KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

33. ÖSTERREICHISCHES **MARKETING FORUM** LINZ 2016

FR, 14. OKTOBER 2016
DESIGN CENTER LINZ
BEGINN 9.00 UHR

ÖSTERREICHISCHES
MARKETING
FORUM
LINZ 2016

ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2016

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

FORUM

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

Unternehmerischer Wettbewerb wird in unserem Wirtschaftsraum immer mehr zu einem Intelligenzkampf. Aufgrund der bestehenden Rahmenbedingungen für Unternehmen ist dies auch die einzige Chance, will man in einem globalen Wettbewerbsumfeld mit Niedriglohnländern reüssieren. Wie es gehen kann, werden am 14. Oktober beim Marketingform hochkarätige Referenten erläutern.

Beginnen wird Univ. Prof. Dr. Manfred Krafft, der darstellt, wie man dauerhafte Wettbewerbsvorteile erzielen kann. Beispiele von Unternehmen, die mit intelligenten Strategien erfolgreich sind, werden den Vormittag abschließen. Nach dem Mittagessen widmet sich Dipl. Dolmetscherin Susanne Kilian den Fettnäpfchen, die im internationalen Umfeld tunlichst vermieden werden sollten, und den Abschluss bildet Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth, der aus einer neurologischen Perspektive erklärt, wie die Persönlichkeit Kaufentscheidungen beeinflusst.

Dieser bunte Mix an unterschiedlichen Denkansätzen bürgt wieder für einen spannenden Kongresstag. Ich bin sicher, dass auch Sie sich etwas für Ihren beruflichen Alltag mitnehmen werden können. Nutzen Sie diese Gelegenheit, um Ihr Wissen zu erweitern und natürlich auch um Kontakte zu knüpfen: Sie werden davon profitieren!

Ich freue mich darauf, Sie am 14. Oktober begrüßen zu dürfen.

Harald Kindermann

FH-Prof. Dr. Harald Kindermann
Präsident des Marketing Club Linz

ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2016

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

PROGRAMM

09.00 **Eröffnung**
und anschließende Moderation
Gerald Groß, Mediencoach

Begrüßung
und Einführung in die Veranstaltung
FH-Prof. Dr. Harald Kindermann, Präsident des Marketing Club Linz

09.30 **Customer Intelligence Agency – Quelle dauerhafter Wettbewerbsvorteile?**
Während Produkte und Dienstleistungen imitierbar und relativ leicht austauschbar sind, kann das Wissen über Kundenpräferenzen, Kaufverhalten und schwache Signale zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil werden. An Beispielen zeigt **Prof. Dr. Manfred Krafft** smarte Ansätze auf, mit denen Unternehmen deutliche Vorsprünge gegenüber ihren Wettbewerbern erzielen konnten. Perspektivisch wird demonstriert, wie Unternehmen eine CIA (Customer Intelligence Agency) aufbauen sollten, um im Intelligenzwettbewerb zu bestehen.

10.30 **Kaffeepause**

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

PROGRAMM

11.00

Content is King, Connectivity is King Kong

Die Digitalisierung macht es in der neuen Welt des Arbeitens möglich, auf datenbasierte Kundenwünsche zu reagieren. Somit lautet das Credo „Werben ist Silber, Dialogmarketing ist Gold“. **Paul Leitenmüller** spricht in seinem Vortrag über interaktives Kommunizieren in kleinsten, aber richtigen Zielgruppen, ohne dabei das menschliche Gespräch zu vernachlässigen. Dialogmarketing-Kampagnen, punktgenau in die Zielgruppe gesandt, werden nicht als lästige Werbung empfunden, sondern als Information.

11.30

Differentiate or iterate – was für start-ups wirklich wichtig ist

„Differentiate or die“ heißt es in einem Bestseller von Jack Trout. Aber ist Differenzierung als oberste Maxime für Erfolg oder Misserfolg – vor allem in frühen start-up Phasen – wirklich das, worauf sich Gründer konzentrieren sollen? Sind die Gewinner diejenigen, die schnell skalieren oder die, die sich am deutlichsten differenzieren? **Hubert Eiter** bietet in seinem Vortrag einen Erfahrungsbericht aus der wachstumshörigen start-up Welt.

