3. Jahreskongress mit Fachausstellung für Marketing-Entscheider

Marketingleiter Forum 2008

1. und 2. Dezember 2008 in Berlin

Mit effizienten Marketingstrategien differenzierte Zielgruppen erreichen!

Freuen Sie sich auf:

Dietmar J. Salein
Kneipp Gruppe

Georg Thaller
Fissler GmbH

Max Wittrock
Mymuesli GmbH

Andreas Dobratz
Danfoss GmbH

Christian Kahl
Voith Industrial Services AG

Mitglied der Hall of Fame der Deutschen Werbung!

Bernd M. Michael
Präsident des DMV

Topaktuelle Beiträge

4 parallele Fachforen

2 Vertiefungs-Workshops am 3. Dezember 2008

Hochkarätige Referenten u. a. aus folgenden Firmen:

- ✔ Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG
- ✔ HypoVereinsbank AG
- ✔ Daniel Swarovski Corporation AG
- ✔ Neckermann Management Service GmbH
- ✔ Robert Bosch GmbH
- ✔ Saatchi & Saatchi GmbH
- ✔ Sartorius AG
- ✔ technotrans AG

Die aktuellen Brennpunkte des Kongresses:

- **Paradigmen-Wechsel im Marketing**: dem Kundennutzen folgen
- **Die Top-Marketing-Trends 2020**: Virus-, Lovemarks-, Erlebnis-Effekte
- **Im Spannungsfeld**: knappe Budgets vs. höhere Anforderungen
- **Re-Branding**: Marken neu positionieren
- **Marketing-Effizienz**: die Rolle des Marketing-Controllings
- **Trendforschung**: Marktchancen erkennen und nutzen
- **Die effektive Marketing-Abteilung**: Prozesse optimieren

Premiumpartner: DIVOLUTION

Sponsor: jaron DIRECT

Medienpartner: acquisa, marke41, ONE to ONE, Competence SITE, marketing BÖRSE, TV1.DE home of IPTV

Versandpartner: Deutsche Post

Veranstalter: MANAGEMENTCIRCLE® BILDUNG FÜR DIE BESTEN

www.marketingleiterforum.de

Persönliche Einladung des Veranstalters

Marketingleiter Forum 2008

Sehr geehrte Damen und Herren,

die steigende Anzahl der on- und offline Werbekanäle und die zunehmende Reizüberflutung der Konsumenten zwingen Sie als Marketingleiter Ihr Budget so effektiv und effizient wie möglich einzusetzen.

Haben auch Sie bereits die Marketing-Effizienz Ihres Unternehmens auf den Prüfstand gestellt? Nur mit effizienten Prozessen und einer effektiven Strategie können Sie die gute Konjunkturlage so lange wie möglich ausnutzen. Zudem müssen Sie die Chancen für neue Produkte und neue Märkte erkennen und nutzen. Um das Wachstumspotenzial Ihres Unternehmens zu steigern, ist es wichtig, Kundenbedürfnisse nicht nur zu erkennen, sondern die Marketingstrategie auf den Kunden auszurichten.

Das **Marketingleiter Forum 2008** – der 3. Management Circle Jahreskongress für Marketing-Entscheider – steht im Fokus der Wirksamkeit von Marketingkanälen, des bestmöglichen Budget-Einsatzes und der Einbindung des Kunden in den Marketingprozess. Renommierte Praktiker informieren über die Marketing-Kommunikation im Zeichen der Meinungsführeransprache sowohl online als auch offline. Bei der etablierten Veranstaltung treffen Sie wieder auf über 100 Marketing-Entscheider und diskutieren die aktuellen Top-Trends im Marketing.

Fachwissen & Diskussion auf dem Marketingleiterforum

- **Fachkongress**: Im Plenum erleben Sie eine spannende Mischung aus zukunftsweisenden Vorträgen, hochkarätigen Referenten und handfesten Berichten aus der Marketing-Praxis!
- **Fachforen:** In 4 parallelen Fachforen vertiefen Sie die für Sie spannenden Spezial-Themen!
- **Workshops:** In 2 anhängenden Workshops erarbeiten Sie Ihre individuellen Lösungen!
- **Networking-Plattform:** Sie haben Gelegenheit, wertvolle Kontakte zu knüpfen und sich mit Fachleuten auszutauschen!

