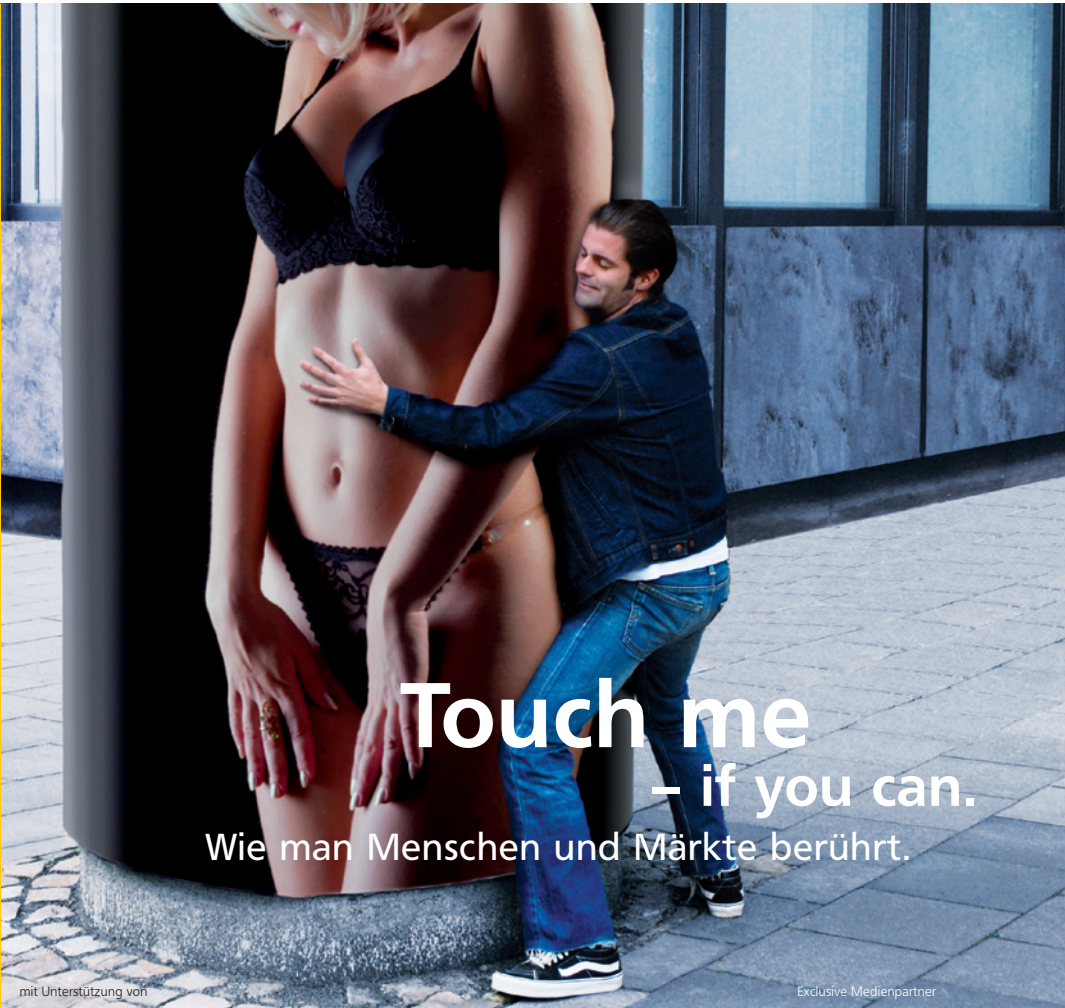




6. rheingold Kongress

17. Februar 2009, Köln



Touch me
– if you can.

Wie man Menschen und Märkte berührt.

mit Unterstützung von

Exclusive Medienpartner



PAULANER

Thomapyrin



Unilever



ZURICH®

B
B
D
O



Werben & Verkaufen



Media

6. rheingold Kongress

17. Februar 2009

Theater am Tanzbrunnen, Köln

*Get together um 20 Uhr am
Vorabend, 16. Februar bei rheingold,
Kaiser-Wilhelm-Ring 46, Köln*



Touch me – if you can.

Wie man Menschen und Märkte berührt.

