

6. Europäische Strategietage Baden-Baden 2008

Unter der Schirmherrschaft von
Ministerpräsident Günther H. Oettinger MdL

»50plus – der Kunde der Zukunft«

Trendzielgruppe oder Zentrum jeder
Wachstumsstrategie?



5. und 6. Juni 2008
Kongresshaus Baden-Baden

Zu den 6. Europäischen Strategietagen am 5. und 6. Juni 2008 in Baden-Baden grüße ich alle Referentinnen und Referenten sowie alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer sehr herzlich. Die Europäischen Strategietage sind eine hervorragende Plattform, um durch konstruktive Debatten branchenübergreifend Impulse zu setzen. Sehr gerne habe ich für diese Veranstaltung die Schirmherrschaft übernommen.

Baden-Württemberg zählt zu den stärksten und wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsstandorten Europas. Als Land der Tüftler und Ingenieure, als Land der Technik sind wir zum Wachstums- und Beschäftigungsmotor in Deutschland geworden. Seit Jahren ist unsere Arbeitslosenquote Monat für Monat die niedrigste im Bundesgebiet. Das zeigt, dass wir erfolgreich sind. Unser Erfolg und unser Wohlstand gründen auf dem tatkräftigen und flexiblen Einsatz der Arbeiter und Angestellten und dem Weitblick und Engagement unserer vielen kleinen, mittleren und großen Unternehmer. Erfolgreich, weil menschlich – dies ist das Motto auch für die Zukunft unseres Landes.

Mit dieser Einstellung bietet Baden-Württemberg den geeigneten Rahmen für den Kongress. Hier zeigt sich, dass ein gelungener Umgang mit dem Kunden die Basis für den Erfolg ist. Thema der Strategietage 2008 ist »50plus – der Kunde der Zukunft – Trendzielgruppe oder Zentrum jeder Wachstumsstrategie?«. Mit der Fokussierung auf das Kundensegment 50plus bietet die Veranstaltung Vertretern unterschiedlicher Geschäftsfelder die Möglichkeit, Märkte, Strategien und Chancen für dieses Kundensegment zu erörtern.

Allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Kongresses wünsche ich informative und lehrreiche Tage in Baden-Baden.



A handwritten signature in blue ink that reads "G. Oettinger". The signature is stylized and written in a cursive script.

Günther H. Oettinger MdL
Ministerpräsident des Landes Baden-Württemberg

Unter den Sprechern sind:

**Hendrike Brenninkmeyer**

Freie Journalistin und ARD-Moderatorin, EinsExtra aktuell, Hamburg

**Prof. Dr. Thomas Dobbstein**

Wissenschaftlicher Leiter, Customer Research 42 GmbH, Lehrstuhl Berufsakademie Ravensburg

**Michael Drautz**

Geschäftsführer, Festspielhaus Baden-Baden

**Dr. Achim Egner**

Vorstand und Partner, Fichtner Management Beratung AG, Stuttgart

**Angelika J. Engel**

Betriebswirtin, MBA, Spezielle Kundengruppen (Ergonomie), Ford-Werke GmbH, Köln

**Gerhard Fuchs**

Dipl.-Kfm, Geschäftsführer, die fuechse Gesellschaft für Marketing + Kommunikation + Medien mbH, München

**Niels Hagemann**

Geschäftsführer, MDM Münzhandelsgesellschaft mbH Deutsche Münze, Braunschweig

**Jochen Hahn**

Geschäftsführer, Global Research GmbH, Hamburg

**Hans-Dieter Hillmoth**

Geschäftsführer und Programmdirektor der Radio/Tele FFH GmbH & Co. Betriebs-KG, Bad Vilbel

**Thomas Kipp**

Mitglied des Bereichsvorstands BRIEF Deutschland, Vertrieb Brief Geschäftskunden, Deutsche Post AG, Bonn

**Dr. Markus J. Kreckting**

CEO, CODE-No.com GmbH, Frankfurt a.M.; vormals Direktor für Neue Medien sowie für Marketing und Kommunikation, Neckermann, Frankfurt a.M.

