

Wenn Sie noch Fragen haben sollten,
dann wenden Sie sich bitte an das
INDUKOM-Team:

INDUKOM – eine Marke der
memesys dialog GmbH
Von-Kühlmann-Straße 5
86899 Landsberg
Fon 0049 (0)8191 94779-0
Fax 0049 (0)8191 94779-19
E-Mail: forum@indukom.de

INDUKOM

INDUKOM

Forum
Industrie
Kommunikation

3. INDUKOM

Forum Industrie Kommunikation:

»Aufbruch!?!« –

Die Herausforderungen an die
Industrie-Kommunikation nach
dem Change!

Das Programm

am 30.06 und 01.07.2010



Das Forum wird unterstützt von:

f:mp.
fachverband
medienproduzenten

cwv
FORUM
Elektro
KOMMUNIKATION

bvik
bundesverband
Industrie Kommunikation

Das Forum wird Ihnen präsentiert von:

STAR PUBLISHING

wob 

LK-AG
WE SHOW SPIRIT

Brechen Sie auf – nach Fürstenfeldbruck!

Liebe INDUs, liebe KOMs,

vor knapp einem Jahr teilten wir mit über 300 INDUs und KOMs auf dem 2. INDUKOM Forum Industrie Kommunikation spannende Erfahrungen und erhielten von verschiedenen Referenten anschauliche Beispiele, wie sich die deutsche Industrie der Krise – dem »Change?!« – kommunikativ gestellt hat.

Es war im Nachhinein betrachtet der Zeitpunkt, wo die Krise die Talsohle erreicht hatte. Und so war zu Beginn der Veranstaltung noch viel Zurückhaltung unter den Teilnehmern zu spüren. Im Verlauf des INDUKOM Forums wurde jedoch spürbar, dass die Veranstaltung so etwas wie Hoffnung verbreitete und die Verunsicherung dem Gefühl des Aufbruchs wich.

Damals noch Gefühl – heute Realität? Mit Nichten. Wir stehen immer noch vor sehr großen Herausforderungen. So bedingt der Aufbruch auch immer den Aufbruch von alten Denkmustern und Strukturen. Und wo es zukünftig hingehet, weiß so genau keiner.

Aber: Manche wissen immer etwas mehr als andere. Prof. Michael Hardt ist so einer. Er wird Ihnen einen Ausblick geben, was passiert, wenn sich Wellen – wie die 5. Kondratieff-Welle – brechen. Und was danach kommt. Spannend.

Zu einem anderen Aufbruch führt Sie Joey Kelly. Der Musiker, Extremsportler und Unternehmer zeigt Ihnen, dass sich der eigentliche Aufbruch immer im Kopf abspielt. Man muss ihn nur wagen. Wie das geht?

Dafür haben auch zwei weitere Referenten Antworten. Dr. Christoph Schmitt zeigt Ihnen auf, wie der Aufbruch gelingen kann, wenn wir die zunehmende Komplexität meistern und Dr. Philip Grothe beschreibt die Erfolgsstrategien der »Hidden Champions«, die auch in der Krise zum Erfolg geführt haben.

Damit nicht genug: Auch dieses Jahr haben wir äußerst interessante Insights: Fallbeispiele von INDUs und KOMs, die sich dem Thema Aufbruch widmen werden und eine Podiumsdiskussion, die den Bogen schließen wird.

Sind auch Sie dabei und lassen Sie sich von TV-Moderatorin Claudia Kleinert durch unsere Veranstaltung führen. Knüpfen Sie Kontakte, tauschen Sie sich aktiv aus und vertiefen Sie Ihre Kontakte in entspannter Atmosphäre auf unserer Abendveranstaltung mit der Triple A Preisverleihung bei exzellentem Essen und in angenehmem Ambiente.

Wir und unsere Sponsoren Star Publishing, wob und die LK-AG würden uns freuen, Sie begrüßen zu können.

Andreas Pfeilschifter

Sandy R. Sirotic

Michael Stocker



Herausgeber



Geschäftsführer



Veranstalter





»Ein nutzenstiftendes Forum mit konkretem Praxisbezug, viel Raum für Erfahrungsaustausch zwischen INDUs und KOMs. Empfehlenswert für alle, die BtoB-Kommunikation aktiv gestalten und Lösungen suchen, um die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu meistern. Davon konnte ich mich bereits im letzten Jahr überzeugen, werde deshalb auch in diesem Jahr wieder dabei sein.«

Tobias Brummer, Leiter Werbung und Strategisches Marketing, Bosch Rexroth AG

Übersicht:

02 Vorwort

04 – 07 Das Programm

08 – 09 Die Moderation und die Key Notes

10 – 11 Die Location

12 – 13 Der Übersichtsplan

14 – 15 Die Sponsoren

16 – 17 Die Aussteller

18 Die Abendveranstaltung

19 Das Anmeldeformular

Das Programm – spricht für sich selbst!

Mittwoch, 30. Juni 2010

8:30 Uhr Einlass, Kaffee, Frühstück
9:45 Uhr Begrüßung durch INDUKOM und Sponsoren

10:00 Uhr



Vortrag 1

Die Zukunft ist heute nicht mehr das, was sie mal war.

Vergessen Sie alles, was Sie bisher zu wissen glaubten. Keines der bisher gültigen Rezepte wird in Zukunft noch gelten. Wer das begreift, dem steht ein kleines Wirtschaftswunder bevor. Den Rest bestraft die Geschichte.

Prof. Michael Hardt, Uni Lappland

10:45 Uhr

Kaffeepause/Zeit für Besuch der Ausstellung

11:15 Uhr



Vortrag 2

BtoB Markenführung – Mehrwert fürs Geschäft?

Viele BtoB-Markenlenker zielen bei der Positionierung ihrer Marken auf austauschbare Dimensionen wie Produktqualität oder technische Innovation. Emotionale Aspekte kommen im BtoB immer noch zu kurz. Die Deutsche Telekom hat sich in jüngster Zeit einem neuen Markenkurs verschrieben. Neben neuer Positionierung und einer überarbeiteten Markenarchitektur wurde der Auftritt in Deutschland grundlegend geändert. Der Geschäftskundenbereich startet nun mit seiner vollständig überarbeiteten Marketingoffensive.

C. Christian Rättsch, Bereichsleiter Kommunikation, Telekom Deutschland GmbH Geschäftskunden

11:45 Uhr



Vortrag 3

BtoB-Markenführung im Wandel – Effiziente Maßnahmen für nachhaltigen Erfolg

In Zeiten wachsender Komplexität durch Digitalisierung und Kostendruck im BtoB-Markt wird die Markenführung auf den Prüfstand gestellt. Marketer stehen vor der Herausforderung innovative Werbemedien bei kürzer werdenden Produktlebenszyklen effektiv in den bestehenden Marketing-Mix zu integrieren. BtoB Marketing hat dabei eine ganz besondere Herausforderung aufgrund der fragmentierten Zielgruppenstruktur in Verbindung mit den komplexen Kaufentscheidungen. Philips Lighting nimmt dies zum Anlass neue Wege in der BtoB-Kommunikation zu gehen.

