



31. ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2014

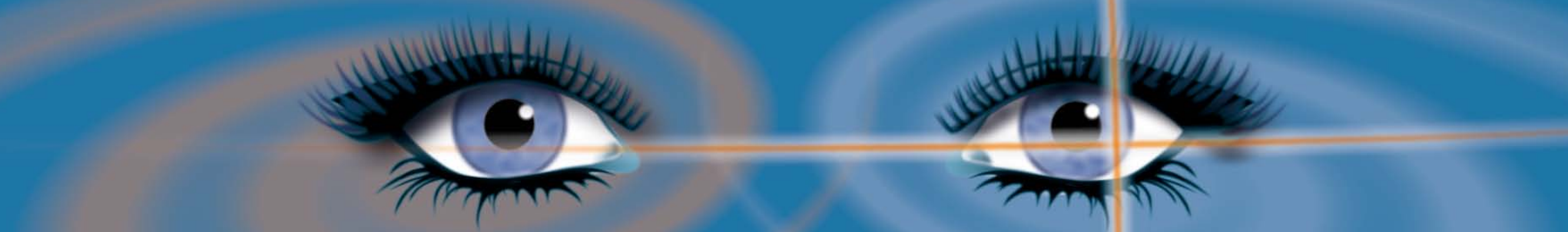
Strategie beginnt, wenn wir
Menschen und Märkte verstehen.

Freitag, 24. Oktober 2014, Design Center Linz
Beginn 08.30 Uhr

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





FORUM

CREATEAM 360°
Werbung macht Freude

www.createam.at

Strategie beginnt, wenn wir
Menschen und Märkte verstehen.



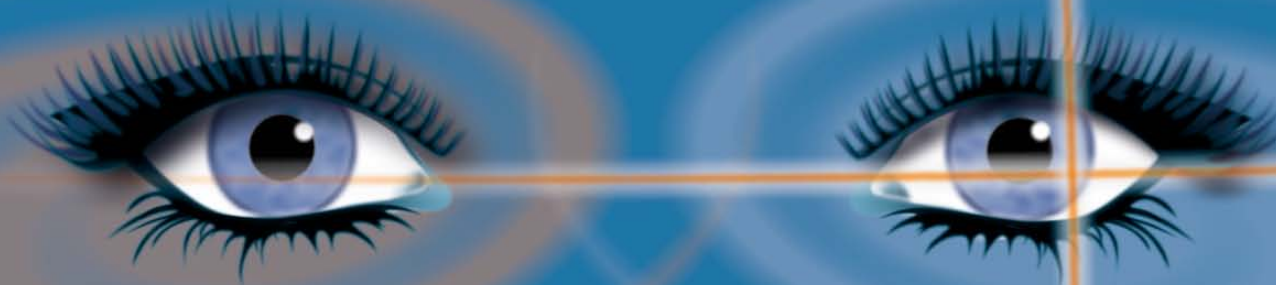
Je mehr wir darüber wissen, wie Menschen aus einer Fülle von Angeboten eines auswählen, desto gezieltere Strategien können wir entwickeln, um unsere Konsumenten zu erreichen. Das diesjährige Marketing Forum Linz hat sich deshalb zum Ziel gesetzt, Ihnen einen kurzen Überblick über den Stand der Forschung zu geben: von Consumer Neuroscience und Employer Branding über den Umgang mit Krisensituationen bis zur Reaktion des Handels auf den „digitalen Urknall“ und die Bedeutung von Stimme, Sprache und Physiognomik im Verkauf.

Fünf hochkarätige Referenten werden am 24. Oktober diesen Themenkreis aus den unterschiedlichsten Blickwinkeln beleuchten. Allein die Vielfalt ihrer Denkansätze und Forschungsgebiete garantiert einen spannenden, abwechslungsreichen Kongresstag, der uns allen neue Impulse und Einsichten bringen wird.

Nutzen Sie diese Gelegenheit, zu erfahren, wie Sie Ihre Kunden besser erreichen können: Sie werden Erkenntnisse mit nach Hause nehmen, von denen Sie in Zukunft profitieren.

Ich freue mich darauf, Sie am 24. Oktober begrüßen zu dürfen!

Mag. Sabine Schgör
Präsidentin des Marketing Club Linz



DAS PROGRAMM

nachrichten.at

Mein erster Klick am Tag?

Die neue OÖN-App!

Noch schneller, übersichtlicher und aktueller!
Mit der neuen, verbesserten OÖNachrichten App holen Sie sich jetzt noch schneller und bequemer die aktuellen News auf Ihr Smartphone oder Tablet. So haben Sie Ihre Lieblingsthemen immer und überall dabei: von Wirtschaft bis Sport, von Politik bis Kultur, von Wetter bis Videos und Bildergalerien. Und natürlich auch alle lokalen Infos aus Ihrer Region. Picken Sie sich das Beste raus!

nachrichten.at

Jetzt gratis downloaden!

