

PS OH WI EF RT

„Machtwechsel in der Marketing-Kultur?!“

38. Deutscher Marketing-Tag

05.11.2010

Kongresszentrum Westfalenhallen Dortmund

Mit festlicher Verleihung des
Deutschen Marketing-Preises 2010.

Power Shift – Machtwechsel in der Marketing-Kultur?!



Karl Georg Musiol

Wohl noch nie war so viel Wandel wie heute. Die Suche nach neuen Mehrwerten ist allgegenwärtig, sie wird intensiviert durch aktuelle Krisen und andauernde Globalisierung. Unmittelbar erlebbar wird dieser Wertewandel mit den explodierenden Möglichkeiten der medialen Digitalisierung. Wir können ungehindert teilen, was uns wichtig ist, können Inhalte jederzeit und überall schaffen, verbreiten, empfangen oder ignorieren. Für das Marketing stellt das nicht nur Strukturen und Prozesse auf den Kopf - die gesamte Marketingkultur verändert sich nachhaltig. Wer agiert, wer reagiert, wer hat die Macht?

Wir müssen uns mit neuen Herausforderungen und Spielregeln für Marketing, Marken- und Unternehmensführung auseinandersetzen.

Genau dabei will der 38. Deutsche Marketing-Tag einen substanziellen Beitrag leisten. Mit spannenden Vorträgen, leidenschaftlichen Diskussionen, exzellenten Referenten werden wir relevante Antworten auf zentrale Fragen geben:

- Welche konkreten Konsequenzen hat der aktuelle Wertewandel für Wirtschaft und Gesellschaft?
- Wo liegen dabei Chancen und Risiken für mächtige Player und ambitionierte Herausforderer?
- Wie ändert sich für Unternehmen die Bedeutung sozialer Verantwortung?
- Kann man noch von „Zielgruppen“ reden und wie lassen sie sich noch wirkungsvoll erreichen?
- Wie gehen Unternehmen damit um, die Deutungsmacht über ihre Marken mit Konsumenten teilen zu müssen /teilen zu können?
- Wie verändert sich die Marketingkultur durch mehr Frauen in Führungspositionen?
- Wie wird sich die Marken-Kommunikation in den nächsten Jahren ändern und wer wird sie gestalten?
- Welche wirksamen Rollen können Marken, Produkte und Angebote im Social Web glaubhaft übernehmen?
- Wie wird sich das Verhalten der Menschen konkret ändern und wie nutzen wir die dadurch entstehenden Möglichkeiten?
- Welche Rolle spielt das Marketing zukünftig in Unternehmen - Hero oder Zero?
- Werden virtuelle Markenerlebnisse die neue Wirklichkeit des Marketing?
- Was wird das Marketing von der Lebenskultur lernen müssen?

Seien Sie dabei, wenn aus Fragen Antworten werden, und gestalten Sie die neuen Machtverhältnisse aktiv mit.

Wir freuen uns auf ein Treffen in Dortmund!



Deutsche Marketing-Gala mit festlicher Verleihung des Deutschen Marketing-Preises 2010.

04.11.2010, 19.30 Uhr
Bürgerhalle im Rathaus der Stadt Dortmund
Friedensplatz 1, 44135 Dortmund

Herzlich willkommen in Dortmund zum 38. Deutschen Marketing-Tag. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend mit unterhaltsamem Programm und dem exklusiven Highlight der Marketing-Szene, der Verleihung des Deutschen Marketing-Preises 2010.

Anmeldung erforderlich!