Andrea Klepper, Leiterin Marketing Communication Lighting D/AT/CH und Area Marketing Office: Brand & Corporate Identity DACH, Philips Deutschland GmbH

12:15 Uhr

Mittagspause/Zeit für Besuch der Ausstellung

14:00 Uhr



Fallbeispiel 1 (Stadtsaal)

Markenkommunikation mit Multimedia – Animationsfilme und mehr

Kommunikation unterliegt einem stetigen Wandel. Die Herausforderung ist es, von der cross-medialen Medienproduktion eine integrierte Medienerstellung zu erreichen. Die zunehmende Medienkonvergenz erfordert diesen integrierten Ansatz. Für eine moderne Markenkampagne sind Animationsfilme und Multimedia-Anwendungen daher nahezu unerlässlich.

Jens Bredemeier, Leiter Marketing Haustechnik und Techn. Service, Honeywell GmbH

Claudia Gregorowitsch, Projektmanagerin, Star Publishing GmbH

14:00 Uhr



Fallbeispiel 2 (Säulensaal)

Mit neuer Markenführung auf die Überholspur

Während viele Unternehmen in der Wirtschaftskrise auf die Bremse treten, sieht die transfluid Maschinenbau GmbH gerade hier eine Chance, um mit einer neuen Markenführung auf die Überholspur zu wechseln. In psv marketing haben die Schmallenberger einen hervorragenden Partner gefunden, der bei transfluid ein neues Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden weckt und so die Differenzierung zum Wettbewerb schafft. Von diesem Selbstbewusstsein profitiert der Mittelständler – messbar!

Gerd Nöker, Geschäftsführender Gesellschafter, transfluid Maschinenbau GmbH

Frank Hüttemann, Geschäftsführer, psv marketing GmbH



Moderation: Claudia Kleinert

14:45 Uhr



Fallbeispiel 3 (Stadtsaal)

Bewegt – Innovative Konzepte für die Unternehmenskommunikation
Die Rezeptionsgewohnheiten ändern sich. Vereinfacht: »Ansehen statt lesen.« Auch wenn das gedruckte oder elektronisch publizierte Wort noch lange nicht tot ist und sicher nie sterben wird, muss eine moderne Unternehmenskommunikation Bewegtbildangebote integrieren.

Michael Scheuer, Leiter Employee & Leadership Communication, Siemens Industry
Olaf Wolff, Geschäftsführer, Publicis PRO

14:45 Uhr



Fallbeispiel 4 (Säulensaal)

Virtuelle Markenräume sind die zukünftige Plattform für erfolgreich vernetzte Online-Strategien.

Ob als Showroom oder 3D-Erlebniswelt - virtuelle Markenräume schaffen konvergente Produkt- und Markenerlebnisse mit hoher Emotionalität die auch unter vertrieblichen Aspekten erfolgreich sind. Mit der realitätsnahen Visualisierung der Anwendungsräume von Produkten werden Welten geschaffen, die die Marke aufladen, die Produkte inszenieren und den Vertrieb sowie Kooperationen unterstützen. Das Fallbeispiel DURABLE-live bietet Kunden und Händlern neben dem Markenerlebnis einen intuitiven Sortiments- und Lösungsüberblick. Die in verschiedenen branchentypischen Anwendungen inszenierten Produkte bieten sowohl weitergehende Informationen im Detail als auch die Möglichkeit zum Kauf über den angebundenen Händler.

Gabriela Zingel, Group Product Manager, DURABLE - Hunke und Jochheim GmbH & Co. KG
Keith Alan Koster, Creative Director Media 3D-Visualisation, Vistapark Integrated Design & Communication

15:30 Uhr

Kaffeepause

16:30 Uhr



Fallbeispiel 5 (Stadtsaal)

Leidenschaft für Landwirtschaft.
Neue Energie für den europäischen Traktorenmarkt.

Die Marke persönlich erlebbar machen durch die Integration und Zusammenarbeit von allen Beteiligten im Vertriebsprozess. Realtime-Kampagnentransparenz ist der Schlüssel zum Erfolg.

Robert von Keudell, Head of Corporate Network Development, CLAAS Gruppe
Gudmund Semb, Vorstand, wob AG

16:30 Uhr



Fallbeispiel 6 (Säulensaal)

Slice by slice – Bedürfnisorientierte Portfoliostrategie für nachhaltigen Erfolg in veränderten Märkten

- Insights als Voraussetzung für Markenperformance
- Situation und Herausforderung im CT-Markt
- Innovationen als zentrale Voraussetzung für Markenerfolg
- Segmentierung als Basis für eine optimale Portfolioaussteuerung
- Bringing to Life: Prozessübergreifender Einsatz der Ergebnisse als Schlüssel

Dr. Gabriel Haras, Leiter Produktmanagement, Siemens AG, Computertomographie Systeme
Dr. Oliver Nickel, Managing Director und Member of the Executive Board, Icon Added Value GmbH

17:20 Uhr



Vortrag 4

No limits – wie schaffe ich mein Ziel!

Joey Kelly schildert eindrucksvoll seinen Lebensweg – von der Straße ins Stadion, vom Musiker zum Extremsportler, vom Entertainer zum Unternehmer. Er zeigt auf, dass man mit entsprechender Energie und Willenskraft seine Ziele erreichen kann. Man muss es nur tun und seinen eigenen Aufbruch wagen!

Joey Kelly

18:30 Uhr

20:00 Uhr

Übergang zur Abendveranstaltung mit Happy Hour
Beginn der Abendveranstaltung

Das Programm – spricht für sich selbst!

Donnerstag, 01. Juli 2010

9:30 Uhr



Vortrag 1

Der Sturm und die Windmühlen – Schock oder Wachstum trotz Krise?

Kaum jemand kennt die mehr als 1.300 deutschen mittelständischen Weltmarktführer, die »Hidden Champions«. Dabei bilden sie die Speerspitze der deutschen Wirtschaft. Warum sind die Hidden Champions auch in Krisen erfolgreich? Wo sehen die Unternehmen generell Möglichkeiten, sich in der Krise zu behaupten? Dies und die Ergebnisse einer umfassenden Befragung von mehr als 2.000 Europäischen Industrieunternehmen wird Gegenstand des Vortrags sein.

Dr. Philip Grothe, Partner, Simon-Kucher & Partners

10:15 Uhr



Vortrag 2

Das Herz der Frische – Markenführung eines Hidden Champions

Zu Beginn des Krisenjahres 2009 entschloss sich Bitzer, führender Hersteller von Kältemittelverdichtern, zu einem komplett neuen Markenauftritt. Uwe Seemann, Direktor Marketing, gibt Einblick, wie dieser Relaunch bei einem Mittelständler zu schaffen war - angefangen von der Positionierung bis zur Umsetzung der Kampagne.