Herausragende Best Practise-Beispiele zeigen, wie Sie

- Ihre Marketingstrategie an Kundenbedürfnisse ausrichten
- traditionelle Marken erfolgreich repositionieren
- den Kunden in die Produktentwicklung einbeziehen
- mittels Trendforschung neue Marktchancen erkennen
- mit PR und Online-Kommunikation den Kunden erreichen
- Marken zielgerichtet positionieren
- eine effiziente Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb bewirken

Hören Sie Top-Beiträge unserer Keynote Speaker, wie:

- **Michael Samak**, Chief Executive Officer der **Saatchi & Saatchi GmbH**, informiert Sie über die neuesten Marketing-Trends!
- **Stephan Koziol,** Inhaber und Geschäftsführer der **Koziol ideas for friends GmbH**, zeigt, wie sich ausschließlich mit PR und POS-Kommunikation eine außergewöhnliche Lifestyle-Design-Marke etablieren lässt.
- **Prof. Dr. Volker Trommsdorff**, Inhaber des Lehrstuhls Marketing der **Technischen Universität Berlin**, diskutiert mit Ihnen den Paradigmen-Wechsel im Marketing. Welche Bedeutung hat die aus den USA importierte Service Dominant Logic of Marketing in Deutschland?

Fachbeirat

Wir danken dem Fachbeirat des Marketingleiter Forum 2008 für die inhaltliche Unterstützung!

Prof. Dr. Volker Trommsdorff
Inhaber des Lehrstuhls Marketing,
Technische Universität Berlin

Alexander Hornikel
Marketingleiter,
Unternehmensberatung Mittelstand

Raimund Milz
Generalbevollmächtigter und
Chief Marketing Officer (CMO),
GE Money Bank GmbH

Adriana M. Nuneva
Senior Vice President,
Global Marketing,
Heidelberger Druckmaschinen AG

Marketingleiter chatten exclusiv!

Speziell für Sie haben wir einen **Web-Chat** eingerichtet. Nutzen Sie die Gelegenheit und **treffen Sie sich online** zwei Wochen **nach der Veranstaltung** mit Referenten und Teilnehmern. Diskutieren Sie Ihre wichtigsten **Erkenntnisse und die Top-Themen** aus dem Kongress. Klären Sie letzte Fragen und holen Sie sich wertvolle Impulse für Ihren Praxistransfer. So profitieren Sie langfristig von dem Kongress! Der Chat findet auf der Homepage der webacad – ein Unternehmensbereich der Management Circle-Gruppe – statt.

Ein besonderer Platz – ein besonderes Erlebnis

Im Anschluss an das Programm des ersten Kongresstages lädt **Management Circle** Sie zu einem Get-Together in außergewöhnlicher Atmosphäre ein.

Genießen Sie den Charme des aufwendig instand gesetzten Industriedenkmals Umspannwerk Ost. Diskutieren Sie in den Räumen der Palisa.de in ungezwungenem Rahmen die Themen des Tages und genießen Sie den **Wirtschaftskabarettisten und Bürocomedian Hans Gerzlich**.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Iris Krämer

Iris Krämer
Senior Kongress Managerin
Tel. 0 61 96 / 47 22-688
E-Mail: kraemer@managementcircle.de

Plenum

Vorsitz:
Prof. Dr. Volker Trommsdorff
Inhaber des Lehrstuhls Marketing,
Technische Universität Berlin

8.15 Eröffnung der Fachausstellung und Ausgabe der Kongressunterlagen an die Teilnehmer

9.00 Begrüßung durch Management Circle und den Vorsitzenden

9.15 **Paradigmen-Wechsel im Marketing – Service Dominant Logic of Marketing**

- Marketing im grundlegenden Wandel: Änderung der eigenen Definition?
- Vom Produktdenken und Transaktionsmarketing zum Dienstleistungs- und Beziehungsmarketing
- „Service Dominant Logic" – Ursprung, Ziel, Zukunft
- Trend aus den USA – wie gehen Marketingleiter in Deutschland damit um?

