



Anmeldung

Teilnahmebeitrag

Tagung inkl. Besuch von SVP 23./24. Februar 2012
Tagung am 24. Februar 2012

250 EUR zzgl. MwSt.
200 EUR zzgl. MwSt.

Anmeldung zur SVP-Fachtagung

per Fax: 06221 – 914 00 96
per E-Mail: tagung@svp.de
online: www.market-intelligence.info

Für DGI- und BVMW-Mitglieder

Bitte senden Sie eine E-Mail an:
tagung@svp.de
Sie erhalten dann Ihr persönliches Anmeldeformular.

Ja, ich möchte an der SVP-Fachtagung "Market Intelligence" teilnehmen und melde mich hiermit verbindlich an.

	Weitere Teilnehmer
Name	Name/E-Mail
Firma	Name/E-Mail
Telefon	Name/E-Mail
E-Mail	Name/E-Mail

Ich möchte nur an der Tagungsveranstaltung am 24.02.2012 teilnehmen.
(Der Beitrag von 200 EUR deckt alle angegebenen Verpflegungsposten.)

Ich möchte an beiden Veranstaltungstagen teilnehmen.
(Der Beitrag von 250 EUR deckt alle angegebenen Verpflegungsposten
inkl. Abendessen in der Heidelberger Altstadt.)

Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie von uns eine Rechnung als Beleg.
Wir bitten dann um die Überweisung des Betrags von 200 EUR zzgl. MwSt. (= 238 EUR) bzw. 250 EUR zzgl. MwSt.
(= 297,50 EUR) pro Teilnehmer innerhalb von 14 Tagen auf das folgende Konto:

Commerzbank AG Heidelberg
Kontonummer: 18 335 40
BLZ: 672 400 39
Betreff: MI-Tagung 2012, Name des Teilnehmers, Firma

Anmeldeschluss ist der 10. Februar 2012, bei Stornierung nach dem 14. Februar erhebt SVP eine Bearbeitungspauschale
von 50 EUR zzgl. MwSt.. Eine Änderung des angemeldeten Teilnehmers ist jederzeit möglich.

Mit der Bestätigung Ihrer Anmeldung erhalten Sie einen Anfahrtsplan. Gerne sind wir bei der Hotelsuche behilflich.

Bei Rückfragen wenden Sie sich an:
Horst-Siegfried Zengerling
Tel: 06221 – 914 00 91
E-Mail: hzengerling@svp.de

Veranstaltungsort am 23. Februar 2012
SVP Deutschland AG
Kurfürsten-Anlage 6
69115 Heidelberg

Veranstaltungsort am 24. Februar 2012
Print Media Academy
Kurfürsten-Anlage 52–60
69115 Heidelberg



7. SVP-Fachtagung „Market Intelligence“

23. und 24. Februar 2012

www.svp.de

„How to pamper your CEO“

**Wie „Market Intelligence“ die Unternehmens-
leitung richtig unterstützen kann und warum
wir das viel zu oft nicht wirklich tun...**

23. und 24. Februar 2012

Print Media Academy
Kurfürsten-Anlage 52-60
69115 Heidelberg
www.svp.de

Vortragsthemen:

- Strategisches Verkaufen – oder: Wie bekommt die MI in Ihrem Unternehmen endlich die Aufmerksamkeit, die ihr zusteht?
- „How to pamper your CEO“
- Wissen in der Wolke. Semantische Technologien und betriebliches Wissensmanagement

in Kooperation mit:



Zur Fachtagung

Der Kundennutzen steht bei allen Vertriebsstrategien im Fokus. Gerade der Bereich Marketing setzt sich intensiv mit diesem Aspekt auseinander. Dabei wird das Vermarkten der eigenen Leistung oft vernachlässigt. Selbstmarketing ist wichtig. Wer wahrgenommen werden will, muss auch „wahrnehmbar“ sein. Alle Abteilungen in Unternehmen sind heute darauf angewiesen Selbstmarketing zu betreiben, sonst ist man schnell wegrationalisiert.