Uwe Seemann, Direktor Marketing, Bitzer Kühlmaschinenbau GmbH

10:45 Uhr

Kaffeepause/Zeit für Besuch der Ausstellung

11:30 Uhr



Fallbeispiel 1 (Stadtsaal)

Anspruch und Qualität in jeder Dimension

Die dreidimensionale Darstellung bietet weit mehr als nur den Vorteil einer dritten Dimension. Die Sick AG nutzt diese, um den Nutzen ihrer Komponenten innerhalb von komplexen Prozessen darzustellen, und unterstreicht mit der hohen Qualität, die die madness gmbh liefert, in der Kommunikation auch die Ansprüche des Marktführers. madness pflegt einen ganzheitlichen Ansatz, der weit über das übliche Maß von 3D-Kreativen hinausgeht.

Andreas Esslinger, Gruppenleiter e-medien, SICK AG

Axel Berne, Geschäftsführender Gesellschafter, madness GmbH

11:30 Uhr



Fallbeispiel 2 (Säulensaal)

Image vs. Vertrieb? Digitale Markenführung im Wandel.

Die Grenzen im Kommunikationskanal Internet lösen sich zunehmend auf und verlangen nach ganzheitlichen Konzepten in der Kundenansprache. Interaktion bestimmt die User Experience und unterstützt sowohl das Markenerlebnis, wie auch die Kundengewinnung. Am Beispiel des Website-Relaunch von Zimmer + Rohde, einem der weltweit führenden Textilverlage, werden Hintergründe und Prozesse für eine zukunftsweisende Online-Kommunikation vorgestellt.

Cornelia Knapp, Leitung Marketing, Zimmer + Rohde GmbH

Marco Fischer, Geschäftsführer, die firma GmbH

12:15 Uhr



Fallbeispiel 3 (Stadtsaal)

1 Werbemittel, 29 Sprachen, 75 Beteiligte – wie Festool gemeinsam mit Lots of Dots sein Übersetzungsmanagement optimiert.

Agenturen, Marketingabteilungen, Übersetzer, Länderniederlassungen – die Vielfalt der Beteiligten stellt exportorientierte Unternehmen vor große Herausforderungen in der internationalen Medienproduktion. Für die Festool GmbH hat die Lots of Dots MediaGroup AG diese Aufgabe gelöst.

Rolf Herzog, Leiter Produktkommunikation, Festool GmbH

Klaus Meßlinger, Consultant, Lots of Dots MediaGroup AG

12:15 Uhr



Fallbeispiel 4 (Säulensaal)

Wenn komplexe Realitäten starre Strukturen sprengen.

Die individuelle Ansprache der globalen Zielgruppen über relevante Botschaften wird für Unternehmen zunehmend zu einem bedeutenden Vorteil gegenüber dem Wettbewerb werden. Ferrostaal meistert die digitale Globalisierung durch die innovative Vernetzung von Kommunikationsbotschaften erfolgreich.

Clemens Pawlak, Corporate Communications, Ferrostaal AG

Aleksandar Stojanovic, Geschäftsführer, Digital District GmbH

13:00 Uhr

Mittagspause

14:30 Uhr



Vortrag 3

Komplexität meistern – wirksam Kommunizieren in Systemen

Was sind die zentralen Herausforderungen nach dem Change? Alle großen Erfolge und Fortschritte resultieren aus dem Erhöhen und dem besseren Nutzen von Komplexität. Denn Komplexität spiegelt die vielleicht fundamentalste Eigenschaft der Wirklichkeit wider – nämlich Vielfalt. Heute wird globales Wirtschaften durch die um Potenzen größere Komplexität der Kommunikationstechnik ermöglicht, als sie uns im 20. Jahrhundert zur Verfügung stand. Der Aufbruch kann nur gelingen, wenn wir die Komplexität meistern.

Dr. Christoph Schmitt, Consultant, Malik Management Zentrum St. Gallen

15:15 Uhr

Abschlussdiskussion: Social Media – notwendig oder in der Industriekommunikation überflüssig?

Abschließende Diskussion mit Gästen unter Einbeziehung des Auditoriums



We proudly present: Moderatorin Claudia Kleinert und unsere Keynote Speaker



Claudia Kleinert

Moderatorin, Moderations-Coach, Sprecherin

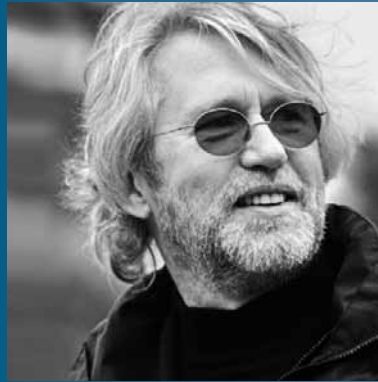
Für Millionen Fernsehzuschauer ist Claudia Kleinert ein Begriff – nicht nur aus den Wetternachrichten. Sie war und ist in zahlreichen Sendungen ein gefragter Gast, ob Unterhaltung, Show, Information oder Talkshows. Trotzdem ist der Bildschirm nur ein Arbeitsfeld der gebürtigen Koblenzerin.

Bereits seit Jahren stellt Claudia Kleinert ihr Wissen, ihre Bühnenerfahrung und ihre Fähigkeit, Menschen zu begeistern, auch Firmenkunden zur Verfügung. Sie moderiert Talk-Runden, Unternehmensveranstaltungen, Produktpräsentationen, Galas und Preisverleihungen der unterschiedlichsten Couleur.

Kleinert: »Ich will immer genau wissen, wovon ich spreche, was ich präsentiere oder welche Gesprächspartner ich auf der Bühne interviewe. Einfach nur vorgefertigte Texte abzulesen, ist für mich ein Stück weit Verrat am Publikum und am Auftraggeber und hat außerdem kaum etwas mit »moderieren« zu tun.«

Gerade bei der Moderation von Unternehmensveranstaltungen kommt Claudia Kleinert ihr beruflicher Hintergrund zu Gute. Als diplomierte Betriebswirtin verfügt sie über die kaufmännisch-betriebswirtschaftliche Kompetenz, die sie mit ihrer Kommunikations- und Bühnenerfahrung in idealer Form verbinden kann.

Wir freuen uns sehr, dass wir Claudia Kleinert auch dieses Jahr wieder als Moderatorin gewinnen konnten.



Michael Hardt

Professor und Trendforscher

Prof. Michael Hardt ist international tätiger Designberater. Derzeit beschäftigt er sich an der Universität von Lappland in Rovaniemi, Finnland mit Forschung zum Thema Designzukunft und Nachhaltigkeit. Er ist gebürtiger Deutscher mit französischer Staatsangehörigkeit, hat weltweite Lehrerfahrung, war lange Professor an der Nationalen Akademie der Künste in Bergen Norwegen und lebt nun in Schweden. Voraussichtlich im Herbst erscheint sein Buch zum Thema »Designzukunft, denken und gestalten« in Ko-Autorschaft mit Joachim Kobuss bei Birkhäuser/Basel.

