	Rabatt
3 + 1	€ 1.260,-*	€ 1.680,-*	- 25,0 %
5 + 2	€ 2.100,-*	€ 2.940,-*	- 28,6 %
6 + 3	€ 2.520,-*	€ 3.780,-*	- 33,3 %

* zuzügl 20 % MwSt.

Anmeldung
Die Teilnehmerzahl für das Österreichische Marketing Forum ist begrenzt. Wir ersuchen Sie deshalb, nicht lange zu zögern! Anmeldeschluss ist der 11. Oktober 2013. Ihre Anmeldung können Sie per Fax, e-mail oder Internet vornehmen:
Fax: 0732 / 24 68-29 400 / e-mail: mcl@jku.at / Internet: www.marketingclub-linz.at

Zahlung
Sobald Sie Ihre Anmeldebestätigung inkl. Rechnung und Erlagschein erhalten, überweisen Sie bitte den Gesamtbetrag auf das Konto des Österreichischen Marketing Forums bei der Oberbank, BLZ 15.000, Kto.-Nr. 651-012-205. Mit Ihrer Zahlung sichern Sie sich Ihren Tagungsplatz.

Bitte beachten Sie
Bis zum 27. September 2013 können Sie Ihre Anmeldung schriftlich und ohne Kosten stornieren. Danach müssen wir Ihnen die volle Tagungsgebühr in Rechnung stellen. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers durch eine andere Person ist selbstverständlich möglich. Wir bitten Sie jedoch, uns diese Änderung mitzuteilen, damit wir die Tagungsunterlagen richtig vorbereiten können.

Veranstaltungsort
Design Center Linz, Europaplatz 1, 4020 Linz, www.design-center.at

Günstige Übernachtungspakete finden Sie unter www.linz.at/tourismus/48531.asp

Verein Marketing Forum Linz
Brucknerstraße 3-5/4
4020 Linz

Tel: +43(0)732/2468-9402
Fax: +43(0)732/2468-29400
e-Mail: mcl@jku.at
www.marketingclub-linz.at
ZVR 617692419