

Ihr Kunde – Crazy Alien oder Herdentier?

Donnerstag, 12. April 2007

Haus der Industrie, Kleiner Festsaal
1030 Wien, Schwarzenbergplatz 4



10.30 Uhr

Begrüßung

Stephan Mayer-Heinisch, Präsident Handelsverband

Moderation

Stefan Höffinger, A.T. Kearney

10.45 – 12.45 Uhr

NeuroEconomics: Wie und wo wirken Marken im Hirn des Konsumenten?

Michael Deppe, Universitätsklinikum Münster

Der moderne Konsument – (ir)rationale Kaufentscheidungen zwischen Preis und Wert

Martin Dürr, A.T. Kearney

Wir wünschen unseren Kunden ein langweiliges Leben – Berechenbares und Unberechenbares in Marktforschung und Marketing

Rudolf Bretschneider, GfK Austria

12.45 – 14.00 Uhr

Mittagspause

14.00 – 15.30 Uhr

Was will die „Kunde“?

Mariusz Jan Demner, Demner, Merlicek & Bergmann

Medienakzeptanz und -effizienz in der österreichischen Handelslandschaft

Thomas Schwabl, Marketagent.com

Digital Signage – „In Shop TV“ für Crazy Aliens und Herdentiere

Oliver Nitz, Telekom Austria

15.30 – 16.00 Uhr

Kaffeepause auf Einladung der Österreichischen Post AG

16.00 – 18.00 Uhr Podiums- und Publikumsdiskussion rund um den (un)berechenbaren Kunden

Einleitung: **Stefan Höffinger**, A.T. Kearney

- **Rudolf Bretschneider**, GfK Austria
- **Mariusz Jan Demner**, Demner, Merlicek & Bergmann
- **Michael Deppe**, Universitätsklinikum Münster
- **Martin Lenz**, REWE GROUP Austria
- **Markus Reichensperner**, Marionnaud*)

18.00 Uhr Cocktailempfang auf Einladung der Österreichischen Post AG

**19.00 Uhr Prospekt Award der Österreichischen Post AG
Prämierung der kreativsten Werbeprospekte 2007**

ab 20.00 Uhr Buffet und Get2Gether

*) angefragt. Stand des Programms: 14.02.2007. Das aktuelle Programm finden Sie unter:
www.handelsverband.at/12580.html

Das Handelskolloquium beschäftigt sich alljährlich mit den Trends und neuesten Entwicklungen im Einzelhandel.

Im Jahr 2007 erforschen wir den Kunden des 21. Jahrhunderts: Ist er ein „Crazy Alien“ mit unberechenbarem, sprunghaftem Verhalten oder doch eher ein Herdentier, das der Masse folgt? Wie sehen die aktuellen Ansätze der Wissenschaft aus, welche Möglichkeiten bietet die Marktforschung und was sagen die Praktiker aus dem Einzelhandel dazu?

Prof. Dr. Rudolf Bretschneider, Geschäftsführer GfK Austria GmbH, Wien

Lehrbeauftragter der Universität Wien, Beiratsmitglied der Österreichischen Gesellschaft für Europapolitik, Vorstandsmitglied des Instituts für den Donauraum und Mitteleuropa, zahlreiche Publikationen in sozialwissenschaftlichen bzw. öffentlichen Organen zu Fragen der Sozialforschung.

Mariusz Jan Demner, Demner, Merlicek und Bergmann WerbegmbH, Wien

Studium der Rechtswissenschaften, Publizistik und Kunstgeschichte, gründete mit 23 Jahren die eigene Werbeagentur. Heute ist Demner, Merlicek und Bergmann Österreichs Nr. 1 sowohl in den Größen- als auch in den Kreativitäts- und Effizienzrankings.