Sein Vortrag wartet mit ganz neuen Forschungsergebnissen auf. Er behauptet: Vergessen Sie alles, was Sie bisher zu wissen glaubten. Keines der bisher gültigen Rezepte wird in Zukunft noch gelten. Wer das begreift, dem steht ein kleines Wirtschaftswunder bevor. Den Rest bestraft die Geschichte.

Kann man die Zukunft vorhersagen? Bedingt ja, denn die Grundrichtung einer geordneten Entwicklung lässt sich statistisch fortschreiben. So kann man wie bei einer Wettervorhersage relativ präzise Prognosen und Szenarien ableiten. Eine erstaunlich exakte Vorhersage des derzeitigen Metatrends machte bereits 1956 der amerikanische Geophysiker M. King Hubbert. Wir wissen daher, dass uns grundlegende gesellschaftlich ökonomische Änderungen bevorstehen. Was wird sich warum und wie ändern? Michael Hardt versucht eine Analyse und zeigt an Beispielen auf, wie man darauf reagieren könnte.



Joey Kelly

Musiker, Extremsportler und Unternehmer

Neben Joey Kelly's Fulltime-Job als Musiker, hat er sich auch als Extremsportler einen Namen geschaffen. Er vollbrachte die wahrhaft einzigartige Leistung innerhalb nur eines Jahres als erster Triathlet der Welt 8 Ironman erfolgreich zu beenden und die Liste der sportlichen Erfolge, auf die er zurückblicken kann, ist immens.

Seine sportlerischen Ambitionen lebt er seit einigen Jahren auch in der Artistik aus, neben Hebe- und Hochseilakrobatik fand er im sogenannten Todesrad neue Herausforderungen.

Dies alles ist umso beeindruckender, wenn man sich vor Augen hält, dass Joey Kelly als Künstler, Manager und Familienvater einen Fulltime-Job hat.

In seinem Vortrag schildert er mit vielen unglaublichen Fotos und Clips von seinen Abenteuern eindrucksvoll seinen Lebensweg und er zeigt auf, dass man mit entsprechender Energie und Willenskraft seine Ziele erreichen kann.



Christian Rättsch
Bereichsleiter
Kommunikation,
Telekom
Deutschland GmbH
Geschäftskunden

C. Christian Rättsch studierte BWL an der Humboldt-Universität zu Berlin. Erstes praktisches Know-how eignete er sich bei Grey und Euro RSCG an. Nach drei Jahren selbständiger Beratungstätigkeit arbeitete er als Manager bei der Strategieberatung BBDO Consulting im In- und Ausland. Mit seinem Wechsel zu T-Systems zeichnete C. Christian Rättsch als Senior Vice President verantwortlich für die Markenführung. Zuletzt wurde ihm die Leitung des Marketings übertragen. Seit 2009 verantwortet er in der neu gegründeten

Einheit Telekom Geschäftskunden den Bereich Marketing Kommunikation und treibt die Integration aller BtoB-Kommunikationsaktivitäten unter dem Dach der Telekom voran.

Im Vortrag konzentriert sich C. Christian Rättsch auf folgende Schwerpunkte:

- Funktion der Marke im BtoB
- Wertschöpfung durch Markenführung
- Aufbau einer Marke im BtoB
- Erste Erfahrungsberichte von der Telekom Deutschland Geschäftskunden



Andrea Klepper
Leiterin Marketing
Communication
Lighting D/AT/CH und
Area Marketing Office:
Brand & Corporate
Identity DACH, Philips
Deutschland GmbH

Andrea Klepper ist seit 2006 Leiterin Marketing Communication DACH und verantwortet die Marketingaktivitäten. Zudem ist sie für die 3 Philips-Sparten übergreifend für Brand und Corporate ID verantwortlich. Zuvor war sie bei den Konzernen Coca-Cola, Unilever und L'ORÉAL im Senior Brand Management u.a. für die Marken Fanta, Knorr und Biotherm verantwortlich. Nach diesen drei Konzernen wechselte sie zu der Mediaagentur Initiative Media als Internationale Direktorin in der Kundenberatung, um tiefe Media-Kenntnisse für die weitere Marketingkarriere bei Philips aufzubauen.

Ihr Vortrag widmet sich in Zeiten wachsender Komplexität durch Digitalisierung und zunehmendem Kostendruck den neuen Herausforderungen der Markenführung. Marketer stehen vor der Herausforderung innovative Werbemedien bei kürzer werdenden Produktlebenszyklen effektiv in den bestehenden Marketing-Mix zu integrieren. BtoB Marketing hat dabei eine ganz besondere Herausforderung aufgrund der fragmentierten Zielgruppenstruktur in Verbindung mit den komplexen Kaufentscheidungen. Philips Lighting nimmt dies zum Anlass neue Wege in der BtoB-Kommunikation zu gehen.



Dr. Philip Grothe
Partner bei Simon-
Kucher & Partners

Dr. Philip Grothe verfügt über mehr als zehnjährige internationale Beratungserfahrung. Bei Simon-Kucher & Partners ist er spezialisiert auf die Themen Wachstumsstrategie, Innovation, Vertrieb und Pricing. Zu seinen Kunden gehören sowohl Großkonzerne als auch mittelständisch geprägte Unternehmen der herstellenden Industrie sowie Unternehmen aus Handel und Dienstleistung. Sein Branchenfokus liegt in den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Komponentengeschäft, Erneuerbare Energien und

Metallerzeugung/-verarbeitung, insbesondere Stahl. Über seine Beratungstätigkeit hinaus ist Dr. Philip Grothe regelmäßig Referent bei Tagungen und Seminaren und Autor zahlreicher Studien und Beiträge zu aktuellen Management-Themen. In seinem Vortrag widmet er sich den Fragen 'Warum sind die Hidden Champions auch in Krisen erfolgreich? Wo sehen die Unternehmen generell Möglichkeiten, sich in der Krise zu behaupten?'. Seien Sie gespannt auf seine Antworten.



