

**Trends erkennen – Trends umsetzen –
von Trends profitieren!**

Kompaktseminar Trendforschung

Für die Praxis!

Ihr Termin:
28. und 29. April 2009 in Frankfurt/M.

Ihre Seminarleiter:



Prof. Dr. Marc Drüner
Steinbeis University Berlin



Prof. Dr. Volker Trommsdorff
Technische Universität Berlin

Die Praxisreferenten:

Dr. Klaus Heinzlbecker
Director Strategic Planning
BASF SE

Dr. Bernhard Morys
MBC Innovation Management
Daimler AG

Dr. Marianne Reeb
Trendforschung
Daimler AG

Martin Richter
Media & Interactive Marketing
Manager Coca-Cola GmbH

Erwerben Sie handfestes Wissen zu folgenden Themen:

- **Gesellschaftstrends und Konsumententrends**
Social Networks and Communities
CSR und Nachhaltigkeit
user-generated/open innovation
- **Analytical Ideation – Strukturiertes Aufspüren von Trends**
Subkulturen als „Trend-Petrischale“
Unternehmens- und zielgruppenspezifische Relevanz
- **Arbeiten mit Trends – Strukturierte Visualisierungen**
- **Trendorientiertes Innovationsmanagement**
Validierung von Innovationsideen
Strategische Roadmaps

**Praxisbeiträge aus Top-Unternehmen:
BASF SE, Coca-Cola GmbH und Daimler AG**

Konkrete Entscheidungshilfe in zwei Workshops

- 1. Trendorientierte Ideenentwicklung für die eigene Strategie**
- 2. Strukturierte Ideenbewertung und strategische Ausformulierung**

Medienpartner:

brainGuide
DAS EXPERTENPORTAL

management forum
starnberg

„Aus der Vergangenheit kann jeder lernen. Heute kommt es darauf an, aus der Zukunft zu lernen.“

Hermann Kahn,

Kybernetiker und Futurologe, 1922- 1983

Erster Seminartag

Seminarleiter:

Prof. Dr. Marc Drüner,

Steinbeis University, Berlin

Prof. Dr. Volker Trommsdorff,

Technische Universität, Berlin

9.30 Einführung: „Aktuelle Perspektiven für die Trendforschung“

- „Was sind Trends?“ Gesellschaftstrends und Konsumententrends
- „Warum ist Trendorientierung so wichtig?“ Fallbeispiele zu trendorientierten Innovationen und Marketing
- „Trendgurus und professionelle Trendforschung“

10.15 Kommunikations- und Kaffeepause

10.45 Trendforschung für Strategie und Innovation bei BASF

- Megatrends als Startpunkt der Zukunftsforschung bei BASF
 - Soziale, technologische, ökologische, ökonomische und politische Trends (STEEP-Konzept)
 - Interdependenz und Relevanz-Analyse
- Kombination von Megatrends mit Markt- und Branchentrends im Innovations-Management der BASF
 - Beispiel 1: Bevölkerungsentwicklung und Ernährung
 - Beispiel 2: Nachhaltige Mobilität und Automobilindustrie
 - Beispiel 3: Globalisierung und Bauindustrie

- Innovationen am Beispiel Klimawandel und Energieeffizienz
 - Szenarien des zukünftigen Energieverbrauchs
- Das energieeffiziente Automobil der Zukunft

Dr. Klaus Heinzlbecker,

Director Strategic Planning, BASF SE, Ludwigshafen

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.30 Die wichtigsten aktuellen Trends

- Social Networks und Communities
- CSR/Nachhaltigkeit
- User-generated/Open innovation

14.30 Analytical Ideation: Strukturiertes Aufspüren von Trends

- Learning from Subcultures – Subkulturen als „Trend-Petrischale“
- Trendscouting 2.0
- Erfassen/monitoren der unternehmens- und zielgruppenspezifischen Relevanz von Trends

15.30 Kommunikations- und Kaffeepause

16.00 Arbeiten mit Trends

- Strukturierte Visualisierungen als Treiber der Nutzung von Trends im Unternehmen
- Analytischer Ansatz zur effizienten Findung und Entwicklung von Ideen

16.30 Workshop Teil 1 – Trendorientierte Ideenentwicklung für die eigene Strategie

Interaktive Ableitung von Ideen aus Trends

17.00 Get together mit Networking Trendrecherche live - Die wichtigsten Web2.0-Tools zur Trendrecherche

Im Rahmen unseres Get togethers haben Sie die Möglichkeit, sich praktisch über das Thema Trendforschung zu informieren. Die wichtigsten Online-Tools werden interaktiv präsentiert.

Nutzen Sie die fachkundige Anleitung der Seminarleiter für Ihre persönlichen Fragestellungen.