Prof. Dr. Volker Trommsdorff

10.00 **„P.S. Ich liebe Dich" oder: die wichtigsten Marketingtrends** Keynote Speaker

- Das Marketing wird durchschaut
- Die neue Welt der Verbraucher: die Attraction Economy
- Emotionen führen zu Handlungen
- Mehr als Marken: Lovemarks
- Mit Geheimnissen, Sinnlichkeit und Intimität zu Markenloyalität jenseits der Vernunft

Michael Samak
Chief Executive Officer,
Saatchi & Saatchi GmbH

10.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

11.15 **Der Marketingleiter im Spannungsfeld zwischen Budget-Reduzierung und Ertragssteigerung** Keynote Speaker

- Strategische Unternehmensführung in schlechten Zeiten
- Aufgaben und Möglichkeiten im Marketing
- Synchronisierung der Aufgaben von Marketing und Vertrieb
- Kann Kreativität fehlende Mittel ersetzen?
- Above-the-Line versus Below-the Line

Raimund Milz
Chief Marketing Officer, Generalbevollmächtigter,
GE Money Bank GmbH

12.15 **Revitalisierung der Marke Kneipp – Neuentwicklung und Implementierung einer Firmenstrategie** Keynote Speaker

- Ausgangsanalyse der Unternehmenssituation und des Markenkerns
- Entwicklung von Mission Statement und Strategie
- Umsetzung notwendiger Restrukturierungsmaßnahmen
- Umsetzung der Marketing-Strategie
- Kneipp wirkt: Ergebnisse

Dietmar J. Salein
Geschäftsführer,
Kneipp-Gruppe

13.00 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

14.30 bis 16.45 PARALLELE FACHFOREN 1 und 2 →→→

16.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

17.30 **Von der Traditionsmarke zur Moderne** Keynote Speaker

- Mit Tradition den Anschluss nicht verpassen
- Systematische Modernisierung der Produktpalette
- Markteintritt in Asien als Lifestyle-Marke
- Trendthema Kochshows – Kochpromis als Testimonials

Georg Thaller
Geschäftsführer,
Fissler GmbH

18.15 Abschließende Zusammenfassung

18.30 Abend-Event im Umspannwerk Ost

Ein brillanter Kabarettist!

Der Wirtschaftskabarettist Hans Gerzlich gibt Auszüge aus seiner aktuellen Bühnenproduktion „Geld für alle" und stellt Höhepunkte seines Repertoirs vor.

Aus der Presse: *„Dass Wirtschaft und Comedy eine unterhaltsame Mischung geben können, zeigt er in seinem neuen Programm. ... Mit Sprachwitz jongliert er mit Begriffen aus der Wirtschaft, so dass Ökonomie, Schweinezyklus und Marktwert eine ganz neue Bedeutung bekommen."* (Westdeutsche Zeitung)

Genießen Sie ein Abend-Event innerhalb einer anspruchsvollen Architektur und angenehmen Atmosphäre. Für Ihr leibliches Wohl ist gesorgt!

1. Kongresstag, 1. Dezember 2008

Fachforum 1

Strategische Marketingplanung

Moderatorin:
Prof. Dr. Marion Halfmann
Professorin für BWL, insb. Marketing,
Fachhochschule Köln-Gummersbach

14.30 Ertragreiche Marketingstrategien realisieren
- Strategiediskussion im Marketing – quo vadis?
- Auf dem Weg zur erfolgreichen Umsetzung
- Wie Strategien messbar werden

Prof. Dr. Marion Halfmann

15.15 Trendforschung für Marketingleiter
- Das Trendforschungs-Projekt bei Brose
- Erfolgskriterien für die Durchführung
- Implikationen für die Marketingstrategie

Klaus Kögel, Leiter Marketing Brose Gruppe,
Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. KG

16.00 Konsequente Ausrichtung der Marketing-strategie an den Kundenbedürfnissen
- Drastische Änderung des Marktumfeldes
- Anpassung der Markenstrategie
- Anpassung von Marketing-Mix, Organisation, Produktentwicklung

Dr. Annette Becker
Abteilungsleiterin Brandmanagement,
Robert Bosch GmbH Power Tools

Fachforum 2

Kundenorientierte Produktpositionierung

Moderator:
Martin Schyga
Leiter Marketing & Sales,
Sartorius AG

14.30 Besser als der Wettbewerb durch innovativere Produkte
- Innovationspotenziale identifizieren
- Kleine Dinge machen den Unterschied
- Die richtige Positionierung

Martin Schyga

15.15 Berücksichtigung der Kundenwünsche im Produktentstehungsprozess
- Erkennung und Nutzung der Kundenwünsche
- Von der Schwarmintelligenz zur Produktstrategie
- Integration von Schlüsselkunden und „Opinion Leadern"

Joachim Geiger, Product Group Director,
technotrans Aktiengesellschaft

16.00 Mit dem Kundenwert zu einer dauerhaften Kundenbeziehung
- Herausforderungen des Alltags
- Das CRM Projekt bei neckermann.de
- Soviel Umsatz wie möglich, soviel Verfügungs-rahmen wie nötig