Uwe Seemann
Direktor Marketing,
BITZER Kühlmaschinenbau GmbH

Uwe Seemann hat über 15 Jahre Erfahrung im Management, vorrangig in den Bereichen Marketing, Produkt Management und Vertrieb, wovon er mehr als 10 Jahre bei der BITZER Kühlmaschinenbau GmbH im internationalen Umfeld tätig war. Basis dafür bieten zwei Studienabschlüsse, einer mit Schwerpunkt Engineering und einer mit Schwerpunkt Internationale Wirtschaftsbeziehungen. Herr Seemann hat dabei je ein Jahr im Ausland verbracht - während seinem Studium in Frankreich und in UK und beruflich in den USA. Uwe Seemann ist Mitglied des führenden Amerikanischen

Branchenverbandes ASHRAE sowie Mitglied des Europäischen Verbandes der Komponentenhersteller in der Kälte- und Klimabranche, ASERCOM, dessen Marketing-Bereich er vier Jahre lang geleitet hat. Zu Beginn des Krisenjahres 2009, entschloss sich BITZER, führender Hersteller von Kältemittelverdichtern, zu einem komplett überarbeiteten Markenauftritt. Uwe Seemann gibt Einblick, wie dieser Relaunch bei einem Mittelständler zu schaffen war - angefangen von der Strategie und der Positionierung bis zur Umsetzung der Kampagne.

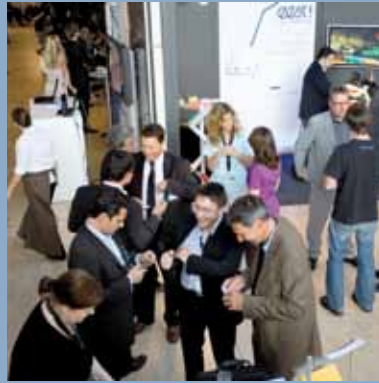


Dr. Christoph Schmitt
Consultant beim
Malik Management
Zentrum St. Gallen

Dr. Christoph Schmitt studierte Kunstgeschichte, Psychologie und Rechtswissenschaften war nach seiner Zeit als Wissenschaftlicher Mitarbeiter seit 2005 als Consultant und Trainer in verschiedenen Unternehmensberatungen tätig. Seit 2008 ist er am Malik Management Zentrum St. Gallen und blickt zwischenzeitlich auf eine reichhaltige Projekterfahrung in verschiedenen Branchen - von Automotive, IT, Handel, Gesundheitswesen, Finanzdienstleistungen bis hin zu Telekommunikation - und verfügt über eine ausgeprägte

Expertise im Change-Management. Sein Vortrag widmet sich der Erkenntnis, dass alle großen Erfolge und Fortschritte aus dem Erhöhen und dem besseren Nutzen von Komplexität resultieren. Heute wird globales Wirtschaften durch die um Potenzen größere Komplexität der Kommunikationstechnik ermöglicht, als sie uns im 20. Jahrhundert zur Verfügung stand. So kann der Aufbruch nur gelingen, wenn wir diese Komplexität meistern. Wie? Hören Sie seinen Vortrag.

Eine ungewöhnliche Location mit historischem Flair und modernem Ambiente.



Das Veranstaltungsforum am Kloster Fürstenfeldbruck bildet in einer Einheit mit der Klosteranlage, dem Bioland-Gastronomie-Betrieb ‚fürstenfelder und dem angeschlossenen 4-Sterne Hotel eine perfekte Kulisse für einen herausragenden Event zum bereichernden Wissenstransfer, persönlichen Networking und angemessenen Feiern der Gewinner des INDUKOM Triple A 2010.

Von den Parkplätzen (1) gelangen Sie über den Eingang zum Veranstaltungsforum (2) in den Veranstaltungsbereich. Die Vorträge finden im Stadtsaal (3) und im Säulensaal (6) statt.

Die Partner-Ausstellung ist – wie auch letztes Jahr – als integrativer Bestandteil der Tagesveranstaltung vorgesehen. Die Partner-Stände finden Sie im Catering-Bereich des Stadtsaals (3) oder auch im Alten Foyer (4) und im Neuen Foyer (5). Außerdem präsentieren wir in einer Ausstellung alle Motive, die es bei unserem INDUKOM Triple A auf die Shortlist geschafft haben.

Die Abendveranstaltung mit der Preisverleihung des INDUKOM Triple A findet gleich neben dem Veranstaltungsforum im Stadtsaalhof (7) der Klosteranlage statt.



- | | |
|--|-------------------------------------|
| 1 Parkplatz | 5 Neues Foyer |
| 2 Veranstaltungsforum
Kester-Haeusler-Stiftung | 6 Säulensaal |
| 3 Stadtsaal | 7 Stadtsaalhof |
| 4 Altes Foyer | 8 Restaurant ‚fürstenfelder‘ |
| | 9 Klosterkirche |



Unsere Hotelvorschläge in der näheren Umgebung

Die von uns zuerst reservierten Hotels in Fürstenfeldbruck sind leider bereits ausgebucht. Wir haben daher noch weitere Hotels in der Umgebung kontaktiert und Zimmerkontingente für Sie gesichert. Bitte buchen Sie Ihre Übernachtungen unter der Angabe des Kennworts »INDUKOM« bei folgenden Hotels:

Hotel Schiller

Nöscherstraße 20 // 82140 Olching
 Fon 0049 (0)8142 4730
 Fax 0049 (0)8142 473399
anfrage@hotel-schiller.de // www.hotel-schiller.de
 DZ 100 EUR pro Nacht
 EZ 90 EUR pro Nacht

Landgasthof Deutsche Eiche

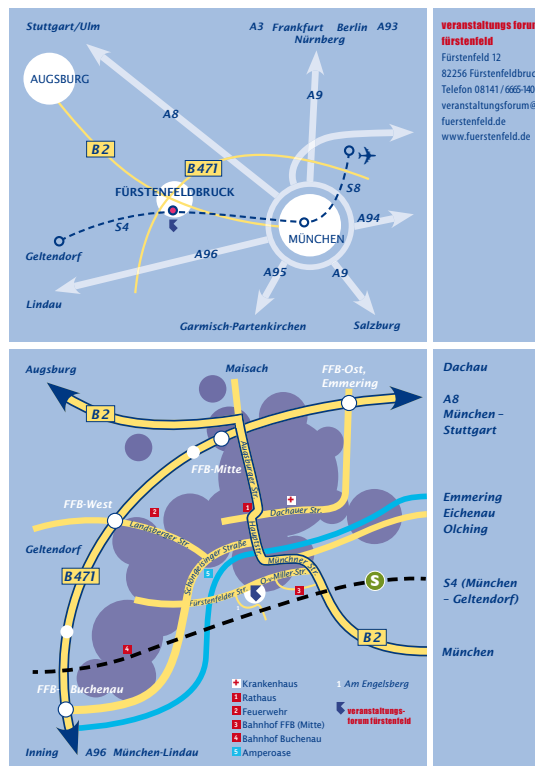
Ranerstraße 1 // 81249 München/Lochhausen
 Fon 00 49 (0)89 864900-0
 Fax 0049 (0)89 864 900 98
info@deutsche-eiche-mendel.de
 DZ 89 EUR pro Nacht mit Frühstück
 EZ 69 EUR pro Nacht mit Frühstück

Hotel Grünwald Garni

Altostraße 38 // 81245 München-Aubing
 Fon 0049 (0)89 863010
 Fax 0049 (0)89 86301222
info@hotel-gruenwald.de
 DZ 90 EUR pro Nacht mit Frühstück
 EZ 74 EUR pro Nacht mit Frühstück

Beste Verbindungen

Die Klosteranlage Fürstenfeldbruck liegt verkehrstechnisch günstig vor den Toren Münchens. Ob von der Stuttgarter Autobahn (A8) oder der Lindauer Autobahn (A96), via S-Bahn von München oder dem Münchner Flughafen. Selbst mit dem Zug bis zum ICE-Bahnhof Pasing und mit dem Taxi – die Location ist bestens, schnell und günstig erreichbar. Kostenlose Parkplätze finden Sie vor der Klosteranlage.