12.00

Innovativ rund ums Reiskorn

Warum ist Reis bei uns immer weiß, pappig und schmeckt nach nichts – und das, obwohl Reis das sortenreichste und vielfältigste Grundnahrungsmittel der Welt ist? Aus dieser Frage zweier Freunde in der Uni-Mensa entstand die Idee, die Vielfalt an Reis selbst zu importieren, abzufüllen und online an Endkonsumenten zu vertreiben. **Dipl. Wi.-Ing. Sohrab Mohammad** berichtet über die Entstehung der Marke „Reishunger“, ihren Online-Vertrieb und warum sie als als innovatives Konzept im europäischen Markt gilt.

12.30 **Mittagspause**

14.00 **International erfolgreich kommunizieren – erfolgreicher zusammenarbeiten**

Jede Kultur „dechiffriert" Kommunikation anders – so kommt es schnell zu Missverständnissen, die Zeit und Geld kosten. Wie können wir von Anfang an ein besseres Gespür für den Anderen entwickeln und Fettnäpfchen vermeiden? Wie werden die Beziehungsebenen aufgebaut, die eine effektive Zusammenarbeit ermöglichen? Auch verschiedene Vorstellungen von Entscheidungsfindung oder Zeit- und Projektmanagement treffen im internationalen Austausch häufig aufeinander. **Dipl. Dolmetscherin Susanne Kilian** zeigt, wie wir es schaffen, international erfolgreich zu kommunizieren.

15.00 **Gehirn, Persönlichkeit und Kaufentscheidungen**

Persönlichkeit entsteht im Gehirn. Sie lenkt bewusst – und vor allem unbewusst – unser Handeln. Besonders bei Entscheidungen haben die unbewussten Anteile unserer Persönlichkeit das erste und letzte Wort. Was aber bestimmt unsere Persönlichkeit? Welche Persönlichkeits-Typen gibt es aus Sicht der Hirnforschung? Und wie beeinflusst die Persönlichkeit unsere Kaufentscheidungen? **Univ.-Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth** macht deutlich, wie wir durch neue psychologische und neurobiologische Kenntnisse zu einem vertieften Verständnis von Entscheidungsprozessen kommen können.

16.00 **Resümee Gerald Groß**

ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2016

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

REFERENTEN

Prof. Dr. Manfred Krafft

ist Professor für Marketing an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und Direktor des Instituts für Marketing. Seine Forschungsschwerpunkte sind Customer Relationship Management, Direktmarketing und Vertriebsmanagement. Prof. Dr. Krafft ist Mitglied des Editorial Boards zahlreicher Fachzeitschriften und mehrfacher Buchautor.

Ing. Paul Leitenmüller

ist Gründer und CEO der Full Service-, Werbe- und Eventagentur Opinion Leaders Network GmbH, ein Mix aus Werbeagentur, Eventagentur und Onlinemedium. Der staatlich geprüfte klassische Ballettänzer hat an der Wirtschaftsuniversität Wien studiert und war in verschiedensten Unternehmen tätig, darunter Congress Casino Baden, Römerquelle und MEC Magna Racino.

Hubert Eiter

ist Gründer und CEO von „nate – mobile advertising with social impact“. Davor war er als Vice President B2B Marketing & Communication für Swarovski und als Management Consultant für A.T. Kearney tätig. Er studierte Internationale Wirtschaftswissenschaften in Innsbruck und Ottawa (CAN) und nahm am EU-China Managers Training Program in Peking teil.