**Prof. Dr. Ernst-Moritz Lipp**

Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt a.M.; Geschäftsführender Gesellschafter, Odewald & Compagnie Gesellschaft für Beteiligungen mbH, Berlin; Vorsitzender des Kongresses

**Bernd M. Michael**

Inhaber, BMM Büro für Markenarchitektur, Düsseldorf

**Hansjürgen Milhan**

Freier Journalist, Moderator der Seniorensendung »In unserem Alter«, WDR-Hörfunk, Köln

**Dr. Jürgen Pfister**

Bereichsleiter Personal und Soziales, METRO AG, Düsseldorf

**Hans-Georg Pompe**

Geschäftsführer und Inhaber der Unternehmensberatung HANS-GEORGPOMPE, Bruchsal

**Prof. Dr. Marcus Schögel**

Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen

**Ulrike Stöcker**

Ressortleiterin Unternehmenskommunikation, EDEKA Handelsgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH, Rottendorf

**Werner Sülberg**

Dipl.-Volkswirt, Bereichsleiter Konzernentwicklung/Marktforschung, Touristik der REWE Group, Deutsches Reisebüro GmbH, Frankfurt a.M.

**Guido Tappeser**

Vertriebsdirektor L'ORÉAL PARIS, L'ORÉAL HAARKOSMETIK UND PARFÜMERIEN GMBH & CO. KG, Düsseldorf

**Anja D. Traum M.A.**

Bereichsleiterin Kundenvertrieb, Kabel BW GmbH & Co. KG, Heidelberg

**Dirk Wellenberg**

Bereichsleiter Zielgruppenmanagement Private Investoren, Dresdner Bank AG, Frankfurt a.M.

**Prof. Dr. Ralf Wagner**

SVI-Stiftungslehrstuhl für Internationales Direktmarketing, DMCC – Dialog Marketing Competence Center, Universität Kassel

**Dr. Adrian Weser**

Leiter Marketing, Research & Services, Leiter Bauer Media Akademie, Bauer Media KG, Hamburg

1. Kongresstag, Donnerstag, 5. Juni 2008

8.30 Uhr Registrierung & Networking

9.00 Uhr Begrüßung

Dr. Nader Maleki | Präsident, International Bankers Forum e.V., Frankfurt a.M.
 Wolfgang Gerstner | Oberbürgermeister, Stadt Baden-Baden

Eröffnung

Prof. Dr. Ernst-Moritz Lipp | Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt a.M.;
 Geschäftsführender Gesellschafter, Odewald & Compagnie Gesellschaft
 für Beteiligungen mbH, Berlin; Vorsitzender des Kongresses

Keynote

»Warum ignoriert das Marketing die kaufkräftigste Zielgruppe aller
 Zeiten – die Generation 50plus?«

Bernd M. Michael | Inhaber, BMM Büro für Markenarchitektur, Düsseldorf

10.00 Uhr Podiumsdiskussion I · Plenum

»Wer ist die Zielgruppe ›50plus‹ und wie kann sie identifiziert und
 segmentiert werden?«

Niels Hagemann | Geschäftsführer, MDM Münzhandelsgesellschaft mbH Deutsche Münze,
 Braunschweig
 Hans-Dieter Hillmoth | Geschäftsführer und Programmdirektor der Radio/Tele FFH GmbH & Co.
 Betriebs-KG, Bad Vilbel
 Werner Sülberg | Dipl.-Volkswirt, Bereichsleiter Konzernentwicklung/Marktforschung,
 Touristik der REWE Group, Deutsches Reisebüro GmbH, Frankfurt a.M.
 Dr. Adrian Weser | Leiter Marketing, Research & Services, Leiter Bauer Media Akademie,
 Bauer Media KG, Hamburg

Moderation

Prof. Horst-Richard Jekel | Geschäftsführender Gesellschafter, SPPC Group, Stuttgart; Professor für
 Kundenbeziehungsmanagement, Berufsakademie Mannheim