Als Market-Intelligence Abteilung arbeitet man zumindest indirekt den strategischen Entscheidern zu. Idealerweise kennt man deren Bedürfnisse ganz genau, damit man sich mit seiner ganzen Kompetenz optimal „vermarkten“ kann.

Die 7. SVP-Fachtagung „Market Intelligence“ setzt hier an mit dem Leitthema: „How to pamper your CEO“. Rund um das Thema wie man die Unternehmensleitung richtig unterstützen kann, sollen auf der Fachtagung Erfahrungen aus der Praxis und konkrete Fragen des Tagesgeschäfts diskutiert werden. Voneinander lernen, Impulse aus übergreifenden Themen gewinnen und auf Expertenebene diskutieren – das ist das Programm der Tagung.

Vortagsprogramm am Donnerstag, 23. Februar 2012

In den Räumen der SVP Deutschland AG

Wir laden Sie herzlich ein, SVP selbst, unsere Industry-Professionals und auch Heidelberg näher kennen zu lernen:

16.00 – 16.30 Uhr	Begrüßung bei SVP
16.30 – 17.30 Uhr	Café-Gespräch mit den SVP-Professionals: Fragen und Antworten zu den typischen Arbeitsweisen von SVP
18.00 – 19.30 Uhr	Stadtführung durch die Altstadt – Aufstieg zum Heidelberger Schloss
ab 19.30 Uhr	Ausklang bei einem gemeinsamen Abendessen in der Heidelberger Altstadt

Tagungsprogramm am Freitag, 24. Februar 2012

In der Print Media Academy

09.00 – 10.00 Uhr	Begrüßung: Tim Brouwer Keynote: Dr. Martin Althaus „Strategisches Verkaufen – oder: Wie bekommt die MI in Ihrem Unternehmen endlich die Aufmerksamkeit, die ihr zusteht? Eindrücke von den Problemen und Bedürfnissen der internen Zielgruppe für die Arbeit der MI-Professionals.“
10.00 – 10.15 Uhr	Pause
10.15 – 11.15 Uhr	Keynote: Prof. Dr. Gunter Dueck „How to pamper your CEO“
11.15 – 11.30 Uhr	Kaffeepause
11.30 – 12.00 Uhr	Podiumsdiskussion: Welche Bedürfnisse haben strategische Entscheider, worin begründen sich Unterschiede, wie kann man die erkennen? Prof. Dr. Gunter Dueck, Ex-CTO bei IBM; Dr. Martin Althaus, Mitglied der Geschäftsleitung BBH; Prof. Dr. Stefan Gradmann, Präsident der DGI, Tim Brouwer, Vorstand der SVP Deutschland AG
12.00 – 12.45 Uhr	Gemeinsames Mittagessen
12.45 – 13.30 Uhr	Vortrag: Prof. Dr. Stefan Gradmann „Wissen in der Wolke. Semantische Technologien und betriebliches Wissensmanagement“
13.30 – 14.30 Uhr	Impulsvorträge – Beiträge aus der Praxis zum Thema: Marketing- und MI-Abteilungen als Dienstleister im eigenen Unternehmen <ul style="list-style-type: none">• Kai Goerlich, Market & Trend Analyst, SAP Deutschland AG & Co. KG Eine neue Methode zur Bewertung und Analyse von Märkten• Dr. Christiane Quaas, Consumer Research / Intelligence, Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG• N.N.
14.30 – 15.00 Uhr	Kaffeepause
15.00 – 16.00 Uhr	Moderierte Thementische – Austausch von Wissen und Erfahrung <ul style="list-style-type: none">• Die Themenvorschläge für die Thementische finden Sie auf unserer Tagungswebsite unter www.market-intelligence.info