Titus Keerl, Leiter Kampagnen und Database,
Neckermann Management Service GmbH

2. Kongresstag, 2. Dezember 2008

Ple

Vorsitz:
Prof. Dr. Volker Trommsdorff
Inhaber des Lehrstuhls Marketing,
Technische Universität Berlin

9.00 Eröffnung des 2. Kongresstages

9.15 Optimierung der Zielgruppen-Ansprache durch Onsite Targeting
- Bedeutung von Onsite Targeting für „Nicht-eCommerce-Unternehmen" – zielgruppen-gerechte Online-Kommunikation
- Zieldefinition und Analyse des Nutzerverhaltens
- Bildung von sinnvollen Profilsegmenten und Targeting-Regeln
- Umsetzung und Optimierung des Targetings mit dem Lösungsanbieter DIVOLUTION®

Nidal Sadeq
Director Marketing & Sales,
Movie Park Germany GmbH & Co KG

10.00 User-generated Frühstück – lassen Sie uns über Müsli sprechen

Preisträger „Enable 2 start Gründungspreis 2007"

- mymuesli: Das Frühstück aus dem Internet
- Markenaufbau durch Public Relations
- Online Markenkommunikation – im Gespräch bleiben
- Social epidemics – und am Ende nur noch die anderen reden lassen, oder?

Max Wittrock
Geschäftsführer,
Mymuesli GmbH

10.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

11.15 Marketing-Effizienz und Controlling oder die neue Sicht der Dinge

Mitglied der „Hall of Fame" der Deutschen Werbung

- Die Rolle des Marketing Controllers der Zukunft
- ROI Mentalität als neue Benchmark
- Dachmarken-Strategien lösen Mono-Marken ab
- Media wird zum Investitions-Berater
- New Media: die kalkulierte Ungenauigkeit
- Die multifunktionelle Marke

Bernd M. Michael, Inhaber,
BMM Büro für Markenarchitektur und
Präsident des DMV

12.00 Marketing als Key Driver für mehr Effizienz und Effektivität im Vertrieb

Keynote Speaker

- Mit effektiven Marketingprozessen zu mehr Wachstum und Profitabilität
- Systematische Integration von Market Intelligence-Lösungen, Online-Kommunikation und der Vertriebsorganisation

enum

- Verfügbarkeit von strukturierten Marketing-informationen für Marketing und Vertrieb
- Neue Anforderungen an die Marketing-Kommunikation von Morgen
- Ausrichtung intelligenter Kommunikations- und Market Intelligence-Konzepte auf Geschäftsziele
- Weltweite interne Koordination von Konzern-neuigkeiten

Andreas Dobratz
Mitglied der Geschäftsleitung,
Danfoss GmbH

12.45 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

14.15 bis 15.45 PARALLELE FACHFOREN 3 und 4 →→→

15.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.30 **Von der Schneekugel zur Lifestyle-Design-Marke – Marken-entwicklung ohne klassische Werbung** Keynote Speaker

- Vom Handwerk zur internationalen Lifestyle-Design-Marke – Made in Germany als Qualitäts-siegel
- „Mache Deine Welt besser und Dich selbst glücklicher" – die klare Zielgruppen-Ausrichtung
- Klasse statt Masse – Positionierung der Marke durch Public Relations und gezielte Kommunikation am POS
- Kernkompetenz Glück als Kundennutzen
- Die Marke mit allen Sinnen erleben – die Koziol Glücksfabrik

Stephan Koziol
Geschäftsführender Gesellschafter,
Koziol ideas for friends GmbH

17.15 Diskussion und abschließende Zusammenfassung

17.30 Ende des Kongresses

Stimmen zum Marketingleiter Forum 2007

- ***„Kompetenter und vielschichtiger Vortrag über eine komplexe Thematik verbunden mit anschaulichen Praxisbeispielen."***
  J. Brinkmann, Leiter Marketing, Benteler Stahl/Rohr
- ***„Ein konzentrierter und dennoch breit gefächerter Blick über den Tellerrand."***
  Ingeborg Lades, Innovation Managerin, Siemens AG
- ***„Schön, branchenübergreifende Einblicke auf hohem Niveau."***
  M. Radtke, Werbeleiter, mhplus Betriebskrankenkasse

Fachforum 3

Strategische Markenführung

Moderator:
Christian Kahl, Vice President Marketing,
Voith Industrial Services AG