Das Kongressprogramm

- 9.15 – 9.30 **Begrüßung**
Gabriele Eick, stellv. Präsidentin Deutscher Marketing-Verband
Horst Müller, Präsident Marketing-Club Dortmund
- 9.30 – 10.15 **Präsentation des Deutschen Marketing-Preisträgers 2010**
Der 38. Deutsche Marketing-Preis wird verliehen für eine herausragende Performance an den Marketing-Champion 2010. Erleben Sie die Präsentation der ausgezeichneten Marketingleistung.
- 10.15 – 10.45 **Power Shift - was bedeutet der Machtwechsel für die Menschen und ihren Umgang mit Wirtschaft und Politik?**
Prof. Dr. Stephan Breidenbach, Humboldt-Viadrina School of Governance
- 10.45 – 11.15 **Networking-Pause**
- 11.15 – 11.45 **St. Pauli - 100 Jahre Markenliebe: The World's tollste Football Club**
Michael Meeske, Geschäftsführer FC St. Pauli
Dr. Bernd-Georg Spies, Vizepräsident FC St. Pauli
- 11.45 – 12.15 **Keynote Speech: Mehr als nur Corporate Social Responsibility - Müssen Unternehmen gut sein?**
Dr. Brigitte Mohn, Mitglied des Vorstandes Bertelsmann Stiftung
- 12.15 – 13.30 **Lunch**
- 13.30 – 14.30 **Vier Spannungsfelder:**
Marketingprofis bearbeiten wesentliche Treiber des Machtwechsels in der Marketingkultur.
- 1. Spannungsfeld** **Der neue Konsument: Revolution vs. Gewohnheit**
Einerseits haben wir dank der medialen Digitalisierung unendliche Möglichkeiten. Wir können ungehindert empfangen, mitteilen, was uns wichtig ist, können Inhalte jederzeit und überall schaffen, verbreiten, oder ignorieren. Andererseits haben wir unsere Routinen, Gewohnheiten und Trampelpfade. Wie gehen die Menschen mit ihren neuen, medialen Möglichkeiten und dem damit verbundenen Machtzuwachs um, wie stark verändern sich die Regeln, brauchen wir jetzt neue Strategien?
Prof. Dr. Peter Kruse, Geschäftsführer Nextpractice GmbH (angefragt)
Prof. Dr. Christa Wehner, Studiendekanin Markt- und Kommunikationsforschung Hochschule Pforzheim
- 2. Spannungsfeld** **Kommunikation: Bezahlt vs. verdient**
Während sich die klassische Kommunikation, allen Unkenrufen zum Trotz, behauptet, gewinnt gleichzeitig Word of Mouth immer mehr an Bedeutung - gibt es einen harten Verdrängungswettbewerb? Zahlen Sie noch oder spricht man schon über Sie? Oder ist heute eines der wichtigsten Ziele bezahlter Kommunikation das kostenlose Weitererzählen? Entdecken Sie mit unseren Experten die unendlichen Möglichkeiten.
Manfred Schüller, Partner Nordpol Hamburg - Agentur für Kommunikation GmbH
Tino Keller, Geschäftsführer spickmich GmbH
Moderation: **Karl Georg Musiol**, Vize-Präsident Deutscher Marketing-Verband
- 3. Spannungsfeld** **Erlebnis „Einkauf“: Weg vs. Ziel**
Die Lust am Einkauf relativiert die Wahrnehmung der Preise: Wir alle jagen gerne nach Schnäppchen - aber erst die Reize eines Einkaufserlebnisses machen Angebote und ihre Preise wirklich attraktiv für uns.

Erfahren Sie, wie man erfolgreich Einkaufserlebnisse durch eine ausgewogene „Reiz-Geiz-Balance“ steuert.

Ulrike Vollmoeller, Marketingdirector Food & Drug Beiersdorf AG

Ralf Pütmann, stellv. Vorsitzender der Geschäftsführung GALERIA Kaufhof GmbH

Stephan Swinka, CEO Takko Holding GmbH

4. Spannungsfeld **Marketing: Hero vs. Zero**

Neue Realitäten erfordern auch ein neues Verständnis des Stellenwerts des Marketing im Unternehmen. Zum Helden wird der Marketeer auf Dauer nur mit dem nachweisbaren Erfolgsbeitrag. Finden Sie heraus, wie es um das Selbstverständnis der deutschen Marketeers bestellt ist, wie die Vorstandsebene das Marketing von heute sieht und was sie von ihm bzgl. Pflicht und Kür erwartet.