Die Referenten



Prof. Dr. Gunter Dueck

Studium und Promotion der Mathematik an der Universität Bielefeld. 1990 Prize Paper Award der IEEE für eine neue Theorie der Nachrichten-Identifikation zusammen mit seinem wissenschaftl. Vater R. Ahlswede. Habilitation und Professur für Mathematik an der Universität Bielefeld. 1987 Wechsel zu IBM. Prof. Dr. Gunter Dueck ist IBM Distinguished Engineers, IEEE Fellow, Mitglied der IBM Academy of Technology und war CTO (Chief Technology Officer) bei IBM. Er hat zahlreiche satirisch-philosophischer Bücher über das Leben, die Menschen und Manager publiziert.



Dr. Martin Althaus

Der Unternehmensberater Dr. Martin Althaus war früher als Ökosystem-Forscher und mathematischer Modellierer in der Nordsee, beim Trinkwasserschutz oder in der Uranbergbau-Sanierung tätig. Heute unterstützt er weltweit tätige Unternehmen, die lernen wollen, sich schneller an die Veränderungen in ihrer Markt-Umwelt anzupassen. Viele Vertriebsseinheiten aus der IT- und Konsumgüterindustrie, aus der Finanzwirtschaft und dem Handel entwickeln gemeinsam mit ihm neue Markt- und Kundenstrategien, mit denen sie die Eigenschaften eines Gesamtsystems gezielt nutzen, um sich im Wettbewerb erfolgreicher durchzusetzen.



Prof. Dr. Stefan Gradmann

Nach dem Studium der Literaturtheorie und Semiologie in Paris, sowie der Germanistik, Gräzistik und Philosophie an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg mit anschließender Promotion, arbeitete er als Product Manager bei Pica. Heute ist er Präsident der Deutschen Gesellschaft für Informationswissenschaft und Informationspraxis e.V. (DGI) und Professor am Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin.



Kai Goerlich

Nach dem Studium der Biologie und anschließender wissenschaftlicher Arbeit, wechselte Kai Goerlich in die PR-Branche und betreute diverse Kunden für Leipziger & Partner und Daniel J. Edelman GmbH. Nach einem kleinen Intermezzo als freier PR- und Internet Berater, ging er zu SAP in die globale Marketingorganisation. Seit mehr als 10 Jahren analysiert er den IT Services-Markt für SAP und ist seit 5 Jahren im Strategieteam der Services-Organisation der SAP als Analyst und Business Support Experte tätig. Er kennt alle Strategien Märkte zu beobachten und zu erfassen.



Dr. Christiane Quaas

Frau Dr. Quaas begann nach dem Abschluss ihrer Doktorarbeit ihre Karriere bei Masterfoods Austria bevor sie bis 2007 4 Jahre im European Brand Researcher Team für Masterfoods Europe arbeitete. Seit 2007 ist sie für Boehringer Ingelheim Consumer Health Care als Global Research Manager for Wellbeing Brands tätig. Der aktuelle Arbeitsschwerpunkt ist internationale strategische Marktforschung und interne Marketing Consultancy. Besonderes Interesse hat Christiane Quaas an Instrumenten und Prozessen zur Entwicklung von Ideen für neue Produkte auf Basis von Konsumentenbedürfnissen.



Prof. Dr. Karl Venker

Promotion der Betriebswirtschaft, dann Vorstandsassistent und Projektleiter beim Technologiekonzern SYBRON Corporation. In der Folge arbeitete er als geschäftsführender Gesellschafter der ONLINE GMBH, Heidelberg. Neben einem Lehrauftrag an der Universität Mannheim und später an der Georg-Simon-Ohm Hochschule in Nürnberg, gründete er die Innovationswerkstatt. Heute beschäftigt ihn vor allem das Neue, Schöne und Erhabene. Mit seiner InnOpera®-Methode gelingt es ihm, subjektive Urteile zu objektivieren.