Das INDUKOM Forum in der Übersicht.

Die Übersicht zeigt Ihnen, wo Sie welche Aussteller finden, wie Sie zu den Vortragsorten kommen und wo sich die Catering-Bereiche befinden.



A Stadtsaal



B Altes Foyer

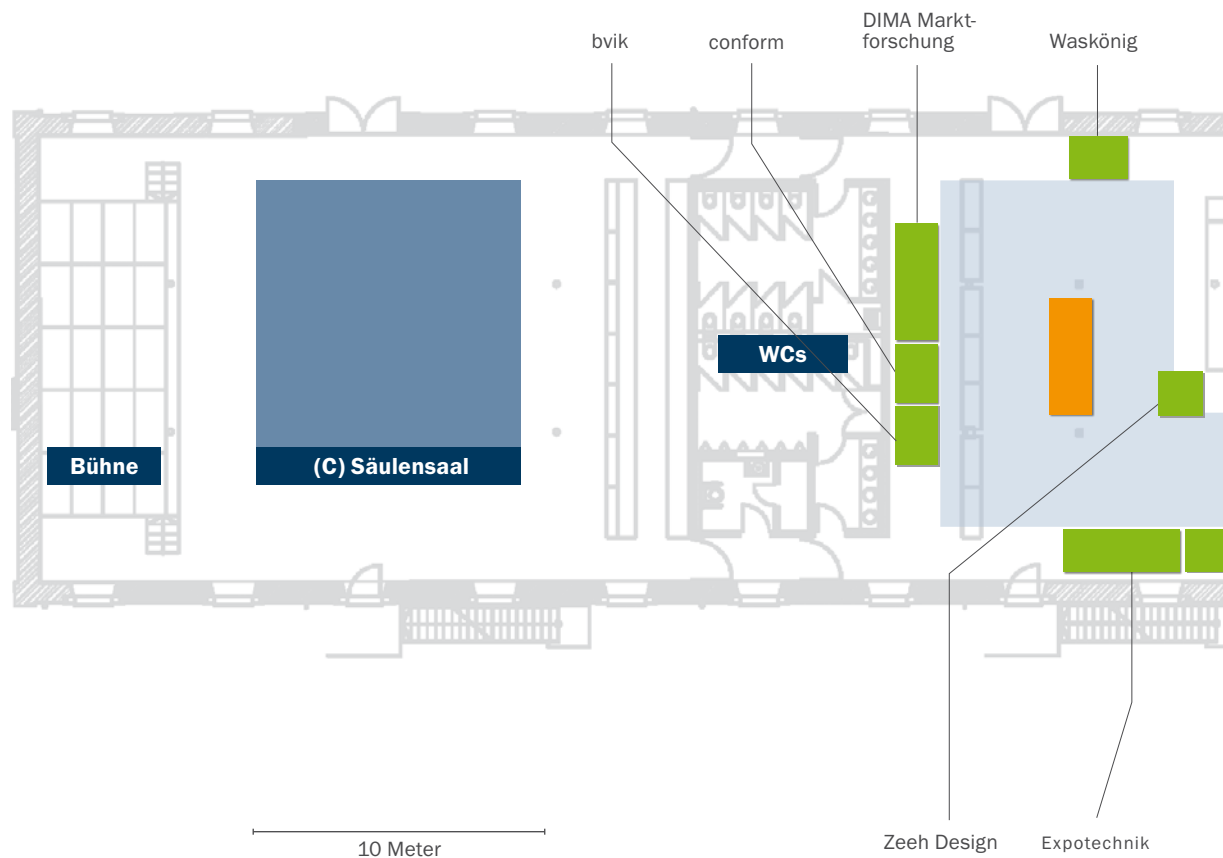


C Säulensaal



D Neues Foyer

- Bestuhlung
- Aussteller
- Catering-Bereiche
- Catering-Inseln





Unsere Hauptsponsoren stellen sich vor.

Mit unseren Hauptsponsoren Star Publishing, wob und LK-AG konnten wir wieder die selben Unterstützer des INDUKOM Forum Industrie Kommunikation gewinnen wie auch schon im Jahr 2009.

Die Stände der Sponsoren finden Sie jeweils im Stadtsaal (siehe Standplan). Gerne erläutern Ihnen die Sponsoren, was sie für Sie tun können.

STAR PUBLISHING



STAR COOPERATION GmbH

Otto-Lilienthal-Straße 5
71034 Böblingen
Fon 0049 (0)7031 6288-300
www.star-cooperation.com

GRÜNDUNGSJAHR: 1997

MITARBEITER/UMSATZ: 435 Mitarbeiter, 76,1 Mio. Umsatz 2008

STANDORTE: Böblingen, Stuttgart, Berlin, München, Wolfsburg, Garriguella (ES), Johannesburg (SA), Atlanta (USA)

UNTERNEHMEN: Star Publishing GmbH

GESCHÄFTSLEITUNG: Ramona Kaden, Fon 0178 6288-118
ramona.kaden@star-cooperation.com

LEISTUNGSPROFIL: Star Publishing ist global agierender Kommunikationsdienstleister, der integrativ alle Medienkanäle (Klassik, Web, Mobil) bedient und für Mittelstand und Großunternehmen tätig ist. Bei internationalen Projekten steht neben der Gesamtsteuerung auch die Optimierung der Prozesse im Fokus. Das heißt, dass die Themen Effizienz, Kosten-, Qualitätsoptimierung und 0-Fehler-Quote im Sinne des Kunden bedient werden.

KOMPETENZSCHWERPUNKTE: Entwicklung, Steuerung und Produktion von Business Kommunikation, Technischer Kommunikation und Kunden Kommunikation. Produktfilme (Real- und 3D-Animationen), Fremdsprachenmanagement, Beratung beim Thema Prozessoptimierung und Marketingeffizienz, Entwicklung und Rollout von Software für effiziente Medienproduktion.