Dr. Ralf E. Strauß, Global Head of Solution Management Line-of-Business
Marketing SAP AG

Dr. Uwe S. Schuricht, Geschäftsführer Change Group

Moderation: **Christoph Berdi**, Chefredakteur absatzwirtschaft

14.45 – 15.20

Präsentation des Gewinners des Sonderpreises des Deutschen Marketing-Verbandes

Erstmalig verleiht der DMV in diesem Jahr einen Sonderpreis für exzellentes Marketing an ein mittelständisches Unternehmen.

15.20 – 15.45

Key Learnings aus den Spannungsfeldern

Für alle Teilnehmer werden hier die wichtigsten Ergebnisse aus der Diskussion der vier Spannungsfelder zusammengefasst.

15.45 – 16.15

Networking-Pause

16.15 – 16.45

Wie verändern Frauen die Macht?

Andrea Schmidt, Geschäftsführerin Marketing Unilever Deutschland GmbH

Gabriele Stahl, Partner Odgers Berndtson Unternehmensberatung GmbH

16.45 – 17.15

Die Porsche Philosophie in Zeiten des Wandels

Bernhard Maier, Vorstand Vertrieb und Marketing Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

17.15 – 17.30

Fazit und Verabschiedung

Gabriele Eick, stellv. Präsidentin Deutscher Marketing-Verband

Die Referenten:



Prof. Dr. Stephan Breidenbach



Tino Keller



Bernhard Maier



Michael Meeske



Dr. Brigitte Mohn



Ralf Pütmann



Andrea Schmidt



Manfred Schüller



Dr. Uwe S. Schuricht



Dr. Bernd-Georg Spies



Gabriele Stahl



Dr. Ralf E. Strauß



Stephan Swinka



Ulrike Vollmoeller



Prof. Dr. Christa Wehner

Der Moderator:



Dr. Hasso Kaempfe

Anmeldung

38. Deutscher Marketing-Tag
Power Shift – Machtwechsel in der
Marketing-Kultur?!
05.11.2010, 9.15–17.30 Uhr.
Kongresszentrum Westfalenhallen
Dortmund

Bitte per Fax an:

0211 864 06 40 oder
unter www.marketing-tag.de

Deutscher Marketing-Verband Service GmbH
Königsallee 30
40212 Düsseldorf

Titel, Vorname, Name

Position im Unternehmen

Firma

Straße/Hausnummer/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail

Telefon/Fax

(Evtl. abweichende Rechnungsanschrift bitte gesondert beifügen.)

Ich melde mich an als:

- Clubmitglied 640,- €
Mitglied im DMV-Marketing-Club _____
(Bitte einsetzen)
- Juniormitglied 470,- €
Mitglied im DMV-Marketing-Club _____
(Bitte einsetzen)
- Externer Teilnehmer 770,- €
(Jeweils zzgl. 19 % MwSt.)

Bei den Spannungsfeldern von 13.30 - 14.30 Uhr entscheide ich mich für das Thema:

1. Der neue Konsument:
Revolution vs. Gewohnheit
2. Kommunikation:
Bezahlt vs. verdient
3. Erlebnis „Einkauf“:
Weg vs. Ziel
4. Marketing:
Hero vs. Zero (Bitte ankreuzen)

An der Deutschen Marketing-Gala am 04.11.2010, 19.30 Uhr nehme ich teil:

- Ja Nein (Bitte ankreuzen)
- Ja, ich bestelle ein Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn für 99,- € inkl. 19 % MwSt.
(Nur buchbar bis zum 22.10.2010)

Die Geschäftsbedingungen habe ich zur Kenntnis genommen und bin damit einverstanden.

Datum

Unterschrift

Geschäftsbedingungen

Verbindliche Anmeldung an:

Deutscher Marketing-Verband Service GmbH
Königsallee 30
40212 Düsseldorf
Tel. 0211 864 06 15
Fax 0211 864 06 40
E-Mail dmt@marketingverband.de
oder unter www.marketing-tag.de

Mit der Anmeldung werden die Geschäftsbedingungen anerkannt.

