

NEUROMARKETING KONGRESS

e b r a i n :

DIE ZUKUNFT DES KAUFENS



Das Geschäft im Internet boomt. Social Media sorgen für neue Kommunikationsformen. Gleichzeitig nimmt die Informationsüberlastung des Konsumenten dramatisch zu. Der Kampf um Aufmerksamkeit beim Kunden hat längst auch das Online-Marketing erreicht. Wie erreicht man den Konsumenten in der Online-Welt? Wie funktionieren die Wahrnehmungs- und Entscheidungsprozesse beim Kauf im Internet? Wie kann sich das Marketing auf die veränderte Kommunikation mit dem Kunden einstellen? Welche Rolle spielen dabei die sozialen Netzwerke? Das sind die zentralen Themen des Neuromarketing Kongresses 2011, zu dem Sie die Gruppe Nymphenburg Consult AG und die Haufe Gruppe herzlich einladen.



> Weltweit führende Hirnforscher und Online-Experten geben am 5.5.2011 in München einen faszinierenden Einblick in Erkenntnisse und Möglichkeiten des Neuromarketings für erfolgreiches Verkaufen in einer multimedialen Welt.

DAS PROGRAMM:

Ab 8.30h

Empfang mit kleinem Frühstück

9.00h – 9.30h

Begrüßung: Dr. Harald Henzler, Haufe Gruppe

Einführung ins Thema: Dr. Hans-Georg Häusel, Gruppe Nymphenburg Consult AG

9.30h – 10.30h

Prof. Dr. Peter Kruse, nextpractice GmbH, What's Next – Wie die sozialen Netzwerke des Web 2.0 die Prinzipien erfolgreicher Kommunikation revolutionieren

10.30h – 11.15h

André Morys, Web Arts AG, Neuro-Conversion – Praxisbeispiele zur Absatzsteigerung im Internet

11.15h – 12.00h

Prof. Dr. Peter König, WhiteMatter Labs GmbH,

Hirnforschung meets Web Design – Wie sich die Blicke von Nutzern über Webseiten mittels neurotechnologischer Methoden vorhersagen und optimieren lassen

12.00h – 13.30h

Lunch

13.30h – 14.15h

Ralf Pispers & Ingo Gregus, .dotkomm rich media solutions GmbH, Der Faktor Mensch – von der Website zum interaktiven Käuferlebnis

14.15h – 15.00h

Prof. Dr. Martin Korte, TU Braunschweig, Das Gehirn der Digital Natives: Wie die neuen Medien das Gehirn (nicht) verändern

15.00h – 15.30h

Kaffee

15.30h – 16.15h

Norbert Wittmann & Dr. Thomas Rotthowe, Gruppe Nymphenburg Consult AG, Shopping 2020: Über Neo-Shopper und Neo-Consumer

16.15h – 17.15h

Prof. Dr. Michael Bordt SJ, Hochschule für Philosophie München, Und führe uns in Versuchung – Philosophische Reflexionen zur Manipulation

17.15h – 17.30h

Verabschiedung

ALS REFERENTEN ERWARTEN SIE:



PROF. DR. PETER KRUSE

Peter Kruse ist Psychologe mit dem Schwerpunkt Komplexitätsverarbeitung in intelligenten Netzwerken sowie Leiter des Methoden- und Beratungsunternehmens nextpractice in Bremen.

Kruse lehrt als Honorarprofessor für Allgemeine und Organisationspsychologie an der Universität Bremen. Im Rahmen seiner interdisziplinären Tätigkeit widmet er sich vor allem der Nutzung von kollektiver Intelligenz zur Förderung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse.



ANDRÉ MORYS

André Morys gründete bereits 1996 Web Arts AG als Beratungsunternehmen und Agentur für digitale Wertschöpfung. Heute zählt Web Arts damit zu den führenden Anbietern von E-Commerce- und Conversion-Optimierung. Er ist zusätzlich seit 2004 als Dozent für Usability und User Centered Design an der Fachhochschule Gießen-Friedberg und hält Vorträge auf Messen und Kongressen zu den Themen E-Commerce und Conversion Optimierung. 2009 wurde André Morys als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands von der Universität St. Gallen im Rahmen der Initiative "Top-Job" ausgezeichnet. 2010 wurde die Web Arts AG als einer der innovativsten Unternehmen Deutschlands von Lothar Späth im Rahmen der Initiative „Top 100“ ausgezeichnet.



PROF. DR. PETER KÖNIG

Prof. Dr. Peter König ist Direktor des Instituts für Kognitionswissenschaft, Leiter des Labors für Neurobiopsychologie an der Universität Osnabrück und Wissenschaftlicher Direktor der WhiteMatter Labs GmbH. Nach dem Doppelstudium der Medizin und der Physik forschte Peter König am Frankfurter Max-Planck Institut für Hirnforschung, am Neurosciences Institute in San Diego und am Institute of Neuroinformatics der ETH/Universität Zürich. Seit 2003 leitet er das Labor für Neurobiopsychologie am Institut für Kognitionswissenschaft an der Universität Osnabrück, welchem er seit 2005 als Direktor vorsteht. Mit über hundert Publikationen in renommierten Fachzeitschriften wie Nature und populärwissenschaftlichen Reportagen über seine Forschung wie in Wired oder bei der BBC gehört Peter König heute zu führenden Neurowissenschaftlern Europas. Peter König ist Mitgründer und Wissenschaftlicher Direktor der WhiteMatter Labs GmbH, die mit EyeQuant die weltweit erste, skalierbare Neuromarketing-Technologie zur Optimierung von Webseiten anbietet.



