

NEUROMARKETING
KONGRESS
2013



CREATING
CHANGES



ANTWORTEN DES MARKETINGS
AUF ZUKUNFTSTRENDS

Trendforscher sind sich einig - neben der Digitalisierung werden uns heute und morgen diese wichtigen Megatrends im Marketing beschäftigen:

AGE-, GENDER-, TRUST- UND CULTURE-MARKETING

Doch was ist dran an diesen Trends? Was spielt sich dabei wirklich im Kopf des Konsumenten ab? Und welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Marketing-Praxis?



Am 25. April liefert Ihnen der Neuromarketing Kongress 2013 in der BMW Welt München die richtigen Strategien, um den Wandel zu gestalten. Weltweit führende Hirnforscher und Experten aus der Praxis verlassen mit Ihnen die Wege des gewohnten Denkens und öffnen Türen zu neuen Perspektiven und faszinierenden Chancen. Die Gruppe Nymphenburg und die Haufe Gruppe laden Sie herzlich dazu ein.

DAS PROGRAMM:

Ab 8.30 Uhr

Empfang mit kleinem Frühstück

9.00 Uhr

Begrüßung: Stephanie Walter, Haufe Gruppe, Einführung ins Thema: Dr. Hans-Georg Häusel, Gruppe Nymphenburg Consult AG

9.30 Uhr bis 11.00 Uhr

Age-Marketing

Prof. Dr. Lutz Jäncke: Age on the Brain – Wie sich das Gehirn im Alter verändert

Dr. Gundolf Meyer-Hentschel: 60plus Marketing in der Praxis – Aufbruch ins Zeitalter der Höflichkeit

11.00 Uhr bis 12.30 Uhr

Gender-Marketing

Prof. Dr. Doris Bischof-Köhler: Von Natur aus anders? Geschlechtsunterschiede aus Sicht der Psychologie

Diana Jaffé: Der Kunde ist weiblich

12.30 Uhr bis 13.30 Uhr

Lunch

13.30 Uhr bis 15 Uhr

Trust-Marketing

Prof. Dr. René Riedl: Wie Vertrauen im Gehirn entsteht

Oliver Frenzel: Markenvertrauen = Vertrauensmarketing

15 Uhr bis 16.30 Uhr

Culture-Marketing

Prof. Dr. Ernst Pöppel: Culture-Marketing – was Kulturen verbindet, was Kulturen trennt

Dr. Hanne Seelmann-Holzmann: Megatrend Asien! Go East – aber mit den richtigen (Marketing-)Instrumenten

16.30 Uhr

Kaffeepause

17 Uhr bis 17.30 Uhr

Reflexionen eines Vor- und Nachdenkers

Prof. Dr. Armin Nassehi: Veränderungen & Krisen lieben

17.30 Uhr bis 17.45 Uhr

Zusammenfassung und Verabschiedung

DIE REFERENTEN



PROF. DR. DORIS BISCHOF-KÖHLER

Professorin für Psychologie an der LMU München. Einer ihrer Schwerpunkte in Forschung und Lehre ist die Entwicklung sozialer Kompetenzen, insbesondere der Empathie. Ihr Interesse gilt vor allem der Erklärung geschlechtstypischer Verhaltensunterschiede, deren Entstehung sie auf die Interaktion von biologischen und soziokulturellen Faktoren zurückführt. Autorin des Buches „Von Natur aus anders. Die Psychologie der Geschlechtsunterschiede“, (2011, Kohlhammer). Gemeinsam mit ihrem Mann, Prof. Dr. Norbert Bischof, wurde sie mit dem Deutschen Psychologen-Preis 2003 ausgezeichnet.