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

Employer Branding – Markenführung zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität

Unternehmen haben nicht nur Markenprodukte – sie sind auch selbst eine Marke. **Prof. Dr. Manfred Bruhn** widmet sich in seinem Vortrag der Frage, warum Employer Branding heute von so großer Bedeutung ist. Was versteht man genau darunter? Was sind die wichtigsten Strategien und Instrumente? Welche sind die Erfolgsfaktoren dabei? Und wie sieht die Zukunft des Employer Branding aus?

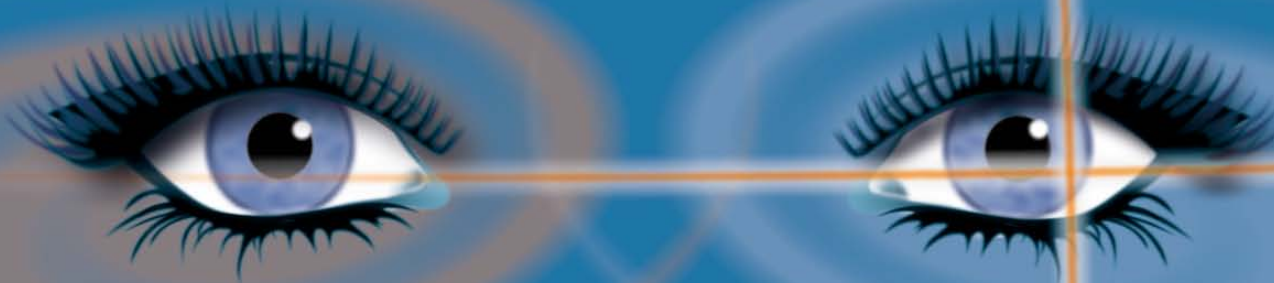
10.00

Kaffeepause

10.30 - 11.30

Die E-Commerce-Strategien der otto group – wie der E-Commerce den Handel verändert

Nach der Einführung der Filialkonzepte und der Umsetzung der Discountkonzepte findet im Handel gerade eine dritte Revolution statt: die digitale. Ausgehend von den E-Commerce-Strategien der otto group weltweit und in Österreich wird **Mag. Harald Gutschi** in seinem Vortrag darlegen, wie das Onlinegeschäft den Handel verändert hat und weiter verändern wird. Zentrale Fragen dabei sind: Was bedeutet der „digitale Urknall“ für den österreichischen Handel? Und wie muss sich der Handel in Zukunft aufstellen, um erfolgreich zu sein?



DAS PROGRAMM

RADIO OÖ

MEIN LAND. MEIN RADIO.

ORF

BEST OF AUSTRIA

Rainhard Fendrich - Wolfgang Ambros - Die Seer

22.11. TIPSARENA LINZ

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

Consumer Neuroscience: Impulsgeber für das Marketing

Obwohl bereits Anfang der neunziger Jahre das Jahrzehnt der Hirnforschung proklamiert wurde, sind die meisten neurowissenschaftlichen Ergebnisse und Methoden bis dato in der Marketingforschung und -praxis nur wenig beachtet worden. Erst in den letzten Jahren hat sich an einigen wissenschaftlichen Instituten die Forschungsrichtung „Consumer Neuroscience“ oder „Neuromarketing“ entwickelt, die hirnbildgebende Methoden nutzt, um absatzwirtschaftlich relevante Vorgänge im Gehirn zu beobachten.

Prof. Dr. Peter Kenning, der in dieser Forschungsrichtung als weltweit führender Experte gilt, konnte zeigen, dass starke Marken spezifische neurale Effekte hervorrufen, die mit den klassischen Methoden der Markenforschung bisher nicht identifiziert werden konnten. In seinem Vortrag wird er einen Einstieg in das Thema „Consumer Neuroscience“ geben und an konkreten Forschungsergebnissen zeigen, welchen Beitrag dieses Thema auch zur Weiterentwicklung des betrieblichen Marketing leisten kann.