Zweiter Seminartag

8.30 Begrüßung der Teilnehmer durch die Seminarleiter und Überleitung zum zweiten Seminartag

Prof. Dr. Marc Drüner,
Prof. Dr. Volker Trommsdorff

8.45 Mercedes-Benz fascination and innovation based on trends and technologies

- Umfeld-/Kundentrendanalyse - Ziele, Methoden, Netzwerk
- Innovationsmanagement - Ziele, Methoden, Netzwerk
- Prognose künftiger Kundenanforderungen
- Bedeutung von Trends bei der Definition künftiger Innovationen
- Fahrzeugausprägungen im globalen Wettbewerb

Dr. Bernhard Morys,

Teamleiter Baureihen-Innovationsmanagement,
Daimler AG, Sindelfingen

Dr. Marianne Reeb,

Teamleiterin Märkte und Kunden,
Daimler AG, Sindelfingen

10.00 Kommunikations- und Kaffeepause

10.30 Trendorientiertes Innovationsmanagement

- Diffusionsorientierte Bewertung von Ideen
- Lead User Integration zur Validierung von Innovationsideen
- Ableitung strategischer Roadmaps

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.30 Workshop Teil 2 – Strukturierte Ideenbewertung und strategische Ausformulierung

- Bewertung von Ideen anhand gemeinsam entwickelter Checklisten
- Strategische Ausformulierung
- Präsentation der ausformulierten Ideen

15.00 Kommunikations- und Kaffeepause

15.30 Praxisbeispiel Coca-Cola: Trendmanagement im digitalen Zeitalter am Beispiel von Coca-Cola

- Digitales Marketing - Rollenverständnis
- Veränderung in der Kommunikationsplanung
- Aktuelle Beispiele und Kampagnen

Martin Richter

Media & Interactive Marketing Manager,
Coca-Cola Deutschland GmbH, Berlin

16.30 Plenumsdiskussion

Mit den Teilnehmern zu allen Seminarthemen, Zusammenfassung des Seminars und freie Diskussion

Prof. Dr. Marc Drüner, Dr. Bernhard Morys, Dr. Marianne Reeb, Martin Richter, Prof. Dr. Volker Trommsdorff

17.00 Ende des Seminars

Stimmen zum Seminar:

- „sehr viele Anregungen zur weiteren Verfolgung“
- „sehr gut, top-aktuelle Infos und sehr kompetente Referenten“
- „super, flexibel auf TN-Bedürfnisse eingegangen“

Ansprechpartnerin

Sie haben Fragen zum Seminar? Gerne!



Christa Rehse
Konferenz-Managerin
Telefon: 08151 / 27 19-16
christa.rehse@management-forum.de

brainGuide

DAS EXPERTENPORTAL

brainGuide ist die führende Plattform für die Suche nach hochkarätigem Expertenwissen aus den Bereichen Wirtschaft, Recht, Steuern und IT. Mehr als 20.000 hochqualifizierte Experten und Unternehmen präsentieren ihr Beratungs-, Veröffentlichungs- und Weiterbildungsangebot. Über 250.000 Fachbesucher nutzen pro Monat diesen kostenfreien Service. **brainGuide** gibt es in immer mehr Sprachen und Landesportalen. Zum Expertenportal: www.brainguide.de

Prof. Dr. Marc Drüner

ist Professor für Marketing und Innovationsmanagement an der Steinbeis University Berlin. Zuvor war Professor Drüner im internationalen Strategie Competence Center von Roland Berger für den Bereich Marketing tätig. Er ist außerdem seit 1999 Geschäftsführender Gesellschafter der Unternehmensberatung trommsdorff + drüner.

Prof. Dr. Volker Trommsdorff

ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing der Technischen Universität Berlin. Seine Schwerpunkte sind Strategisches Marketing, Konsumentenverhalten, Werbung, Innovationsmarketing und Methoden der Marktforschung. Im Bereich Trendforschung und Zukunftsanalyse konzentriert er sich besonders auf die Themen Kommunikation und Positionierung.

Die Praxisreferenten

Dr. Klaus Heinzlbecker

ist Director Strategic Planning bei der BASF SE in Ludwigshafen. Bevor er zur BASF kam, war er von 1977-1982 bei der ABB in Mannheim und Zürich als Marketing Consultant tätig.

Dr. Bernhard Morys

ist Teamleiter Baureihen-Innovationsmanagement der Mercedes-Benz Car Group in Sindelfingen. Frühere Stationen waren das Fraunhofer Institut IITB und die ADtranz. Danach war er in den Bereichen Fahrsicherheits-/komfortberechnung, Elektrik/Elektronik-Strategie und in der Forschungs-/Vorentwicklungssteuerung der Daimler AG tätig.

Dr. Marianne Reeb

ist Teamleiterin Märkte und Kunden mit Fokus PKW bei der Daimler Forschung Gesellschaft und Technik mit den Themenschwerpunkten Trendforschung, Strategische Marketingforschung, zukünftige Lebensstile und Kundenbedürfnisse.

Martin Richter

verantwortet als Media & Interactive Marketing Manager bei der Coca-Cola GmbH in Berlin u.a. die Konzeption und Umsetzung der Markenkampagnen in den digitalen Medien.