PROF. DR. LUTZ JÄNCKE

studierte Biologie, Psychologie und Hirnforschung, promovierte 1989 und wurde 1997 an die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg berufen. Seit 2002 ist er Professor für Neuropsychologie an der Universität Zürich. Ein besonderer Schwerpunkt seiner Forschung ist die Erforschung der neuronalen Grundlagen der Musikverarbeitung oder der Hirnleistung im Alter. 2009 hat er zusammen mit einem Gerontologen an der Universität Zürich das „International Normal Aging and Plasticity Imaging Center“ gegründet, das sich dem Potenzial und der Plastizität des alternden Gehirns widmet.



PROF. DR. ERNST PÖPPEL

studierte Psychologie und Biologie in Freiburg, München und Innsbruck. Habilitation in Sinnesphysiologie an der Universität München (1974) und Psychologie an der Universität Innsbruck (1976). Seit 1976 Professor für Medizinische Psychologie, von 1977 bis 2008 Vorstand des von ihm gegründeten Instituts für Medizinische Psychologie. Mitglied der Leopoldina, der nationalen Akademie der Wissenschaften, Mitglied der Europ. Akademie der Wissenschaften und Künste (Salzburg). Von 1992 bis 1997 Vorstand im Forschungszentrum Jülich, seit 1997 Vorstand in dem von ihm mit gegründeten Humanwissenschaftlichen Zentrum der Universität München. Kodirektor der Parmenides-Zentren „for the Study of Thinking“ und „for Art and Science“. Seit 2002 Gastprofessor an der Peking University. 2005 wurde er mit der Bayerischen Verfassungsmedaille in Silber ausgezeichnet.



PROF. DR. RENÉ RIEDL

arbeitete nach Abschluss des Diplomstudiums als Projektleiter in einem IT-Unternehmen. Seit August 2001 ist er am Institut für Wirtschaftsinformatik – Information Engineering an der Johannes Kepler Universität Linz beschäftigt, wo er 2004 promoviert und 2009 habilitiert hat. Mitbegründer der interdisziplinären Forschungsrichtung Neuro-Informationssysteme, seine Studien befassen sich u.a. mit der Erforschung biologischer Korrelate bedeutsamer IS-Variablen wie z.B. Vertrauen und Technostress. Autor zahlreicher Bücher und Artikel in internationalen Fachzeitschriften sowie Mitglied im Herausgebergremium mehrerer Fachzeitschriften.



DIANA JAFFÉ

war die Erste, die sich in Europa mit Gender Marketing befasste. Nach dem Betriebswirtschafts- und Kommunikationsstudium war Diana Jaffé von 1990 bis 2000 im Marketing mittelständischer und großer Unternehmen sowie in der öffentlichen Verwaltung tätig. Im Jahr 2001 gründete sie ihr eigenes Beratungsunternehmen für Gender Marketing, die Bluestone AG, und arbeitete für Kunden wie Basler Versicherungen, Bosch, IKEA, Nestlé, Rabobank, Sennheiser, Tchibo und Wien Tourismus u. a.



DR. GUNDOLF MEYER-HENTSCHEL

Inhaber des Meyer-Hentschel Instituts, Saarbrücken. Das europaweit tätige Institut beschäftigt sich seit 1985 in umfassender Weise mit dem Verhalten älterer Menschen und gilt als Begründer des Senioren-Marketing in Europa. Der bekannte Age Explorer[®] des Meyer-Hentschel Instituts wird seit 17 Jahren von einer großen Zahl von Unternehmen als Instrument für die Entwicklung und den Test von Produkten, Verpackungen und Ladenkonzepten genutzt.



DR. HANNE SEELMANN-HOLZMANN

Soziologin und Wirtschaftswissenschaftlerin, zählt zu den renommiertesten Culture Competence-Experten für den asiatischen Raum. Von 1982 bis 1993 führte sie zahlreiche Forschungsprojekte in internationalen Projektgruppen in verschiedenen Ländern Asiens durch. Berät und begleitet westliche Unternehmen in ihrem Asienengagement und überträgt u.a. neueste Erkenntnisse der kulturvergleichenden Gehirnforschung auf geeignete Marketingstrategien für asiatische Konsumenten.