14.15 **Die Bedeutung des Markenwertes im B2B**

- Gelebte Werte eines Familienunternehmens
- Integration von Kulturen/Marken
- Markenkommunikation im Mischkonzern
- Markenwerte untermauern mit Referenzen
- Internationale Markenpositionierung

Christian Kahl

15.00 **Marketing- und Markenstrategie im Wealth Management Markt**

- Markenpositionierung und Branding
- Erfolgreiche Zielgruppenpositionierung mit geringen Streuverlusten
- Zielgruppenspezifische Kundenstrategien
- Aktives Beschwerdemanagement und erfolgreiche Feedback-Aktivierung
- Customer Experience Management: Wandlung von themenbezogenen Maßnahmen zum segmentorientierten Ansatz

Gabriele Volz, Bereichsleitung Marketing,
Division Wealth Management,
HypoVereinsbank AG

Fachforum 4

Innovative Kommunikationsstrategien

Moderator:
Dr. Christian Bachem
Geschäftsführer,
.companion Strategieberatung

14.15 **Marketing & Kommunikation im Zeitalter des Web 2.0**

- Wie das Internet zu immer neuen Höhenflügen ansetzt
- Nutzerbeteiligung als treibende Kraft
- Marketing in der Engagement Economy
- Das Web wird verschwinden, Engagement Marketing bleibt

Dr. Christian Bachem

15.00 **Aufbau eines eigenen Kundenpanels**

- Die Aspekte Kosten und Zeit der Onlineforschung
- Ausgewählte Themenfelder
- Grenzen der Onlineforschung
- Aufbau des Kundenpanels
- Fortlaufende Pflege des Kundenpanels
- Ausblick: Panelkooperation/-öffnung

Dr. Alexander Linder
Director Research and Analysis,
Daniel Swarovski Corporation AG

Vertiefungs-Workshop 1

Kennzahlen für Marketingleiter

Moderator:

Prof. Dr. Mario Stoffels,
Professor für Controlling,
Fachhochschule Eberswalde

Zum Thema:
Als Marketingleiter stehen Sie in der Verantwortung, die Marketingmaßnahmen einzuleiten, die nicht nur erfolgreich, sondern auch messbar sind. Um Ihren **Beitrag zum Unternehmensgewinn** überzeugend darzustellen, benötigen Sie ein **transparentes Kennzahlensystem**, das Ihnen komprimiert den schnellen Einblick in die Entwicklung einzelner Bereiche liefert. Verschaffen Sie sich einen Überblick über Begriffe, Arten und Systeme von Kennzahlen. Lernen Sie, wie Sie Ihre Marketing-Strategien mithilfe der **Balanced Scorecard** umsetzen.

Sinn und Zweck von Kennzahlen und Kennzahlensystemen im Marketing

- Steuerung von Marketing-Aktivitäten durch Kennzahlen – Sinn oder Unsinn?
- Der ganzheitliche Ansatz eines Marketing-Kennzahlensystems
- Erfolgsvoraussetzung zur Etablierung eines Marketing-Kennzahlensystems
- Was können Kennzahlensysteme und was nicht?

Return on Marketing, Balanced Scorecard und wertorientierte Systeme

- Return on Marketing – Die monetäre Komponente des Marketingerfolgs sinnvoll messen und managen
- Balanced Scorecard im Marketing – Strategieumsetzung im Marketing gewährleisten
- Wertorientierte Kennzahlen im Marketing – Werttreiber im Marketing definieren und steuern
- Dos und Don'ts bei der Einführung von Kennzahlensystemen im Marketing

Market-Intelligence und Marketing-Kennzahlensysteme

- Market-Intelligence als Steuerungsansatz von Marketing-Aktivitäten
- Schaffung einer Grunddatenbasis für die Etablierung von Market-Intelligence und Marketing-Kennzahlensystemen
- Reportingaufbau zum permanenten Monitoring von Marketing-Aktivitäten und zur sinnvollen Entscheidungsträgerkommunikation
- Integration von Szenarien, Simulationen und Wargaming zur dauerhaften und kontinuierlichen Fundierung von strategischen Marketing-Entscheidungen
- Dos und Don'ts beim Aufbau von Marketing-Intelligence-Konzepten

Marketing-Kennzahlensysteme und IT-Unterstützung

- Die Notwendigkeit einer IT-Integration bei der Implementierung von Marketing-Kennzahlensystemen
- Überblick über bestehenden Tools zur Unterstützung
- Dos und Don'ts bei der IT-Umsetzung

Vertiefungs-Workshop 2

Digitales Marketing

Moderatoren:

Burkhard Köpper
Geschäftsführender Gesellschafter,
jaron.DIRECT GmbH

Lorenz Wacker
Director Research,
jaron.DIRECT GmbH

Zum Thema:
Maximale Effizienz im Marketing entscheidet heute über Ihre Wettbewerbsvorteile. Die Einbindung und Nutzung digitaler Kanäle ist daher unerlässlich geworden. Lernen Sie alle **wichtigen digitalen Marketingkanäle** kennen, Ihre Bedeutung, die heutigen Möglichkeiten sowie deren optimalen Einsatz. Außerdem erfahren Sie, welche technischen Steuerungsinstrumente es gibt. Darüber hinaus werden Ihnen innovative Modelle der **Vernetzung mit Offline-Maßnahmen vorgestellt**. Aktuelle Zahlen, Daten, Fakten und Best Practise Beispiele – unsere Experten vermitteln Ihnen echtes digitales Insiderwissen für Marketingentscheider.

Standards und Trends im digitalen Marketing

- Bedeutung des digitalen Marketings heute
- Welche digitalen Marketingkanäle gibt es?
- Wie finde ich den richtigen Mix? – der Mediaplan
- Die aktuellen Entwicklungen und Trends

Suchmaschinenmarketing

- Trends @ Search
- SEM – Maximaler Return
- SEO – Top Ranking
- SMO – Social Media Strategien

Online-Media Kampagnen

- Bessere Sichtbarkeit in der digitalen Welt
- Wie Sie die Lücke in Ihrem Mediaplan schließen
- Wie Sie die Media-Performance und Effizienz steigern
- Neue Media-Modelle

Affiliate Marketing

- Was ist Affiliate-Marketing?
- Aufbau eines Partnernetzwerkes
- Wie holen Sie mehr aus Vertriebspartnerschaften raus?

E-Mail Marketing

- Newsletter & Co. – E-Mail Marketing heute
- Wie man mit E-Mail neue Kunden gewinnt
- Die Strategie: Konzeption und Umsetzung
- Adressmanagement
- Der rechtliche Rahmen – Spam etc.

Cross-Media Marketing

- Wie Sie Offline-Online Kanäle verknüpfen?
- Integration von Mobile Marketing, etc.
- Controlling und Optimierung
- Die optimale B2B-Kampagne

Zeitplan der Workshops

Ab 8.15 Uhr Empfang mit Tee und Kaffee, Ausgabe der Seminarunterlagen. Am Vor- und Nachmittag finden die Kaffee- und Teepausen in Absprache mit dem jeweiligen Referenten und den Teilnehmern statt.

Beginn der Workshops	Gemeinsames Mittagessen	Ende der Seminartages
9.00 Uhr	12.30 - 13.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Premiumpartner

Die genaue Analyse des Nutzerverhaltens und das kontinuierliche Testen von Inhalten und Angeboten sind der Schlüssel zur besseren Kundenansprache. Diese führt zu weniger Streuverlusten, höheren Conversion-Rates und signifikant erhöhten Umsätzen. **DIVOLUTION®** ist Lösungsanbieter für Web-analyse, Multivariates Testing und Targeting und bietet eine automatische Online-Business Optimierung in Echtzeit.

Ansprechpartnerin: Frau Monia Schumacher
Tel.: 05 231/30 16 94
E-Mail: sales@divolution.com
Homepage: **www.divolution.com**

Sponsor

jaron.DIRECT GmbH ist Spezialist für digitales Marketing und realisiert hocheffiziente Kampagnen zur Gewinnung von Interessenten und Kunden sowie deren Bindung. Das Unternehmen wurde 1996 vom geschäftsführenden Gesellschafter Burkhard Köpper gegründet, prägt das digitale Marketing seitdem entscheidend mit und war einer der Vorreiter im Performance Marketing. Mit Hilfe innovativer Technologien misst, analysiert und optimiert man den Erfolg eingesetzter Budgets permanent. So entsteht echtes ROI-Marketing, auf das u. a. Kunden wie ING-DiBa, T-Mobile oder Allianz setzen. Mit 56 Mitarbeitern in Frankfurt und Berlin ist jaron.DIRECT heute eine der größten Agenturen für digitales Marketing.