11.30 - 12.30

12.30

Mittagspause

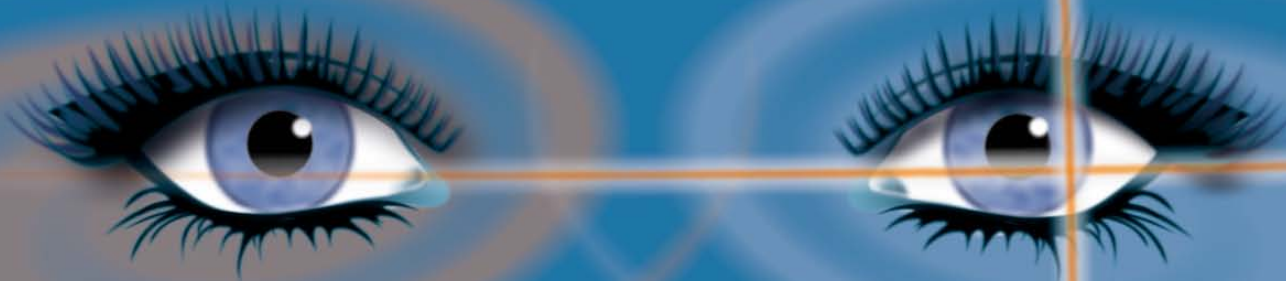
Faszination Mensch

Werbung, egal in welcher Form, muss emotional berühren und faszinieren. Das Gleiche gilt für den Verkaufsbereich, der besondere Einkaufserlebnisse bieten muss. Um Aufmerksamkeit zu erregen und erfolgreich zu verkaufen, müssen die Gefühlswelten und Werte der jeweiligen Zielgruppe getroffen werden. Doch wie lassen sich diese entschlüsseln? **Tatjana Strobel** erklärt die vier menschlichen Grundtypen, ihre Emotionssysteme, ihre Körpersprache, Mimik, Sprache und Physiognomik. Wer sie kennt, kann seine Kunden sofort einschätzen und typengerecht überzeugen. Über die Sensibilisierung in Sachen Menschenkenntnis hinaus wird sie in ihren Vortrag auch umsetzbare Strategien für den Marketing-Alltag einfließen lassen.

13.45 - 14.45



2014



DAS PROGRAMM

Wer bringt mehr Lebensqualität für Sie?



LINZ AG

Als Kunde der LINZ AG genießen Sie vollen Komfort – rund um die Uhr. Als regionales Energie- und Infrastrukturunternehmen sorgen wir für Ihre Lebensqualität. Mit bestem Service, hoher Verlässlichkeit und einer sauberen Umwelt.

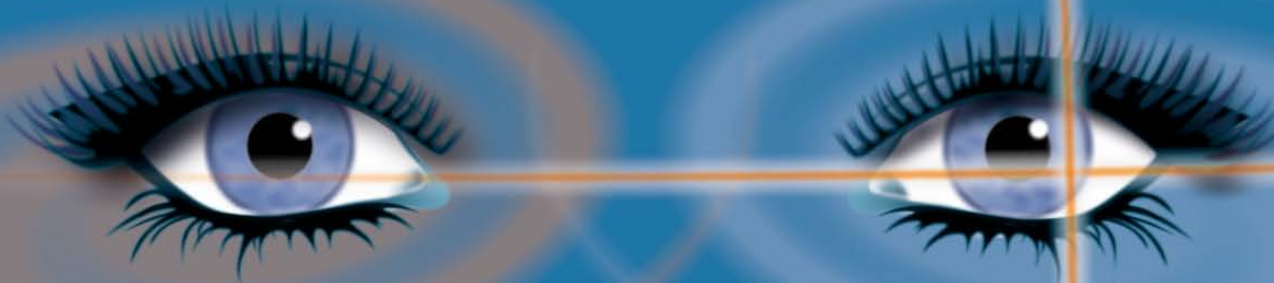
Krisensituationen und deren psychologische Gesetze

Krisen und komplexe Herausforderungen, insbesondere, wenn sie sich über längere Zeit erstrecken, besitzen ihre eigene Logistik. Wer sie erkennt und damit umgehen kann, hat die Möglichkeit, daran zu wachsen. Wer in die Fallen einer Krise tappt, wird scheitern. Eine große Rolle spielt dabei das eigene Selbstwertgefühl – im Beruf, im privaten Umfeld, aber auch bei Entscheidungen, die das eigene Ego betreffen. Wie viel „Ego“ braucht der Mensch? Und wie viel braucht er davon, wenn er in eine persönliche, inhaltliche, emotionale oder psychologische Krise gerät? Im Vortrag von **Dr. Thomas Müller** geht es darum, von jenen Menschen zu lernen, die sich immer wieder in Krisen bewährt haben – und auch darum, aus den Fehlern jener zu lernen, die sich in der Krise vergessen haben. Die Gesetze der Kriminalpsychologie geben klare Richtlinien, und ein Ausflug in die Geschichte zeigt Beispiele, was man tun, aber auch, was man tunlichst unterlassen sollte.

14.45 - 15.45

15.45

Resümee Gerald Groß



DIE VORTRAGENDEN

Entgeltliche Einschaltung

Bei der Energie AG dreht sich alles um Sie.

Genießen Sie schon heute den Wohnkomfort von morgen!