Präzises Wissen über zukünftige Entwicklungen ist für **strategische Planungen** unerlässlich. Die entscheidende Frage ist: **Welche Trends** werden in den nächsten Jahren in Ihrem Markt eine Rolle spielen und **welche Konsequenzen** leiten sich für Ihr Unternehmen daraus ab?

Fest steht, dass sich Unternehmen an die rasanten Veränderungen in Technik, Wirtschaft und Gesellschaft anpassen müssen. **Hier setzt die Trendforschung an!** Es geht darum, Entwicklungen aufzuspüren, um tragfähige Szenarien in erfolgreiche Strategien umzusetzen. Sie bilden die Basis für nachhaltige Wettbewerbsvorteile.

Dieses Seminar vermittelt Ihnen praxisnah Methoden und Instrumente zum Aufspüren und Umsetzen relevanter Trends in die eigene Unternehmensstrategie. **Es unterstützt Sie effektiv bei der Entwicklung neuer Produkte und der Eroberung neuer Zielgruppen.**

Erwerben Sie:

- Kenntnisse und Methoden, wie Sie **Trends besser aufspüren** und strategisch nutzen können
- **konkretes Wissen** über unternehmensspezifische Trends
- wertvolle Tipps zur **Umsetzung unternehmensspezifischer Trends** in die eigene Strategie
- nützliches Know-how zur Entwicklung von Ansatzpunkten für **erfolgreiche Innovationen**
- **ausführliche Checklisten** für die tägliche Praxis

Ihr Nutzen:

- Intensiver Austausch mit erfahrenen Referenten
- Unternehmerische Entscheidungshilfe
- Anschauliche Präsentationen und lebendige Praxisübungen
- Sofortige Anwendbarkeit des vermittelten Wissens
- Ausführliche Dokumentation der Seminarinhalte zum Nachschlagen

Informationen

Zielgruppen

Mit dieser Veranstaltung wenden wir uns an Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung sowie an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen

- Trendforschung, Marktforschung, Innovations- und Zukunftsforschung
- Marketing, F&E, Innovationen, Produktmanagement
- Strategische Planung

Ebenso angesprochen sind Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen, die sich mit der Thematik beschäftigen.

Anmeldung:



per Telefon
08151/27 19-0



per Telefax:
08151/27 19-19



per E-Mail:
info@management-
forum.de



per Internet:
www.management-
forum-starnberg.de



Management Forum Starnberg GmbH
Maximilianstraße 2b
D-82319 Starnberg

Teilnahmegebühr

Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt € 1.795 zzgl. 19% MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Nach der Anmeldung erhalten Sie die Rechnung. Die Teilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an. Die Teilnahmegebühr enthält Arbeitsunterlagen, Getränke, Kaffeepausen sowie Mittagessen.

Registrierung

Der Seminarcounter ist ab 9.00 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Veranstaltungsbeginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

Termin:

Dienstag, 28. und Mittwoch, 29. April 2009

Tryp Hotel Frankfurt
Katharinenkreisel (Opelrondell)
60486 Frankfurt/M.
Telefon: 069/70730-0
Telefax: 069/70730-333
E-Mail: tryp.frankfurt@solmelia.com

Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer dieser Veranstaltung steht im Hotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Preis von € 119,- inkl. Frühstück zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Tagungshotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg GmbH vor.

Rücktritt

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 14. April 2009 schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Inhouse-Schulungen

Zu diesen und zahlreichen anderen Themen bieten wir Ihnen auch individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen an. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein unverbindliches und individuelles Angebot. Ihr Ansprechpartner: Peter Bartl, Telefon: 08151/2719-0, E-Mail: peter.bartl@management-forum.de

Management Forum Starnberg

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und –seminaren für Führungskräfte steht Management Forum Starnberg für:

- professionelle Planung, Organisation und Durchführung
- aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte
- Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
- Viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

Anmeldung unter Fax 0 81 51/27 19-19 www.management-forum.de/trendforschung

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg

Ja, hiermit melde ich mich an für das Seminar

Kompaktseminar Trendforschung

am 28. und 29. April 2009
in Frankfurt/M.

**Management Forum
Starnberg GmbH
Frau Sabrina Wirtz
Maximilianstraße 2b**

D-82319 Starnberg

1. Name _____ 2. Name _____

Vorname _____ Vorname _____

Position _____ Position _____

Abteilung _____ Abteilung _____

Firma _____

Straße _____ PLZ/Ort _____

Telefon _____ Telefax* _____

E-Mail* _____

Branche _____ Beschäftigtenzahl: ca _____

Datum _____ Unterschrift _____



Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax!

Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

Antworten Sie per Fax: 08151/2719-19

Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren

Name _____

Vorname _____

Position _____

Abteilung _____

Firma _____

Straße/PF _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____

Branche _____

Beschäftigtenzahl: ca. _____

Datum _____

Verbindliche Unterschrift _____