Die Sehnsucht nach Berührung erscheint altmodisch. Denn begründet nicht gerade der virtuelle Sex den Siegeszug des Fernmediums Internet? Auch Kommunikation vollzieht sich immer mehr in Communities, die soziale Spekulations-Blasen sind. Man hat tausend Kontakte, aber keinen Freund aus Fleisch und Blut. Die Fernbedienung ermöglicht den Zuschauern alles wegzupappen, was stört oder zu sehr berührt. Und der Blackberry ersetzt oder zersetzt persönliche Meetings.

Aber die unvorstellbare Finanzkrise verstärkt eine gesellschaftliche Gegenbewegung. Eine Sehnsucht nach Nähe, Intimität, Freundschaft und Unmittelbarkeit kommt auf. Denn die Menschen spüren, dass die Gier nach abstrakter Rendite-Maximierung nicht zufrieden stellt.

Wie können und wollen Menschen heute berührt und bewegt werden? Welche Trends entstehen nach der großen Krise in den Märkten? Wie essen und trinken die Menschen? Wie richten sie sich ein, um nicht nur zu wohnen, sondern auch zu leben? Welche Bedeutung und welchen Stellenwert hat heute Sexualität? Und wieso verärgert Werbung meist mehr als sie berührt?

Der rheingold Kongress richtet sich an alle, die bereit sind, neue Wege zu gehen, quer zu denken und fernab ausgetretener Pfade dem Mysterium Verbraucher ein Stück näher zu kommen. Und an alle, die nach einem berührenden Kongresstag Spaß daran haben, gemeinsam mit Blick auf das Dom-Panorama die rheingold night zu feiern.

9.30 Begrüßung

9.45 Vortrag . *Touchy Trends?*
Referent . *Stephan Urlings,
rheingold*

10.15 Vortrag . *Du machst deinen Teil,
wir unseren – und zusammen
bauen wir eine starke Marke*
Referentin . *Claudia Willvonseder,
IKEA*

10.50 Kaffeepause

11.15 Vortrag . *Die Zukunft geht durch
den Magen*
Referent . *Jens Lönneker,
rheingold*

12.00 Diskussion . *Nahrung mit
Ausweisfunktion*
Teilnehmer . *Axel Dahm,
Gerolsteiner und Jens Lönneker*
Moderation *Gabi Bauer*

12.30 Mittagspause

14.00 Vortrag . *Sex sells!?*
Referent . *Stephan Grünewald,
rheingold*

14.40 Vortrag . *Ads and the City*
Referentin . *Ines Imdahl,
rheingold*

15.20 Diskussion . *Werbung –
aufdringlich oder berührend?*
Teilnehmer . *Rolf Gilgen, BBDO,
Ines Imdahl und Stephan
Grünewald*
Moderation *Gabi Bauer*

16.00 Kaffeepause

16.30 Vortrag . *Die Lust am Sparen*
Referent . *Heinz Grüne,
rheingold*

17.15 *Fazit*

17.45 Ende des offiziellen
Tagungsprogramms

ab 20.00 *rheingold night im
Theater am Tanzbrunnen*

9.45 Vortrag
Stephan Urlings



Touchy Trends?

Alle wollen trendy sein – die Scouts auf der unentwegten Suche nach Neuem, das Marketing mit seinem Traum, Kauflethargie durch trendige Produkte auszuhebeln.

Trends machen die Märkte vielfältiger, aber auch uninteressant und belanglos. Nur auf Trends zu setzen ist für innovatives Marketing zu passiv! Um Trendwenden einzuläuten, muss man Mut haben. Mut, wirklich gegen den Strom zu schwimmen.

Stephan Urlings gibt Einblicke in die Psychologie von Trends und zeigt Denkrichtungen für wirklich innovative Marketingideen.

Stephan Urlings ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer bei rheingold.

10.15 Vortrag
Claudia Willvonseder, IKEA



Du machst deinen Teil, wir unseren – und zusammen bauen wir eine starke Marke

Die Gene für eine Marke mit hohem Involvement liegen im Idealfall in der Geschäftsidee: Das IKEA-Prinzip, das seine Kunden in die Montage und andere Prozesse mit einbezieht, hat nicht nur einen positiven Einfluss auf die Preisgestaltung.

Claudia Willvonseder ist Head of Marketing bei IKEA Deutschland.

Kaffeepause

11.15 Vortrag
Jens Lönneker



Die Zukunft geht durch den Magen

Essen ist Kult. Rund ums Essen entsteht immer mehr ein irdischer Glaube an eine Magie der Ernährung. Das Credo: „Was du isst bestimmt, wie du bist!“ Die Psychologie dieser neuen ‚Natur-Religion‘ entscheidet darüber, welche Produkte und Marken Zukunft haben.