Ansprechpartner: Herr Burkhard Köpper
Tel.: 0 69/ 0 58 66 - 0
E-Mail: koepper@jaron.de
Homepage: **www.jaron.de**

Aussteller

smavicon Best Business Presentations ist eine der führenden Präsentationsagenturen und spezialisiert auf Beratung, Konzeption, Kreation und grafische Umsetzung von Multimediapräsentationen. Seit 1993 wurden mehr als 5.000 PowerPoint-Präsentationen, 3D-Animationen und Videoclips für über 150 Branchen erstellt. Zu den Referenzen zählen z.B. Allianz, Merck, Nestlé, Paramount, SAP, Wella u.v.a.

Ansprechpartnerin: Frau Susanne Garten
Tel.: 06 155/84 44 - 0
E-Mail: kontakt@smavicon.de
Homepage: **www.smavicon.de**

WEBACAD® ist Ihr Partner für E-Learning aus einer Hand: Vom anspruchsvollen Content bis zum umfassenden Consulting. Wir erstellen für Sie ausgefeilte Onlineinhalte für Produkt- oder Fachschulungen zu Marketing-, PR- und Vertriebszwecken. Unser E-Learning-Consulting reicht von der Strategieentwicklung des Gesamtprojekts bis zur technischen Umsetzung, vom Pilotprojekt bis zu E-Marketingmaßnahmen.

Ansprechpartner: Herr Hajo Noll
Tel.: 0 61 96/77 999 - 252
E-Mail:noll@webacad.de
Homepage: **www.webacad.de**

Werden Sie Aussteller oder Sponsorpartner des Marketingleiter Forums 2008!

Für nähere Informationen zu den Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten, der Zielgruppe sowie der Entwicklung Ihres individuellen Sponsoring-Konzeptes stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Irene Kudryavy
Sales Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-663, Fax: -444
E-Mail: kudryavy@managementcircle.de

acquisa – Das Magazin für Marketing und Vertrieb – zeigt aktuell, praxisnah und perspektivisch auf, wie Unternehmen durch den richtigen Mix ihrer Vertriebs- und Marketinginstrumente zum Unternehmenserfolg gelangen. Der hohe Nutzwert für den Arbeitsalltag macht das Magazin Monat für Monat zur Pflichtlektüre für alle Entscheider in Marketing und Vertrieb.

Ansprechpartner: Herr Michael Reischke
Tel.: 09 31/27 91- 543
E-Mail: michael.reischke@acquisa.de
Homepage: **www.acquisa.de**

Die **Competence Site** ist das führende Kompetenzportal für Fach- und Führungskräfte aus Praxis und Wissenschaft mit über 1,4 Mio Business Nutzern jährlich. Die Plattform versorgt ihre Leser mit qualitativ hochwertigen Beiträgen themenspezifisch und detailliert. Engagieren auch Sie sich z. B. im Kompetenzzentrum Marketing und kontaktieren Sie Frau Jessica Goldack.

Ansprechpartnerin: Frau Jessica Goldack
Tel.: 0 30/43 72 13 42 oder 13 87
E-Mail: j.goldack@netskill.de
Homepage: **www.competence-site.de**

marke41 – Das neue Journal für Marketing inklusive Marketingforum Universität St. Gallen. marke41 ist das neue Autorenmagazin der Marketingbranche. Das Magazin der Markenmacher ist praxisnah, vermittelt Know-how aus erster Hand und bietet Marketingverantwortlichen zuverlässige und kompetente Orientierungshilfe. Das garantieren die exklusiven Beitrage: Marketing-Studien, Fallbeispiele erfolgreicher Marketer und Prognosen zu Marketing-Trends.

Ansprechpartner: Herr Friedrich M. Kirn
Tel.: 0 89/72 95 99 15
E-Mail: info@commnet-media.de
Homepage: **www.marke41.de**

Das Dienstleisterverzeichnis **marketing-BÖRSE** zählt zu den drei größten deutschsprachigen Marketingplattformen. Spezialanbieter von Außenwerbung über Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden. Initiator des Online-Verzeichnisses ist der Buchautor und Online-Pionier Torsten Schwarz.

Ansprechpartnerin: Frau Gabriele Braun
Tel.: 0 72 54/95 773 - 0,
E-Mail: braun@marketing-boerse.de
Homepage: **www.marketing-boerse.de**

ONEtoONE berichtet seit 1998 monatlich über den Dialog über alle Medien per Zeitung, Buchreihe, Internet und E-Mail-Newsletter über Branchenentwicklungen, Anwender und Dienstleiter sowie Grundlagen und Strategien.