PROF. DR. ARMIN NASSEHI

Professor für Soziologie an der LMU München. Langjähriger geschäftsführender Direktor des Instituts für Soziologie, seit 2008 Mitglied des Senats und Hochschulrates der LMU. Seit 2012 ist er neuer Herausgeber der Kulturzeitschrift „Kursbuch“. Nassehi beschäftigt sich in seiner Arbeit vor allem mit der Frage, wie in komplexen Situationen Entscheidungen getroffen werden und wie die moderne Gesellschaft mit Perspektivendifferenz umgeht. Er vertritt offensiv die These, dass die Krisenhaftigkeit der Moderne nicht nur das Problem ist, sondern auch die Lösung sein könnte.



OLIVER FRENZEL

Studium mit Schwerpunkt Werbe- und Konsumentenpsychologie. Nach beruflichen Stationen bei Ogilvy & Mather, wob AG, PMP PirovskyMarktPsychologie und zuletzt IFM Sports Rückkehr zur Gruppe Nymphenburg Consult AG in 2012. Frenzel ist seit Jahren Experte für Limbic[®] und gilt als ausgewiesener Neuromarketing-Spezialist. Er war viele Jahre als Mitglied in den US-amerikanischen Fachverbänden Association for Consumer Research, Society for Consumer Psychology und Cognitive Neuroscience Society aktiv.

INFORMATION & ANMELDUNG

Wann:

Donnerstag, 25. April 2013, 8.30h – 17.45h

Veranstalter:

www.nymphenburg.de / www.haufe.de

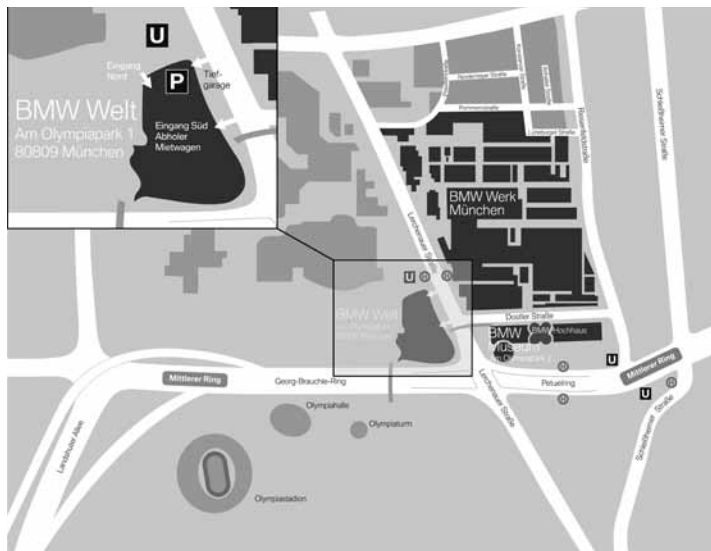
Wo:

Auditorium der BMW Welt, München

Am Olympiapark 1*

*reservierte Parkplätze in beschränkter Anzahl vorhanden

*U-Bahn Station U3 Olympiazentrum



Anmeldung unter:

www.nymphenburg.de/neuromarketing2013

www.haufe.de/neuromarketing2013

oder direkt bei

neuromarketing@haufe.de

Teilnahmegebühr:

680€ pro Person zzgl. MwSt.

Anmeldung für Eilige:



Anfahrtskizze:

www.haufe.de/neuromarketing2013



GRUPPE
NYPHENBURG
BRAND & RETAIL
EXPERTS

HAUFE.

Medienpartner:

acquisa
Das Magazin für Marketing und Vertrieb

(Bitte beachten Sie, dass wir bei einer Stornierung ab 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 180,- zzgl. MwSt. erheben. Bei einer Stornierung am Tag vor der Veranstaltung bzw. am Veranstaltungstag selbst, behalten wir die komplette Teilnahmegebühr ein.)