INDUSTRIEKUNDEN ARBEITEN GERN MIT UNS ZUSAMMEN:

- weil wir deren Sprache sprechen
- weil wir jung, kompetent, professionell und freundlich sind
- weil wir eine strategische Kundenbeziehung anstreben und leben
- weil wir Effizienzen für unsere Kunden gewinnen
- weil Prozess, Standards und Normen für uns keine Fremdwörter sind

REFERENZEN: 3M, AMG, Carl Zeiss, Daimler Marketing Kommunikation Pkw/Transporter, Daimler Südafrika/USA , Daimler Vertrieb Deutschland, Deutsche Luftfahrt, dm Drogeriemarkt, Exxon, EvoBus, Fein, Harman, Honeywell, intersport, Maybach, MunichRe, Tognum/MTU, smart, Trumpf, viega, Volkswagen, Yellostrom



wob AG

Werner-Heisenberg-Straße 6a-10
68519 Viernheim
Fon 0049 (0)6204 970-110

Lindwurmstraße 71-73
80337 München
Fon 0049 (0)89 539060-10
E-Mail: info@wob.ag // www.wob.ag

wob ist Deutschlands führende international aufgestellte BtoB-Agentur für Markenstrategie und intelligente Kommunikation.

VORSTAND:

Kurt Klein (li.) // Frank Merkel (mi.) // Gudmund Semb (re.)

ZAHLEN & FAKTEN:

Gründung: 1973
Eigenkapital: 1,37 Mio. Euro
Mitarbeiter: 99
Gross Income 2009: 8,7 Mio. Euro
Equivalent Billings 2009: 58 Mio. Euro
Internationales Netzwerk: BBN Business Branding Network

TÖCHTER:

wob digital GmbH, Viernheim // wob Event GmbH, Viernheim // die media GmbH, Viernheim, Stuttgart

RANKINGS:

Ranking Dialog-Marketing-Agenturen (Horizont, w&v 2009): Platz 4
Ranking inhabergeführter GWA-Agenturen (GWA 2010): Platz 13

AUSZEICHNUNGEN 2009:

Effie Award Shortlist (VOGELSSANG WOB), 2 Awards beim GWA Profi, 4 Auszeichnungen beim GWA Profi, Auszeichnung beim iF communication design award, Silber beim ITVA-Award

MARKEN, FÜR DIE WIR ARBEITEN:

ADAC, ASSTEL, Autodesk, BÄKO, CLAAS, EagleBurgmann, ebmpapst, euroShell, Hager Pappprint, Henkel, Heraeus Kulzer, Hyundai, KWS Saat, Logwin, Lufthansa Cargo, Mannheim Business School, Mercedes-Benz Omnibusse, Messe München, Mubea, Netviewer, Odenwald Quelle, P&R, Pfeiffer & May, Schott Ceran, Sirio Pharma, Threadneedle, Saalemühle, SAP, SAS, SKF, TÜV Süd, Universität Heidelberg, Universität Mannheim, Wacker Chemie



LK-Aktiengesellschaft

Wilhelm-Beckmann-Straße 19
45307 Essen
Fon 0049 (0)201 7472-0
Fax 0049 (0)201 7472-100
E-Mail: info@lk-ag.de
www.lk-ag.com

Gründung als GmbH 1993

50 Angestellte, 180 freie Mitarbeiter

Vorstand: Tom Koperek, Marketing & Vertrieb (li.)
Sven Robusch, Technik (mi.)
Holger Steffentorweihen, Gestaltung (re.)

KOMPETENZEN & TÄTIGKEITSFELDER: LK-Aktiengesellschaft ist Full Service Dienstleister für Veranstaltungstechnik. Wir arbeiten in einem globalen Netzwerk mit erstklassigen, von uns qualifizierten Partnern. Für unsere Kunden übernehmen wir die gestalterische & technische Planung, Ausstattung und Umsetzung von Corporate Events & Livecommunication, Messeauftritten, Tagungen, Symposien, Kongresse, Hauptversammlungen, Pressekonferenzen, Architekturinszenierung.

PROFIL: „Wir entwickeln in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden bedarfsorientierte Ideen und Konzepte für maßgeschneiderte Lösungen. Unser besonderer Anspruch an uns selbst als Full Service Dienstleister im Bereich Beleuchtung, Beschallung, Medientechnik und Bühnenbau basiert auf Kontinuität in der kreativen und innovativen Leistung. Mit der Entwicklung und Anwendung unserer Imagineering by LK-AG® Technologie schaffen wir Räume mit immer wieder wechselnden Atmosphären. Völlig losgelöst von Standardformaten erzeugen wir hiermit emotional bewegende Bildwelten in jeder Dimension. Durch den Einsatz modernster Technik ermöglichen wir unseren Kunden immer einen herausragenden Auftritt.“

REFERENZKUNDEN: Adidas, BASF, Bayer, e.on, Grohe, Hochtief, Miele, Roche, RWE, Simrit, WGZ Bank, Wincor Nixdorf

Besuchen Sie unsere Aussteller.



Animotion Media GmbH & Co KG
Alleenstraße 160
73230 Kirchheim unter Teck
Fon 07021 7373780
Fax 07021 47382
Internet: www.animotion-media.com



bluepool GmbH
Gaußstraße 4
70771 Leinfelden-Echterdingen
Fon 0711 90214-0
Fax 0711 90214-137
Internet: www.bluepool.de



**COMPLEXX – Gesellschaft für
Messe- und Ausstattungsbaubau mbH**
Zeichenstraße 34
45884 Gelsenkirchen
Fon 0209 1778-0
Fax 0209 1778-111
Internet: www.complexx.de



conform GmbH
Kleine Heide 16
33790 Halle
Fon 05201 8730-0
Fax 05201 8730-10
Internet: www.conform.cc



DER TOUR GmbH & Co. KG
Emil-von-Behring-Straße 6
60424 Frankfurt
Fon 069 9588-3344
Fax 069 9588-1913
Internet: www.dercongress.com
www.tradefairs.com



**die firma GmbH
Innovative Kommunikation**
Schwalbacher Straße 74
65183 Wiesbaden
Fon 0611 23850-10
Fax 0611 23850-11
Internet: www.diefirma.de



**DIGITAL DISTRICT GmbH
Architekten der Digitalisierung**
Berliner Allee 22
40212 Düsseldorf
Fon 0211 2005010
Fax 0211 20050110
Internet: www.digitaldistrict.de



DIMA Marktforschung GmbH
07, 7 – 8
68161 Mannheim
Fon 0621 180368-0
Fax 0621 180368-29
Internet: www.dima-mafo.de



**DOMSET GmbH & Co. KG
Live-Kommunikation**
Antwerpener Straße 6-12
50672 Köln
Fon 0221 355576-0
Fax 0221 355576-55
www.domset.de



dreitakt.tv gmbh
Badenweilerstraße 2-4
79115 Freiburg
Fon 0761 705799-0
Fax 0761 705799-99
Internet: www.dreitakt.tv



**eest! Die Agentur
Events/Tagungen/Incentives GmbH & Co. KG**
Bozener Straße 3
86165 Augsburg
Fon 0821 48089-0
Fax 0821 48089-128
Internet: www.eest.de