Jens Lönneker ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer bei rheingold.

12.00 Diskussion
Axel Dahm, Gerolsteiner



Nahrung mit Ausweisfunktion



Der kulturelle Stellenwert von Nahrung hat sich in den letzten Jahren dramatisch gewandelt. Psychologisch steht Essen und Trinken immer mehr unter dem Druck von Körperkult und Erfolgsästhetik. Beides verliert zugleich an Bedeutung für den Aufbau von Gemeinsamkeiten und Bindung. Nicht ‚wie‘, sondern ‚was‘ man isst, wird immer wichtiger.

Es diskutieren Axel Dahm und Jens Lönneker, Moderation Gabi Bauer.

Axel Dahm ist Vorsitzender der Geschäftsführung Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG.

Mittagspause

14.00 Vortrag
Stephan Grünewald



Sex sells!?

Sex sells so heißt es, denn die Sexualität berührt und animiert alle Menschen. Aber das Wesen und die Formen der Sexualität haben sich gewandelt. Erotische Wünsche, die zu Freuds Zeiten noch unbewusst waren, treten heute in den Medien als Allgemeinplätze auf. Der mediale Kulissenzauber in Sachen Sex überdeckt jedoch auch geheime und peinliche Formen der Sexualität, die heute unseren Alltag mitbestimmen. Zeit also, die Frage nach der Macht und Wirkung der Sexualität neu

zu stellen und zu analysieren, wie die geheimnisvolle Sexualität heute entblößt und eingekleidet wird.

Stephan Grünewald ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer bei rheingold.

14.40 Vortrag
Ines Imdahl



Ads and the City

Frauen verstehen, Frauen erreichen, Frauen seelisch berühren. Das ist schwer, nicht nur für Männer. Werbung muss das können, denn Frauen sind begehrt, auch als Zielgruppe. Wie aber gelingt es am besten, wie erreicht man Frauen? Mit welchen Medien, mit Plakaten, im TV, online? Wie muss Werbung Frauen ansprechen, womit identifizieren sie sich, was kommt wirklich an?

Die Diplom-Psychologin Ines Imdahl gibt Einblicke in die geheimnisvolle Welt der Frauen – und zeigt zentrale Kriterien einzelner Werbeformate für ‚sie‘.

Ines Imdahl ist Diplom-Psychologin und Geschäftsführerin bei rheingold.

15.20 Diskussion
Rolf Gilgen, BBDO



Werbung – aufdringlich oder berührend?

Wie kann Werbung die Menschen heute noch erreichen und berühren? Wie lässt sich die häufig unbewusste Wirkung von Werbung erforschen? Und welchen Einfluss haben diese Ergebnisse auf die Kreativen, auf die Agenturen, auf das Marketing?

Es diskutieren Rolf Gilgen, Ines Imdahl und Stephan Grünewald, Moderation Gabi Bauer.

Rolf Gilgen ist Chief Strategy Officer BBDO Düsseldorf.



Kaffeepause

16.30 Vortrag
Heinz Grüne



Die Lust am Energiesparen

Unsere Zivilisation ist eine ‚Verbrennungs-Zivilisation‘. Energie ist der Motor unseres Lebens. Motiviertes Energiesparen ist schwer. An die Stelle von Freude und Lust, Energie zu ‚verzehren‘, muss eine andere Begeisterung treten: Erfolgserlebnisse, die Einsparung und Verzicht in Sieg und Erfolg umwidmen helfen.

Es geht um erfolgreiches Marketing und gute Werbung rund um Energieverbrauch, Verzicht und Umdenken. Und diesen Verzicht demonstrieren wir Ihnen hautnah. Let us entertain you!

Heinz Grüne ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer bei rheingold.

Teilnahmebedingungen

Die Teilnahmegebühr für den 6. rheingold Kongress beträgt für rheingold Kunden 340,- Euro für Abonnenten W&V oder W&V media 430,- Euro Normalpreis 540,- Euro Frühbuchern, die sich bis zum 19. Januar 2009 anmelden, gewähren wir 10% Nachlass. Alle Preise zzgl. z.Zt. 19% MwSt.

