
Die Tagung: Schwerpunkte, Zusammenhänge, Impulse

Programm 1. Tag: Mittwoch, 18. März 2009

10.00 – 10.10 h	Begrüssung, einige Worte zum Schwerpunktthema	Otto Belz, Tagungsleiter
10.10 – 11.10 h	Globalisierung als Schicksalsfrage – Wohin gehen wir? Die internationalen Entwicklungen, der zunehmende Konflikt um Ressourcen und die Problematik der immer grösseren Umweltbelastungen werden in diesem Beitrag beleuchtet. Ein möglicher erster Schritt in Richtung ökosoziale Marktwirtschaft wird anhand des Global Marshall Plan vorgestellt.	Prof. Dr. Dr. Franz-Josef Radermacher, Universität Ulm (D)
11.10 – 11.40 h	Kaffeepause	
11.40 – 12.30 h	Alt und Jung: Szenarien für die Zukunft Demographische Alterung, die Feminisierung der Gesellschaft, Globalisierung und ein stärkeres ökologisches Bewusstsein – Megatrends, die unsere Werte und unseren Alltag prägen werden. Neue Spieler (BRICS) und neue Feindbilder, Solidarität und Gemeinschaftssinn, eine neue Moral und ein Konsum mit gutem Gewissen, eine konservative Jugend und die forever-young Babyboomers sind Stichworte dazu.	Maarit Seppä, Intag Intelligence Agent, Regensburg
12.30 – 14.00 h	Mittagessen	
14.00 – 16.00 h	Open Space: Spannungsfelder der Zukunft Alt und Jung, Mann und Frau, Global und Lokal ebenso wie Reich und Arm oder Gross- und Kleinkunden sind nur einige der Spannungsfelder, die unsere Welt und unsere Märkte von morgen bestimmen. Welches die für uns wichtigen Themen der Zukunft sind und was wir wie daraus machen, erarbeiten wir unter der Leitung von Hannes Hinnen in einer Open Space Veranstaltung.	Hannes Hinnen, frischer wind AG, Regensburg
16.00 – 16.30 h	Kaffeepause	
16.30 – 17.15 h	Alt und Jung: Herausforderungen für Führungskräfte Leistungsdruck, komplexe Herausforderungen und unterschiedlichste Persönlichkeiten: Wie es gelingt daraus ein Performance-Team zu bilden und was Fuchse und Hasen voneinander lernen können.	Heinz Kaegi, Sinn- und Teamentwickler, Limassol (Zypern), Luzern
17.15 – 18.00 h	Glücksfall Alter – auch für das Marketing Die kräftigste und aufmüpfigste Rentnergeneration, die es je gab, die so genannten Babyboomer halten Einzug in die besten Jahre des Lebens. In jene Jahre, in denen man am meisten verdient, am meisten Zeit hat und am meisten konsumiert – in den Jahren von 55 bis 75. Wie Sie auf diese Zielgruppe eingehen können, zeigt Peter Gross.	Prof. Dr. rer. pol. Peter Gross, Autor und Publizist, St. Gallen
19.30 h	Apéro, offeriert von Swiss Marketing (SMC)	
20.00 h	Gemeinsamer Abend Ein paar Stunden zum Geniessen, Fachsimpeln und Zusammensein.	

Programm 2. Tag: Donnerstag, 19. März 2009

08.30 h	Tagungseröffnung	Otto Belz, Tagungsleiter
08.35 – 09.30 h	Markenführung: Mit kleinen Budgets Begehrlichkeit wecken Wer die Kraft seines guten Namens bewusst nutzen will, setzt auf Anziehungskraft anstatt auf Bekanntheit. Welches die Treiber des Markenerfolgs sind und die Techniken, um diese systematisch managen zu können, zeigt dieser Beitrag.	Klaus-Dieter Koch, Brand:Trust GmbH, Nürnberg (D)
09.30 – 10.00 h	Kaffeepause	
10.00 – 10.50 h	Web 2.0 – Die neuen, alten Internetnutzer Immer mehr Zielgruppen wenden sich von den klassischen Medien ab hin zum Online Medium. In diesem Kontext ergeben sich neue Chancen und Herausforderungen für das Marketing, welche in diesem Beitrag an Beispielen illustriert werden.	Prof. Dr. Katarina Stanoevska- Slabeva, Universität St. Gallen
11.00 – 12.00 h	Impuls-Workshops 1 bis 4	
	Reife Märkte – Und wie sie ausgeschöpft werden Andreas Reidl	
	Karriere nach der Karriere: Positionierung in der Lebensmittel Mag. Susanna Wieseneder	
	Werbung: Die Kunst der Verführung Renate Risseeuw	
	Innovationsmanagement 2020: Wie Sie Ihre Geschäftsmodelle der Zukunft erschliessen Sven Gábor Jánszky	
12.00 – 14.00 h	Mittagessen	
14.00 – 15.00 h	Impuls-Workshops 5 bis 8	
	Dialog auf Augenhöhe – ein neuer Concept Store für junge, urbane Menschen Reinhard Plückthun	
	Alt und Jung – Einsichten, Vorurteile, Lösungsansätze Jürg Weber	
	Wie Sie Jugendliche mit digitaler Markenführung von Ihrer Marke begeistern Achim Feige	
	Von der soziodemographischen Segmentierung zum wertorientierten Profilieren Oliver Fiechter	
15.00 – 15.30 h	Kaffeepause	
15.30 – 16.30 h	Wie Unternehmen im 21. Jahrhundert erfolgreich sein können Erfolgreich bleiben Unternehmen dann, wenn sie das Potenzial ihrer wertvollsten Ressource nutzen: den Menschen. Dieter Reitmeyer zeigt, wie die stillen Reserven von Mitarbeitern aktiviert werden können, warum es nicht mehr um Jung gegen Alt geht, sondern um Gut gegen Schlecht – und wie der Wert der Erfahrung eine Renaissance erlebt.	Dieter Reitmeyer, redi-Group GmbH, Langenfeld (D)
16.30 – 16.35 h	Schlusswort, Verabschiedung	Otto Belz, Tagungsleiter