Dr. rer. medic. Michael Deppe, Dipl.-Phys., Klinik und Poliklinik für Neurologie, Universitätsklinikum Münster

Nach Abschluss des Physikstudiums 1993 und mehreren Forschungsaufenthalten in den USA folgte 2000 der Abschluss des Aufbaustudienganges Medizin (Dr. rer. medic.), seit September 1999 Leiter des Bereichs Funktionelle Bildgebung am Universitätsklinikum in Münster, 2002 Gründungsmitglied der europaweit ersten Forschungsgruppe „NeuroEconomics“.

Dr. Martin Dürr, Vice President, A.T. Kearney GmbH, München

Leiter der Europäischen Pricing Practice, 15 Jahre Beraterlaufbahn, thematische Schwerpunkte: Pricing, Entwicklung von Produkt-Markt-Strategie/Unternehmensstrategie und Portfolio-Optimierung, Wachstum durch Internationalisierung, JV und M&A, sowie vertikale Integration/Disintegration und Franchising. Autor mehrerer Bücher zu diesen Themen. Des weiteren Lehrbeauftragter an der TU München, der London Business School, der ETH Zürich und der Universität Karlsruhe.

Mag. rer. soc. oec. Stefan Höffinger, Vice President Central Europe, A.T. Kearney GmbH, Wien

Über acht Jahre Beratungserfahrung, sieben Jahre Handels- und Industrieerfahrung in Österreich und CEE, spezielle Schwerpunkte auf Strategie und Organisation; Marketing, Sales und Distribution; Human Resources Management; Mergers & Acquisitions, PMI; im Industriebereich Retail/Konsumgüter, Pharma/Gesundheitswesen, Public Services/Infrastruktur.

Mag. Martin Lenz, Vorstandssprecher REWE GROUP Austria AG, Wiener Neudorf

Studium der Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien, Diplom der Controllera Akademie Gauting in Deutschland, Lehrgang für Business Administration an der Princeton University/USA und Harvard Business School/USA. 1986 Mitglied der Geschäftsleitung Elektra Bregenz AG, 1992 Finanzvorstand bei der Wolford AG, 1994 Vorstandsvorsitzender bei Quelle AG, anschließend Lenzing AG und Vorstandsvorsitzender in der Vogel & Noot Holding AG, 2003 Finanzvorstand bei der Swarco Holding, seit 2005 Vorstandssprecher der REWE GROUP Austria.

Mag. Oliver Nitz, Telekom Austria AG, Wien

Studium Kommunikationswissenschaft, Politik, Geschichte und Publishing in Essen und Oxford, Leitung des Business Development der Media/Internet (www.aon.at, www.love.at u.a.), Leitung des Geschäftsfeldes Marketing Solutions im Bereich Business Solutions der Telekom Austria.

Mag. Thomas Schwabl, Marketagent.com online reSEARCH GmbH, Wr. Neudorf

Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien, anschl. Senior Business Consultant bei dem Marktforschungsunternehmen ACNielsen, 2001 Gründung von Marketagent.com, 2002 Jury-Auszeichnung beim Multimedia Staatspreis, 2003 erster Platz beim Internet-Award der Wirtschaftskammer, 2004 erster Platz beim GEWINN Jungunternehmer-Wettbewerb in der Kategorie „eBusiness“, jetzt geschäftsführender Gesellschafter der Marketagent.com online reSEARCH GmbH, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut.

Teilnahmegebühren:

Mitgliedsunternehmen

Erste Anmeldung: € 295,00

Jede weitere Anmeldung: € 260,00

Nicht-Mitglieder

Erste Anmeldung: € 330,00

Jede weitere Anmeldung: € 295,00

jeweils zuzüglich 20% MwSt.

Die Teilnahmegebühr beinhaltet Mittagsbuffet und Pausengetränke.

Zur Anmeldung verwenden Sie bitte das beiliegende Anmeldeformular.

Stornierungen können ausschließlich schriftlich entgegen genommen werden.

Bitte haben Sie Verständnis, dass für Stornierungen nach dem 30.3.2007 der gesamte Kostenbeitrag in Rechnung gestellt werden muss.

powered by



Business Solutions