11.00 Uhr Kaffeepause & Networking

11.30 Uhr Podiumsdiskussion II · Plenum

»Wie gewinne ich den Kunden ›50plus? – Wertorientierte
 Neukundengewinnung«

Dr. Achim Egner | Vorstand und Partner, Fichtner Management Beratung AG, Stuttgart
 Guido Tappeser | Vertriebsdirektor L'ORÉAL PARIS, L'ORÉAL HAARKOSMETIK UND
 PARFÜMERIEN GMBH & CO. KG, Düsseldorf
 Anja D. Traum M.A. | Bereichsleiterin Kundenvertrieb, Kabel BW GmbH & Co. KG, Heidelberg
 Dirk Wellenberg | Bereichsleiter Zielgruppenmanagement Private Investoren, Dresdner
 Bank AG, Frankfurt a.M.

Moderation

Prof. Dr. Michael Ceyp | Professor für Marketing, Fachhochschule Wedel

12.30 Uhr Mittagessen & Networking

14.00 Uhr Workshops I

Aus der Praxis für die Praxis [Parallele Veranstaltungen]

1.1

»Goldene Best Ager – Wie das HVB Wealth Management die Zielgruppe
 ›50plus‹ systematisch erschließt und betreut«

Rauno Gierig | Leiter Neukundenmanagement, HypoVereinsbank AG, München
 Gregor Wolf | Geschäftsführer, Global Direct GmbH, Idstein

1.2

»50plus – Eine interessante Zielgruppe für Finanzdienstleister?«
 Besondere Wünsche und Anforderungen der Zielgruppe an Finanzprodukte

Wolfram Erling | Leiter Zukunftsvorsorge, Union Investment Privatfonds GmbH, Frankfurt a.M.

15.00 Uhr Kaffeepause & Networking

15.30 Uhr Fachvorträge · Plenum

Aus der Praxis für die Praxis

»Was macht Produkte und Services im Segment ›50plus‹ erfolgreich? –
Unternehmererfolg durch zielgruppengerechte Angebote«

Fachvortrag 1

Angelika J. Engel

»Mobilität in einer sich verändernden Welt«

| Betriebswirtin, MBA, Spezielle Kundengruppen (Ergonomie),
Ford-Werke GmbH, Köln

Fachvortrag 2

Hansjürgen Milhan

»Senioren der Zukunft. Preisbewusst, kritisch, anspruchsvoll.«

| Freier Journalist, Moderator der Seniorensendung »In unserem Alter«,
WDR-Hörfunk, Köln

16.30 Uhr Open Foren I + II

[Parallele Veranstaltungen]

Open Forum I

»Wie werthaltig und homogen ist diese Zielgruppe wirklich?«

- Welche Gemeinsamkeiten hat die Generation ›50plus‹?
- In welchen Fällen ist eine weitere Segmentierung der Generation ›50plus‹ erforderlich?
- Welche Ansprüche, Wünsche und Bedürfnisse haben die Best Ager?
- Wann bedarf es einer differenzierten Ansprache dieser Zielgruppe?

Prof. Dr. Thomas Dobbstein

| Wissenschaftlicher Leiter, Customer Research 42 GmbH, Lehrstuhl
Berufsakademie Ravensburg

im Dialog mit

Gerhard Fuchs

| Dipl.-Kfm., Geschäftsführer, die fuechse Gesellschaft für Marketing +
Kommunikation + Medien mbH, München

Open Forum II

»Die Zielgruppe im Fokus: Konsumneigungen – Informations- und
Kaufverhalten – Trends«

Im Dialog

Helmut Mohnstein

| (68 Jahre), Unternehmer im Ruhestand, München

Hildegard von Losen

| (55 Jahre), Marketingmanagerin, Düsseldorf

Friedhelm Schuhmann

| (73 Jahre), Rentner, ehemals Kundenservice, Leipzig

Jochen Hahn

| (39 Jahre), Geschäftsführer, Global Research GmbH, Hamburg

Moderation

Hendrike Brenninkmeyer

| Freie Journalistin und ARD-Moderatorin, EinsExtra aktuell, Hamburg

17.30 Uhr Ende des 1. Konferenztages

19.00 Uhr Empfang & Abendveranstaltung

22.30 Uhr Ende der Abendveranstaltung

Donnerstag, 5. Juni 2008

Finden Sie die Themen und Netzwerke unserer Veranstaltungen
auch auf unserem Web 2.0 Portal: www.define-finance.com