RALF PISPERS

Ralf Pispers ist Geschäftsführer der .dotkomm rich media solutions GmbH und spezialisiert auf Rich Media Applikationen sowie interaktive Online-Lösungen. Zuvor war er Gründer der Framfab Deutschland AG (heute LBi) und Vorstand der Framfab AB, Stockholm. Der Fachautor für „Digital Marketing“ ist Dozent für Online-Medien an der Kölner Hochschule Fresenius. Pispers ist Autor des im Haufe Verlag erschienenen Buches „Neuromarketing im Internet.“



INGO GREGUS

Ingo Gregus verantwortet als Geschäftsführer der .dotkomm rich media solutions GmbH die Bereiche Projektmanagement und Produktion. Das ehemalige Vorstandsmitglied der Framfab Deutschland AG (heute LBi AG) ist ausgewiesener Medienexperte mit langjähriger Erfahrung in der Kreation von Audio, Video und TV. Herr Gregus leitete mehrere Jahre ein angesehenes Usability-Lab und blickt auf Lehrtätigkeiten am audiovisuellen Medienzentrum der Universität zu Köln zurück. Aktuell ist er u.a. als Dozent für Online-Medien an der Kölner Hochschule Fresenius aktiv.



PROF. DR. MARTIN KORTE

Professor Dr. Martin Korte ist Vizepräsident an der TU Braunschweig. Er studierte in Münster, Tübingen und an den National Institutes of Health, USA, Biologie und arbeitete in seinem Fachgebiet – der Hirnforschung – an den Max-Planck-Instituten in Frankfurt a.M. und München, wo er sich 2001 im Bereich Neurobiologie habilitierte. 2004 profilierte er sich als einer der meistzitierten deutschen Nachwuchs-Neurobiologen. Führende Wissenschaftsmagazine publizierten seine bedeutsamen Arbeiten zu den Themen Gedächtnis, Vergessen, Erinnern. Das Schweizer Fernsehen, das ZDF, rtl, arte und andere Sendeanstalten gewannen ihn als Gast für Auftritte in wichtigen Wissenschaftsmagazinen.



NORBERT WITTMANN

Norbert Wittmann ist Dipl. Psychologe und Vorstandsvorsitzender der Gruppe Nymphenburg. Sein einzigartiges Wissen rund um den POS macht ihn auf diesem Gebiet zu einem der führenden Experten weltweit und ermöglicht eine umfassende Beratung entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Markenentwicklung bis zur Umsetzung am POS.



DR. THOMAS ROTTHOWE

Thomas Rotthowe ist Vorstand der Gruppe Nymphenburg. Sein Fokus liegt auf der Vielfalt der Themen und Herausforderungen in der Konsumgüterindustrie und im Handel, von der Unternehmensstrategie, Brand Management, Category Management, Prozess- und Kosten-Management bis zu E-Business und Informationstechnologie in Ländern wie Deutschland, USA, England, Schweiz, Spanien und Polen.



PROF. DR. MICHAEL BORDT SJ

Michael Bordt ist Mitglied des Jesuitenordens und seit 1997 an der Hochschule für Philosophie in München tätig. Seit 2004 ist er Professor für Ästhetik, philosophische Anthropologie und Geschichte der Philosophie und seit 2005 Präsident der Hochschule. Außerdem ist er mit dem Programm „The Jesuit Way of Leadership“ in der Führungskräfteausbildung in Politik und Wirtschaft tätig.

INFORMATION UND ANMELDUNG

Wann:

5. Mai 2011
8.30h – 17.30h

Wo:

Auditorium der BMW Welt, München
Am Olympiapark 1*

*reservierte Parkplätze in
beschränkter Anzahl vorhanden

Veranstalter:

www.nymphenburg.de
www.haufe.de

*U-Bahn Station U3 Olympiazentrum

Anmeldung unter:

www.nymphenburg.de/neuromarketing2011
www.haufe.de/neuromarketing2011
oder direkt bei
neuromarketing@haufe.de

Teilnahmegebühr:

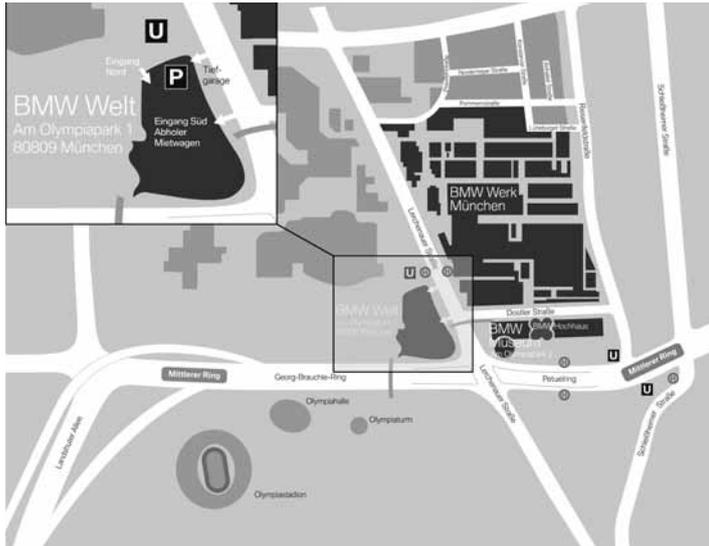
580€ pro Person zzgl. MwSt

Anmeldung für Eilige:



Anfahrtsskizze:

www.haufe.de/neuromarketing2011



GRUPPE
NYPHENBURG
BRAND & RETAIL
EXPERTS

HAUFE.

Medienpartner:

absatzwirtschaft

acquisa

Das Magazin für Marketing und Vertrieb

W&V
Werben & Verkaufen