

Alles über die kommende „Virtual Society“

Der 14. Österreichischer Marketingtag findet am 12. und 13. Oktober im Congress Casino Baden statt

Die Veranstalter des 14. Österreichischen Marketingtages, der Marketing Club Österreich, die Manstein Verlagsgesellschaft, das ÖPWZ und die Vereinigung Österreichischer Industrieller in Kooperation mit der Tageszeitung *Die Presse* und dem Verlag moderne industrie, haben sich für die heurige Tagung am 12. und 13. Oktober im Congress Casino Baden viel vorgenommen und ein ehrgeiziges Programm zum Thema „Die virtuelle Gesellschaft – Auswirkungen auf den Konsumenten. Neue Instrumente im Marketing“ auf die Beine gestellt. Selbstinszenierung des Konsumenten, Mythen und Rituale, Wiederkehr von Archetypen und absolute Individualisierung sind einige der erkennbaren Erscheinungsformen auf dem Weg zur „virtuellen Gesellschaft“.

„Symbiotic Selling“, so der Trendforscher Gerd Gerken, wird zum „Symbiotic Clienting“ – und zwar in allen Bereichen des gegenwärtigen und künftigen Umfeldes. Das wird Produktmanager, Markenverantwortliche, Firmen- und Marketingchefs sowie Agenturen noch mehr fordern, gemeinsam neue Ideen und Konzepte zu entwickeln, wenn Markt künftig durchsetzen sollen.

Beim 14. Marketingtag werden 12 verschiedene Szenarien von Top-Re-

ferenten und Expertenrunden vorgestellt, diskutiert und analysiert:

Szenario 1: The Interactive Consumer (Craig T. Gugel, Senior Vice President, Executive Director, Interactive Media & Research, Bates, New York)

Szenario 2: Tourismus. Erlebnis – Mobilität – Freizeit. (Expertenrunde: Mario Rehulka, Vst. Dir. Austrian Airlines, Dkfm. Dr. Reinhard Galler, Gen. Dir. Österreichisches Verkehrsbüro, Mag. Helmut Peter, Präsident Österreichische Hoteliervereinigung, Hotel Weisses Rössl; Moderation: Dr. Sonja Lesjak, Hotel & Touristik, Manstein Verlag)

Szenario 3: Virtuelles Geld – Chip Card – Electronic Banking – die Mobilität des Bezahlers – Auswirkungen auf das Kaufen. (Expertenrunde: Dr. Ewald Judt, Geschäftsführer Europay Austria, Dir. Walter Gruber, Bank Austria AG, Dkfm. Dr. Ferdinand Hacker, Vst. Dir. Julius Meil AG; Moderation: Charlotte Hruby, geschäftsführendes Vorstandsmitglied Marketing Club Österreich)

Szenario 4: Teleshopping. Das neue Einkaufen/Wachstumsmarkt oder Wie ein Trend entsteht und das Kaufverhalten sich ändert. (Dr. Walter Neuhäuser, stellvertretender Geschäftsführer der IPA-plus, Vermarktungsgesellschaft von RTL)

Szenario 5: Corporate Networks. (Ing. Dr. Johann Günther, Leiter des Geschäftsbereiches Business Systems Distribution, Österreich, Zentral- und Osteuropa der Alcatel Austria AG)

Szenario 6: Teleworking – Telework Impacts on Quality of Life. (Charles E. Grantham, President Institute for the Study of Distributed Work, Oakland, USA)

Szenario 7: Glück und Unglück im Internet. (Gerhard Skoff, Dir. Casinos Austria AG)

Szenario 8: Design – ein Marketingfaktor der Zukunft. (KR Dr. Gerhard Feltl, Gen. Dir. IWG)

Szenario 9: Unternehmen Mobilität – das Auto als Symbol für Freiheit zwischen Mythos und Notwendigkeit. (Dr. Felix Clary und Aldringen, Vorsitzender der Geschäftsführung BMW Austria)

Szenario 10: Neue Dimensionen in der Medizin – die virtuelle Operation. (Univ. Prof. Christof W. Burckhardt, Federal Institute of Technology Lausanne, Laboratory of Microengineering, Präsident der Ethik-Kommission Lausanne)

Szenario 11: Die virtuelle Realität – einzige Form des sozialen Überlebens unter verschärften Umweltbedingungen. (Ing. Mag. Walter Scholz, Trainer & Kommunikationsberater, Inhaber des einzigen

Cyberspace Cafés in Österreich)

Szenario 12: Wie Lebenswert ist die virtuelle Gesellschaft – Das Ende der Gemütlichkeit (Resümee der Tagung und Blick in die Zukunft – Heleno Sana, Sozialpsychologin und Philosoph, Darmstadt).

Am Abend des ersten Veranstaltungstages wird der Österreichische Marketingpreis '95 durch den Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten, Johannes Ditz, und Dr. Gert Stemberger, Präsident des ÖPWZ, verliehen. Die Laudation hält VÖI-Generalsekretär Dr. Franz Ceska.

Zusätzlich zum Tagungsprogramm sind als Events ein Internet-Informationsstand der International Marketing & Management Organisation unter dem Motto „Wir zeigen Ihnen, wie man erfolgreich Geschäfte über das Internet abwickelt“ sowie der Besuch des eigens installierten Cyberspace Cafés vorgesehen.

Information und Anmeldung beim ÖPWZ, Österreichisches Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitszentrum, Rockgasse 6, 1014 Wien, Tel.: 0222/533 86 36-30 (Dkfm. Heinz Pechek), oder 0222/533 86 36-58 (Barbara Saavedra), Fax: 0222/533 86 36-18 oder beim Marketing Club Österreich, Tel.: 0222/596 64 66 (Eva Taibl).