

Heidelberger DialogForum für ZielgruppenStrategien

Heidelberg, 24.6.2010

Digitalisierung und Wertewandel

Heidelberg und Neuss, 24.06.2010: Am 7. und 8. Oktober 2010 findet das erste „Heidelberger DialogForum“ statt. Die beiden Partnerunternehmen und Spezialisten für Zielgruppenstrategien Sinus GmbH und microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH veranstalten mit Unterstützung der Heidelberger Print Media Academy erstmalig dieses zweitägige Forum und bieten damit dem interessierten Publikum im Rahmen von Fachvorträgen und intensiven Diskussionen die Möglichkeit, die zielgruppenspezifische Bedeutung von Digitalisierung und Wertewandel aus den unterschiedlichsten Perspektiven zu beleuchten.



Die Veranstalter folgen damit dem Ruf der Branche nach einer Plattform, die einen regelmäßigen, fachspezifischen Dialog und ein Networking mit wichtigen Entscheidern und interessanten Persönlichkeiten aus Marketing und Kommunikation ermöglicht.

„Unser Ziel ist es, Unternehmen und Organisationen dabei zu unterstützen, ihre Zielgruppen ganzheitlich zu verstehen und dies in strategisches und operatives Handeln zu übersetzen“, so Klaus Hassel Geschäftsführer der microm. „Wir wollen ein Dialogforum schaffen, das sich mit allen Facetten des Themas Zielgruppenstrategien im Rahmen von Veranstaltungen, Fachbeiträgen und Publikationen auseinandersetzt. Das ist unsere Vision.“ ergänzt Manfred Tautscher, Geschäftsführer von Sinus. Tanja Merkle, Senior Research & Consultant und verantwortliche Veranstaltungs-Managerin seitens Sinus fügt hinzu, dass die bisherigen Reaktionen aus der Branche optimistisch stimmten. Die Rückmeldungen seien durchweg positiv, das Interesse – sowohl seitens der Teilnehmer als auch der Referenten – breit gestreut und groß, was die Relevanz des Forums verdeutliche. Dies spiegelt sich auch im inhaltlich breit gefächerten Programm des zweitägigen Kongresses wider, welches den Anspruch der Veranstalter veranschaulicht, sich der Thematik mittels verschiedener Disziplinen anzunähern.

Die diesjährige Veranstaltung **Digitalisierung und Wertewandel** widmet sich den soziokulturellen Auswirkungen der rasanten technologischen Entwicklung im Bereich der elektronischen Medien auf den Alltag von Menschen, Unternehmen und Organisationen und der damit verbundenen Frage, was dies für das Zielgruppenmarketing bedeutet. Neben einer frühzeitigen Identifizierung der signifikanten gesellschaftlichen Veränderungen gilt es aber auch, kurzfristige Modethemen und technikgetriebene Hypes rechtzeitig als solche zu erkennen.

Sinus und microm gestalten das Forum mit Unterstützung der Heidelberger Print Media Academy, die in diesem Jahr ihr 10 jähriges Jubiläum feiert. Zu Gast sind hochkarätige Referenten aus Unternehmen und Institutionen unterschiedlichster Branchen.

Darunter Prof. Dr. Dr. Michael N. Ebertz von der Katholische Fachhochschule Freiburg, Beate Frees vom ZDF, Dr. Harald Katzmair von FAS.research in Wien, Frank Korbach von der Commerzbank AG, Prof. Dr. Ralf T. Kreuzer von der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Günter Linke von Aegis Media Resolutions GmbH und Dr. Karsten Winkler von SAS Deutschland.

Die Inhalte der Veranstaltung bieten idealen „Zündstoff“ für eine fruchtbare Diskussion im Forum. Gleichzeitig bleibt ausreichend Zeit für Networking und persönlichen Austausch. Anmeldung und weitere Informationen unter: Info@heidelberger-dialogforum.de

Über die Veranstalter

Sinus - Der Spezialist für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung.

Sinus entwickelt Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen. Mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung bei der Erforschung der Verbraucherpsychologie, der Lebensstile und des gesellschaftlichen Wandels haben die innovativen Methoden, die Forschungsprogramme und das strategische Know-how von Sinus geprägt. Im Fokus der Expertisen und Strategien stehen dabei insbesondere:

- Marktpsychologie
- Lebenswelten (Sinus-Milieus®)
- Wertewandel, Trends und Zukunftsszenarien
- Alltagsästhetik

microm - Einer der führenden Anbieter für Consumer Marketing.

Die Schwerpunkte der Geschäftsaktivitäten liegen auf Kunden- und Marktstrukturanalysen sowie der Optimierung von Maßnahmen für ein innovatives Zielgruppenmarketing von der Neukundengewinnung über die Kundenbindung und Kundenwertsteigerung bis hin zur Kundenreaktivierung.

- Zielgruppenqualifizierung und -segmentierung, Kundenstrukturanalysen für das Marketing
- Standortoptimierung und -qualifizierung
- Erschließung von Zielgruppen und Lebensstilen aus Marktforschung sowie Marktmediastudien für die operative Marketingpraxis