Dipl. Wi.-Ing. Sohrab Mohammad

studierte Wirtschaftsingenieurwesen und war strategischer Markenberater bei der Markenagentur KMS Team GmbH in München. 2011 folgte er seiner Idee, eine neue Marke für das Lebensmittel Reis zu gründen: die Reishunger GmbH. Als CEO hält er Vorträge zu den Themen Gründung, Marke und die Digitalisierung der Food Branche, zusätzlich engagiert er sich sozial.

REFERENTEN

Dipl. Dolmetscherin Susanne Kilian

ist eine Expertin auf dem internationalen Parkett. In ihren Seminaren, Workshops und Vorträgen zeigt sie kenntnisreich, wie man sich dort sicher bewegt. Sie studierte in Japan, China und Singapur und arbeitete im Anschluss daran mehr als 15 Jahre als UNO-Dolmetscherin in Indien, im Nahen Osten, in Europa sowie in den USA.

Univ.-Prof. Dr. Dr. Gerhard Roth

ist Professor für Verhaltensphysiologie und Entwicklungsneurobiologie an der Universität Bremen und bis 2008 Direktor am dortigen Institut für Hirnforschung. Er ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen, darunter 13 Bücher. Besonders beschäftigt ihn die Frage, wie Fühlen, Denken und Handeln zusammenhängen und einander beeinflussen.

Gerald Groß

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

ÖSTERREICHISCHES MARKETING FORUM LINZ 2016

KONKURRENZKAMPF IST INTELLIGENZKAMPF

HINWEISE

Gute Zahlen sind wichtig, gute Aussichten noch wichtiger.

Fortschritt, Wohlstand und Attraktivität einer Region sind untrennbar mit kompetenten Finanzdienstleistungen verbunden. Als wichtiger Teil der gesellschaftlichen Infrastruktur sehen wir unsere Verantwortung darin, die Wettbewerbsfähigkeit unseres Wirtschaftsstandortes langfristig abzusichern. Wir sind nicht nur ein zuverlässiger Arbeitgeber, sondern auch ein verlässlicher Partner für Unternehmen, die Arbeitsplätze in unserer Region schaffen.

Raiffeisen Landesbank Oberösterreich

www.rlbooe.at

Kosten

Die Teilnahmekosten betragen 490,- 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	€ 1.320,-*	€ 1.960,-*	- 32,7 %
5 + 2	€ 2.170,-*	€ 3.430,-*	- 36,7 %
6 + 3	€ 2.610,-*	€ 4.410,-*	- 40,8 %

* zuzügl 20 % MwSt.

Anmeldung

Die Teilnehmerzahl für das Österreichische Marketing Forum ist begrenzt. Wir ersuchen Sie deshalb, nicht lange zu zögern! Anmeldeschluss ist der 7. Oktober 2016.

Ihre Anmeldung können Sie per Fax, e-mail oder Internet vornehmen:
Fax: 0732 / 24 68-29 400 / e-mail: mcl@jku.at / Internet: www.mfl2016.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 23. September 2016 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

Mitglieder des Marketing Club Linz bezahlen unabhängig vom Zeitpunkt ihrer Anmeldung statt € 490,– nur € 270,– (zuzügl. 20 % MwSt.).

PRAXISORIENTIERT

Österreichs größte und forschungsstärkste Fachhochschule bietet in Hagenberg, Linz, Steyr und Wels 60 Bachelor- und Masterstudien, die praxisnah ausgerichtet und eng mit Forschung und Wissenschaft vernetzt sind.

» 99 % unserer Alumni haben einen Job
» 95 % unserer Studierenden empfehlen ihr Studium weiter
» 77 % unserer Studierenden sind überdurchschnittlich zufrieden

www.fh-ooe.at fh-ooe.at

fh OBERÖSTERREICH
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES UPPER AUSTRIA

Verein Marketing Forum Linz
Brucknerstraße 3-5/4, 4020 Linz
Tel: +43(0)732/2468-9402 | Fax: +43(0)732/2468-9404
e-Mail: mcl@jku.at | www.mfl2016.at

www.marketingclub-linz.at
ZVR 617692419