2. Kongresstag, Freitag, 6. Juni 2008

9.00 Uhr Registrierung & Networking

9.30 Uhr Einleitung

Prof. Dr. Ernst-Moritz Lipp | Johann Wolfgang Goethe-Universität, Frankfurt a.M.; Geschäftsführender Gesellschafter, Odewald & Compagnie Gesellschaft für Beteiligungen mbH, Berlin; Vorsitzender des Kongresses

Keynote

»Ansatzpunkte und Herausforderungen für einen erfolgreichen Umgang mit der Generation 55+ – Auf dem Weg zu einem Ageless Marketing?«

Prof. Dr. Marcus Schögel | Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen

10.15 Uhr Workshops II & Fachvorträge **Aus der Praxis für die Praxis** [Parallele Veranstaltungen]

2.1 »Internet im latenten Paradigmenwechsel – Wie die Zielgruppe ›50plus‹ die Veränderung des Internets beeinflussen wird. Ein Streifzug anhand von Praxisbeispielen.«

Dr. Markus J. Krechting | CEO, CODE-No.com GmbH, Frankfurt a.M.; vormals Direktor für Neue Medien sowie für Marketing und Kommunikation, Neckermann, Frankfurt a.M.

2.2 »Best Ager als Chance begreifen – Wandel in der Unfallversicherung«

Rudolf Kayser | Direktor Unfallversicherung, ERGO-Versicherungsgruppe, Hamburg

2.3 »Direktmarketing für Best Ager: Im Dialog mit einer anspruchsvollen Zielgruppe«

Prof. Dr. Ralf Wagner | SVI-Stiftungslehrstuhl für Internationales Direktmarketing, DMCC – Dialog Marketing Competence Center, Universität Kassel

11.15 Uhr Kaffeepause & Networking

11.45 Uhr Podiumsdiskussion III · Plenum

»Wie binde ich den Kunden ›50plus‹ richtig in einer langfristigen und werthaltigen Kundenbeziehung?«

Michael Drautz | Geschäftsführer, Festspielhaus Baden-Baden

Thomas Kipp | Mitglied des Bereichsvorstands BRIEF Deutschland, Vertrieb Brief Geschäftskunden, Deutsche Post AG, Bonn

Dr. Jürgen Pfister | Bereichsleiter Personal und Soziales, METRO AG, Düsseldorf

Ulrike Stöcker | Ressortleiterin Unternehmenskommunikation, EDEKA Handelsgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH, Rottendorf

Moderation

Raoul Fischer | Chefredakteur, Haufe Fachmedia GmbH & Co KG, Magazin acquisa, Freiburg

12.45 Uhr Schlussvortrag

»Marktmacht ›50plus‹ – Best Ager verführen und begeistern, aber wie?«

Hans-Georg Pompe | Geschäftsführer und Inhaber der Unternehmensberatung HANSGEORG POMPE, Marketing für begeisterte Kunden 50plus, Bruchsal/Baden-Württemberg

13.15 Uhr Mittagessen & Networking

14.30 Uhr Ende der Veranstaltung

Für die Begleitpersonen der KongressteilnehmerInnen bieten wir am Freitag, den 6. Juni 2008 ein ganz besonderes Highlight an.

Besuch des Museums Frieder Burda

Treffpunkt 10.50 Uhr vor dem Haupteingang des Kongresshauses Baden-Baden
Dauer: ca. 1 Stunde

Die international renommierte Sammlung Frieder Burda konzentriert sich auf die Klassische Moderne und die Zeitgenössische Kunst; sie umfasst inzwischen fast 800 Gemälde, Skulpturen, Objekte und Arbeiten auf Papier, die in wechselnden Präsentationen unter immer wieder neuen Kontexten der Öffentlichkeit vorgestellt werden.