Der Preis beinhaltet Tagungsunterlagen, ein Mittagessen, Getränke und Pausensnacks sowie Getränke und Buffet der Abendveranstaltungen. Die Teilnahme am **Get together** am Vorabend des Kongresses sowie an der **rheingold night** ab 20 Uhr am Kongresstag im Theater am Tanzbrunnen ist für Kongress-Teilnehmer kostenfrei.

Der Frühbucherrabatt wird für eine verbindliche Buchung bis 19. Januar 2009 gewährt, danach wird das jeweils volle Teilnehmerentgelt berechnet. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer und für jeden weiteren einen Rabatt von 25 %.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine schriftliche Anmeldebestätigung, eine Anfahrtsskizze, eine Liste von Hotels mit Sonderkonditionen und eine Rechnung. Für eine Stornierung bis zum 10. Februar 2009 berechnen wir eine Stornogebühr von 50,- Euro zzgl. MwSt. Danach ist auch bei Nichterscheinen die volle Teilnahmegebühr zu entrichten. Eine bestätigte Anmeldung kann problemlos auf eine andere Person des gleichen Unternehmens übertragen werden. Die Teilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie die Teilnahmebedingungen an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

rheingold GmbH & Co. KG
Kongressbüro
Kaiser-Wilhelm-Ring 46
50672 Köln

Informationen und Teilnahmebedingungen

online anmelden:
www.rheingold-kongress.de

Die Teilnahmegebühr für den 6. rheingold Kongress beträgt für rheingold Kunden 340,- Euro für Abonnenten W&V oder W&V media 430,- Euro Normalpreis 540,- Euro Frühbuchern, die sich bis zum 19. Januar 2009 anmelden, gewähren wir 10% Nachlass. Alle Preise zzgl. z.Zt. 19% MwSt.

Der Preis beinhaltet Tagungsunterlagen, ein Mittagessen, Getränke und Pausensnacks sowie Getränke und Buffet der Abendveranstaltungen. Die Teilnahme am **Get together** am Vorabend des Kongresses sowie an der **rheingold night** ab 20 Uhr am Kongresstag im Theater am Tanzbrunnen ist für Kongress-Teilnehmer kostenfrei.

Der Frühbucherrabatt wird für eine verbindliche Buchung bis 19. Januar 2009 gewährt, danach wird das jeweils volle Teilnehmerentgelt berechnet. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer und für jeden weiteren einen Rabatt von 25 %.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine schriftliche Anmeldebestätigung, eine Anfahrtsskizze, eine Liste von Hotels mit Sonderkonditionen und eine Rechnung. Für eine Stornierung bis zum 10. Februar 2009 berechnen wir eine Stornogebühr von 50,- Euro zzgl. MwSt. Danach ist auch bei Nichterscheinen die volle Teilnahmegebühr zu entrichten. Eine bestätigte Anmeldung kann problemlos auf eine andere Person des gleichen Unternehmens übertragen werden. Die Teilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie die Teilnahmebedingungen an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Direkt gegenüber dem Veranstaltungsort steht ein bewachter, für Kongressteilnehmer kostenloser Parkplatz zur Verfügung.

Rund 14 Tage nach dem Kongress erhalten Sie zusammenfassende Arbeitsunterlagen mit den Inhalten der Veranstaltung.

Informationen zum Programm
erhalten Sie bei
Thomas Kirschmeier
Telefon +49 (0)221-912 777-44
Telefax +49 (0)221-912 777-43
kongress@rheingold-online.de

Informationen zur Anmeldung
erhalten Sie bei
Martina Hecht
Telefon +49 (0)221-912 777-24
Telefax +49 (0)221-912 777-89
kongress@rheingold-online.de

rheingold



Wollen Sie's wissen?

rheingold GmbH & Co. KG

Kaiser-Wilhelm-Ring 46

50672 Köln, Germany

Telefon +49 (0)221-912 777-0

Telefax +49 (0)221-912 777-55

rheingold@rheingold-online.de

www.rheingold-online.de

rheingold cares!

Auch unser Kongress hinterlässt einen CO₂ „Fussabdruck“. Mit dem Kauf von CO₂-Ausgleichszertifikaten neutralisieren wir die CO₂-Emission des rheingold Kongresses und verhalten uns klimaneutral. Natürlich können wir die verursachten Treibhausgase nicht ungeschehen machen. Aber wir ignorieren diese Realität nicht, sondern tragen dazu bei, den Klimawandel zu stoppen und leisten einen Beitrag zur Förderung umweltverträglicher Energien in Entwicklungsländern.