Ansprechpartnerin: Frau Birgit Hass
Tel.: 0 40/36 98 32 - 31
E-Mail: birgit.hass@jsdialog.de
Homepage: **www.onetoone.de**

TV1.DE ist die größte, unabhängige High Performance Plattform für das Management und die Distribution von Audio- und Videoinhalten über IP-basierte Netze in Deutschland, die mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben wird. Mit über zehn Jahren Marktpräsenz und mehr als 1.400 realisierten IPTV Projekten ist TV1.DE technologischer Marktführer und gleichzeitig Motor der IPTV Branche in Europa.

Ansprechpartner: Herr Michael Westphal
Telefon: 089/960 570 - 0
E-Mail: m.westphal@tv1.de
Homepage: **www.tv1.de**

Ihre Anmeldung zum Marketingleiter Forum 2008

Fax: 06196 / 4722-999

Warum Sie das Marketingleiter Forum 2008 besuchen sollten:

1. Sie erfahren, wie Sie **ertragreiche Marketingstrategien** entwickeln und deren Umsetzung messen
2. Sie informieren sich über die **Kommunikation im Zeitalter von Web 2.0**.
3. Sie bekommen Anregungen, wie Sie Ihre **Marken repositionieren und auf Kundenbedürfnisse ausrichten**.
4. Sie hören, wie das **Marketing als Effizienz-Treiber** für den **Vertrieb agieren kann**.

So melden Sie sich an

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und möglichst bald per Fax oder Post zurücksenden, oder Sie melden sich unter www.marketingleiterforum.de an. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

per Telefon	Manuela Lindner 06196/4722-700
per Fax	06196/4722-999
schriftlich	Management Circle AG Postfach 5629, 65731 Eschborn/Ts.
per E-Mail	anmeldung@managementcircle.de

Bei Anmeldung per E-Mail geben Sie bitte unbedingt den Namen des Teilnehmers und die vollständige Firmenanschrift mit Telefon- und Faxnummer an.

Termine

Montag, 1. Dezember 2008	(1. Kongresstag anschließend Get-Together mit Abend-Event)
Dienstag, 2. Dezember 2008	(2. Kongresstag)
Mittwoch, 3. Dezember 2008	(Workshop-Tag)

Veranstaltungsort

Concorde Hotel Berlin,
Augsburger Straße 41, 10789 Berlin
Tel.: 030/800999-0 Fax: 030/800999-99
E-Mail: reservierung@concorde-hotels.com

Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer des Marketingleiter Forums 2008 steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent (Einzelzimmer) zu einem Sonderpreis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie **Ihre Reservierung rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für den zweitägigen Kongress „Marketingleiter Forum 2008" (nur Kongress) beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Dokumentation und der Abendveranstaltung € 1.895,–. Die Einzelbuchung eines Vertiefungs-Workshops kostet € 1.195,–. Bei Buchung von drei Tagen (Kongress und Vertiefungs-Workshop) beträgt die Teilnahmegebühr € 2.490,–. **Sie sparen € 600,– gegenüber der Einzelbuchung**. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Teilnehmer, die sich **bis zum 5.9.2008** anmelden, erhalten einen **Frühbucherrabatt in Höhe von € 100,–** auf den gebuchten Kongresspreis. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis 2 Wochen vor Veranstaltungsbeginn können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.

12-7106/12-57596

Marketingleiter Forum 2008

Deutsche Post
Entgelt bezahlt
74821 Mosbach

WS

☐ **Ich nehme an allen 3 Tagen des Marketingleiter Forums 2008 teil**
1. bis 3. Dezember 2008 in Berlin

☐ **Ich nehme am Kongress des Marketingleiter Forums 2008 teil**
1. und 2. Dezember 2008 in Berlin

☐ **Ich nehme am Vertiefungs-Workshop teil**
3. Dezember 2008 in Berlin

Bitte hier anmelden!

1 NAME / VORNAME

POSITION / ABTEILUNG

2 NAME / VORNAME

POSITION / ABTEILUNG

3 NAME / VORNAME (10% RABATT) - 10%

POSITION / ABTEILUNG

FIRMENNAME

STRASSE / POSTFACH

PLZ / ORT

TELEFON / FAX

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!
Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL (Mit Nennung meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, über dieses Medium Informationen der Management Circle Gruppe zu erhalten.

DATUM /UNTERSCHRIFT

Hinweis nach § 28 VI BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten.

Fax: 06196 / 4722-999

Ihre Service-Hotlines

Information: Tel. 0 61 96 / 47 22 - 805
Anmeldung: Tel. 0 61 96 / 47 22 - 700
E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

www.marketingleiterforum.de

A/BZU