Gourmet-Touring

Treffpunkt: 12.00 Uhr vor dem Museum Frieder Burda
Dauer: ca. 2,5 Stunden

Baden-Baden zeichnet sich durch vier Luxushotels aus – Steigenberger Badischer Hof, Steigenberger Europäischer Hof, das Dorint Maison Messmer und Brenner's Park-Hotel & Spa. Gemeinsam laden sie zum Gourmet-Touring ein: drei von ihnen lernen die Begleitpersonen der Kongressteilnehmer dabei kulinarisch kennen.



Vorspeise

Den Auftakt zu diesem kulinarischen Spaziergang durch die Luxushotellerie Baden-Badens bildet das Brenner's Park-Hotel & Spa. Lassen Sie sich entführen und blicken Sie hinter die Kulissen eines Grandhotels. Tauchen Sie ein in die unvergessliche Küchenatmosphäre und erleben Sie einen Cocktail Prolongé der besonderen Art. Küchenchef Rudolf Pellkofer überrascht Sie mit einer Variation von kulinarischen Köstlichkeiten aus der Brenner's Küche. Degustieren Sie Spitzengewächse aus ganz Europa und genießen Sie es, in einem der schönsten Grandhotels der Welt zu speisen.



Maison Messmer
Baden-Baden

Hauptgang

Anschließend führt Sie der Spaziergang durch die weltberühmte Lichtentaler Allee, hin zum Dorint Maison Messmer Baden-Baden. Wo Kaiser und Kaiserin einst Hof hielten, ist der Gast auch heute König. Erleben Sie das mondäne und exklusive Flair Baden-Badens, gepaart mit vielfältiger Gastronomie und einem World of Spa der Sonderklasse. In Form des Hauptgangs – Eidenländer Lammrücken mit einer Artischocken-Stopfleberkruste an Trüffeljus, karamelisierter Paprika-Tatar und Parmesangnocchi – erwartet Sie hier der exquisite Mittelpunkt Ihrer einzigartigen kulinarischen Reise. Genießen Sie im Gourmetrestaurant J.B. Messmer edle Kreationen vom Küchenchef Michael Alberti und Gastgeber Siegfried Sablotni.



Dessert

Beschließen Sie die sommerliche Gourmet-Tour durch Baden-Baden im traditionsreichen Steigenberger Badischer Hof. Küchenchef Klaus-Dieter Lein kredenzt süße Verführungen rund um die Erdbeere. Genießen Sie die vielfältigen Variationen dieses »Erdbeertraums« im zauberhaften Hotelpark des »Badhofs«, wie das Hotel auch liebevoll genannt wird.



Veranstaltungstermin

5. und 6. Juni 2008

Veranstaltungsort

Kongresshaus Baden-Baden
 Augustaplatz 10
 76530 Baden-Baden

Konferenzsprache

Deutsch

Anmeldung

Bitte faxen Sie das ausgefüllte
 Anmeldeformular an das Organisationsbüro.

Teilnahmegebühr

€ 950,00 (zzgl. 19% MwSt.)

Unterkunft

In Hotels unterschiedlicher Kategorien können
 Zimmer mit dem Formular auf der Rückseite
 des Anmeldebogens gebucht werden.

Organisationsbüro

Maleki Group
 Financial Communications & Consulting
 Gila Fascher/Nicole Bargmann
 Wiesenau 1
 60323 Frankfurt am Main
 Telefon: +49 (0) 69 97 176-304/-173
 Telefax: +49 (0) 69 97 176-355
 E-Mail: g.fascher@malekigroup.com
 n.bargmann@malekigroup.com

Programm

Änderungen im Konferenzprogramm bleiben
 vorbehalten. Sollte die Veranstaltung aus
 Gründen, die vom Veranstalter nicht zu ver-
 treten sind, abgesagt werden, ist jedwede
 Haftung des Veranstalters ausgeschlossen.

Weitere Informationen

www.strategietage.com

Hauptsponsoren



Co-Sponsor



Initiatoren



Hauptmedienpartner



Medienpartner



Weitere Sponsoren