Als Kunde der Energie AG werden Sie rundum versorgt: Mit effizienter, nachhaltiger Energie. Mit dem leistungsstärksten Glasfasernetz. Mit komfortabler Wärme und sicherem Erdgas. Mit umweltgerechter Entsorgung. Mit sauberem, klarem Wasser. Was wir sonst noch alles für Sie tun können, erfahren Sie unter www.energieag.at

Wir denken an morgen

Energie
Wärme
Entsorgung
Wasser

Prof. Dr. Manfred Bruhn

ist Ordinarius für Betriebswirtschaftslehre am Wirtschaftswissenschaftlichen Zentrum der Univ. Basel, Honorarprofessor an der Technischen Univ. München, Herausgeber der Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis „Die Unternehmung“, Mitglied in verschiedenen nationalen und internationalen Gremien und Autor zahlreicher Publikationen.



Mag. Harald Gutschi

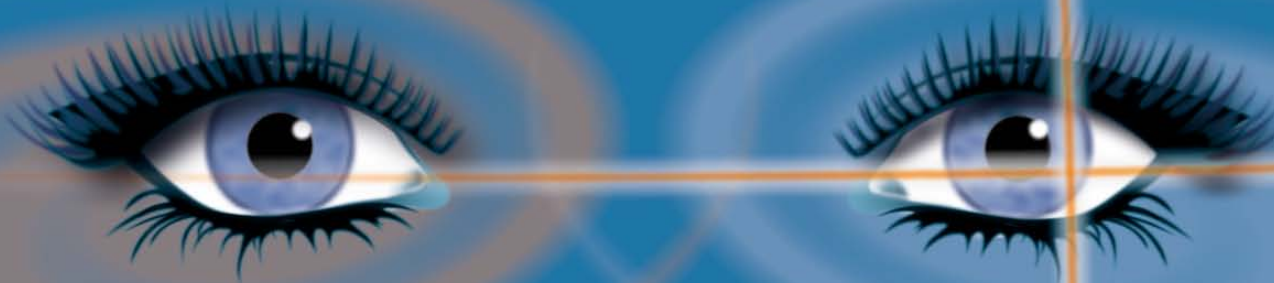
war nach dem Studium erst Geschäftsführer von Neckermann Österreich und später von Neckermann Deutschland. Seit 2007 ist er Sprecher der Geschäftsführung der UNITO Gruppe Österreich, zuständig für die Marken Universal, OTTO, Quelle u.a. Die otto group ist weltgrößter Onlinehändler für Mode und Lifestyle und größter Versandhändler in der Alpenregion.



Prof. Dr. Peter Kenning

begann seine Laufbahn an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Seine wissenschaftlichen Schwerpunkte liegen u. a. in der Consumer Neuroscience, dem Handelsmarketing sowie der empirisch-quantitativen Marktforschung. Er ist Autor von 12 Büchern sowie zahlreichen Zeitschriften- und Konferenzbeiträgen; seine Arbeiten wurden mehrfach ausgezeichnet.





DIE VORTRAGENDEN



KARRIERESPRUNGBRETT

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!

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

www.fh-ooe.at [f fh-ooe.at](https://www.facebook.com/fh-ooe.at)



UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES
UPPER AUSTRIA

Tatjana Strobel

war 14 Jahre lang Vertriebsleiterin in der Luxusgüter- und Beautybranche. Heute ist die Unternehmerin und Bestsellerautorin überzeugt, dass gute Menschenkenner beruflich und privat erfolgreicher sind. Mit der TS Methode der Menschenkenntnis entwickelte sie 2008 ein „Geheimrezept“, das sie in Workshops und Vorträgen sowie mit über 500.000 verkauften Büchern weitergibt.



Dr. Thomas Müller

studierte Psychologie und absolvierte zahlreiche Spezialausbildungen in den USA und Kanada. 1993-2004 war er Leiter des Kriminalpsychologischen Dienstes im BM für Inneres in Wien. Seit 1997 ist er gerichtlich beeideter Sachverständiger im Bereich Kriminalpsychologie und seit 2005 Mitarbeiter am Institut für Wissenschaft und Forschung der österr. Sicherheitsakademie.



Gerald Groß

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



[illegible]

Die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich hat die Nähe zum Kunden und damit die Kundenorientierung zum obersten Prinzip ihrer Geschäftsstrategie gemacht. Wir bieten ein breites Spektrum an innovativen und modernen Finanz- und Wirtschaftsdienstleistungen, die sich an den aktuellen Bedürfnissen und den künftigen Entwicklungen unserer Kunden orientieren. Das Ergebnis ist eine persönliche, nachhaltige, ehrliche, stabile und vor allem erfolgreiche Bank-Kunden-Beziehung.



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