- Sie erhalten von uns eine Anmeldebestätigung, zusammen mit der Rechnung über Ihre Teilnehmergebühr. Sie ist sofort nach Erhalt fällig.
- Die Mitglieder der Marketing-Clubs melden ihre Teilnahme über den Deutschen Marketing-Verband an. Für Juniormitglieder gilt die DMV-Regelung (Führungsnachwuchskraft bis 34 Jahre). Sonderkonditionen gewähren wir bei geschlossenen Gruppenabnahmen ab 50 Teilnehmern auf Anfrage.
- In der Teilnehmergebühr enthalten sind der Kongress und die Marketing-Gala am Vorabend inkl. gastronomischer Versorgung. Nicht genutzte Programmpunkte können nicht vergütet werden.
- Der Veranstalter behält sich Programmänderungen vor.

Rücktritt

Absagen müssen schriftlich an uns gerichtet werden. Bei einer Stornierung bis zum 19.10.2010 erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 90,- € zzgl. 19% MwSt. Bei späterer Absage, ebenso bei Nicht-Erscheinen des Teilnehmers, auch im Falle von höherer Gewalt, ist der volle Rechnungsbetrag fällig. Selbstverständlich kann ein Ersatzteilnehmer benannt werden.

Veranstaltungsort

Kongresszentrum Westfalenhallen
Rheinlanddamm 200
44139 Dortmund

Hotelempfehlungen

Bitte reservieren Sie Ihr Hotelzimmer rechtzeitig!
Für Ihre Buchung sind unter dem Stichwort
„Deutscher Marketing-Tag“ Zimmerkontingente
in folgenden Hotels reserviert:

Best Western Parkhotel Westfalenhallen

Strobelallee 41
44139 Dortmund
Tel. 0231 1204-245
Fax 0231 1204-555
E-Mail: parkhotel@westfalenhallen.de

EZ 108,- Euro inkl. Frühstück
DZ 128,- Euro inkl. Frühstück

Hilton Dortmund

An der Buschmühle 1
44139 Dortmund
Tel. 0231 1086-0
Fax 0231 1086-650
E-Mail: reservations.dortmund@hilton.com

EZ 118,- € inkl. Frühstück
DZ 128,- € inkl. Frühstück

Ihr Veranstaltungsticket zum Deutschen Marketing-Tag
- nur buchbar bis zum 22.10.2010 -



Gut für die Umwelt. Bequem für Sie.

Mit der Bahn für nur 99,- Euro erstklassig zum Deutschen Marketing-Tag.

Mit dem Angebot des Deutschen Marketing-Verbandes und der Deutschen Bahn können Sie beim Besuch des Deutschen Marketing-Tages sparen! Steigen Sie ein und profitieren Sie von attraktiven Preisen und Konditionen. Damit fahren Sie und die Umwelt gut! Denn jede Bahnfahrt erspart der Umwelt im Vergleich zur Fahrt mit dem Auto durchschnittlich zwei Drittel an CO₂, im Vergleich zum Flugzeug sogar beachtliche 75 Prozent. Der Preis für Ihr Veranstaltungsticket für die Hin- und Rückfahrt nach Dortmund beträgt in der 1. Klasse 99,- Euro*. Ihre Fahrkarte gilt für den Reisezeitraum vom 02. bis 07. November 2010. Buchen Sie Ihre Fahrkarte direkt hier bei der Anmeldung zum Deutschen Marketing-Tag.

Wir wünschen Ihnen gute Reise mit der Deutschen Bahn!

* Das Veranstaltungsticket gilt für die Hin- und Rückfahrt von jedem DB-Bahnhof nach Dortmund mit freier Zugwahl. Je Fahrtrichtung gilt das Ticket zwei Tage. Die Sitzplatzreservierung ist im Preis nicht enthalten. BahnCard 25- und BahnCard 50-Rabatt werden nicht gewährt. Ein Erwerb des Veranstaltungstickets im Zug ist nicht möglich. Eine Erstattung ist bei Rückgabe des Tickets bis zum 27.10.2010, eintreffend bei der DMV Service GmbH, gegen eine Gebühr von 15 Euro möglich, danach ausgeschlossen. Sitzplatzreservierungen werden nicht erstattet.