EXPOTECHNIK Heinz Soschinski GmbH
Aarstraße 176
65232 Taunusstein
Fon 06128 269-0
Fax 06128 269-100
Internet: www.expotechnik.com



fey messe & objekt design GmbH & Co. KG
Buchbrunnenweg 16
89081 Ulm-Jungingen
Fon 0731 96770-0
Fax 0731 96770-96
Internet: www.fey-messedesign.de

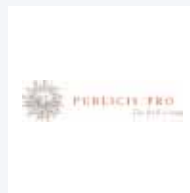


IBA Hartmann GmbH & Co. KG
Stätzlinger Straße 77
86165 Augsburg
Fon 0821 794090
Fax 0821 79409950
Internet: www.iba-hartmann.de



ICOM Messebau GmbH Company for Design and Exhibitionservice

Liebigstraße 12
82256 Fürstenfeldbruck
Fon 08141 50147-0
Fax 08141 92780
Internet: www.icom-messebau.de



Publicis PRO. The BtB Group

Nägelsbachstraße 33 // 91052 Erlangen
Fon 09131 9192-123
Implerstraße 11 // 81371 München
Fon 089 904007-7123
Internet: www.publicis-pro.de



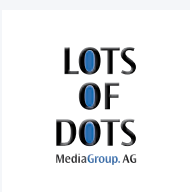
ICON ADDED VALUE GmbH

Thumenberger Weg 27
90491 Nürnberg
Fon 0911 9593-0
Fax 0911 9593-120
Internet: www.icon-added-value.com



USG AG.

USG-Stuttgart & USG-Bern AG
Stiftstrasse 16
71063 Sindelfingen
Fon 07031 4928080
Internet: www.usg-stuttgart.de
www.usg.ch



LOTS OF DOTS MediaGroup. AG

August-Horch-Straße 20
55129 Mainz
Fon 06131 91003-0
Fax 06131 91003-44
Internet: www.lots-of-dots.de



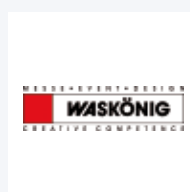
VISTAPARK – INTEGRATED DESIGN & COMMUNICATION

Bärenstraße 11-13
42117 Wuppertal
Fon 0202 26446-0
Fax 0202 26446-280
Internet: www.vistapark.de



madness GmbH

Hölderlinweg 9-11
73033 Göppingen
Fon 07161 12977
Fax 07161 923933
Internet: www.3dmadness.de



WASKÖNIG GmbH

Bonifaciusring 24
45309 Essen
Fon 0201 55784-0
Fax 0201 55784-44
Internet: www.waskoenig.com



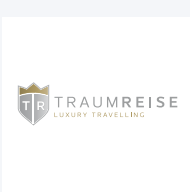
Möller Horcher Public Relations GmbH

Ludwigstraße 74
63067 Offenbach
Fon 069 80909652
Fax 069 80909659
Internet: www.moeller-horcher.de



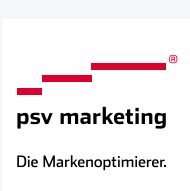
ZEEH DESIGN GmbH

Boschstraße 16
82178 Puchheim
Fon 089 890133-0
Fax 089 890133-10
Internet: www.zeeh-design.de



Traumreise Luxury Travelling – Ein Unternehmen der nice :-) Agentur für Kommunikation GmbH

Ringstraße 51
45219 Essen-Kettwig
Fon 02054 87559-0
Fax 02054 87559-55
Internet: www.die-traumreise.com



psv marketing GmbH

Ruhrstraße 9
57078 Siegen
Fon 0271 770016-0
Fax 0271 770016-29
Internet: www.psv-marketing.de

Unterstützer vor Ort:



bvik bundesverband industrie kommunikation e.v.

Von-Kühlmann-Straße 5
86899 Landsberg
Fon 08191 94779-77
Internet: www.bvik.org

Vorhang auf: Die Abendveranstaltung mit der Preisverleihung des INDUKOM Triple A



Zur großen Gala der Abendveranstaltung mit der diesjährigen INDUKOM Triple A Preisverleihung laden wir Sie ganz herzlich in den Stadtsaalhof des Klosters Fürstenfeldbruck ein. Wenn es das Wetter zulässt, werden wir auch dieses Jahr wieder ›Open Air‹ feiern und den Sommer gemeinsam mit Ihnen genießen. Feiern Sie mit uns die Sieger der Awards, genießen Sie die vorzügliche Küche des ›fürstenfelder‹, lassen Sie sich von Claudia Kleinert, durch die Preisverleihung führen.

Auch dieses Jahr bitten wir alle Finalisten, die die Shortlist erreicht haben, auf die Bühne und küren die Sieger in den Kategorien:

- Kampagne 1/1-Anzeigen
- Webauftritt
- Unternehmensdarstellung Print
- Kunden-Magazine
- Cross Media

Als besonderes Highlight präsentieren wir Ihnen eine Show-Inszenierung der besonderen Art – gestellt von unserem Hauptsponsor LK-AG.

Und dann lassen wir den Abend bei entspannter Musik und angenehmen Gesprächen ausklingen.



Fax-Anmeldung



Zum 3. INDUKOM Forum Industrie Kommunikation am 30. Juni / 1. Juli 2010 im Veranstaltungsforum Fürstenfeldbruck.

Faxen Sie dieses Formular ausgefüllt an:
Fax 08191 94779-19

Anmeldeschluss: 25. Juni 2010
Jetzt anmelden!

Oder melden Sie sich online an:
www.indukom.de/Forum_Anmeldung.asp

- Ja**, ich nehme am **INDUKOM Forum und der Abendveranstaltung** teil.
Keine Verbandsmitgliedschaft: **990,- Euro**
- Ja**, ich nehme am **INDUKOM Forum und der Abendveranstaltung** teil und **bin Einreicher beim INDUKOM Triple A**
Tagungskosten für einreichende Agenturen: **870,- Euro**
- Ja**, ich nehme **nur an einem Tag**, dem _____ und der Abendveranstaltung teil.
Kostenbeitrag **650,- Euro**
- Ja**, ich nehme **nur an einem Tag**, dem _____ aber **nicht an der Abendveranstaltung** teil.
Kostenbeitrag **530,- Euro**
- Ja**, ich nehme **nur an der Abendveranstaltung** teil.
Kostenbeitrag **120,- Euro**
- Ja**, ich nehme **nur an der Abendveranstaltung** teil und **bin Einreicher beim INDUKOM Triple A**.
(Eintritt kostenlos)
- Nein**, ich habe leider keine Zeit / keine Lust / kein Interesse / kein Reisebudget mehr
(bitte unzutreffendes streichen)

Einsender:

Firma

Vorname

Nachname

Funktion

Straße, Nr.

PLZ/Ort

Telefon/Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift

Teilnahmebedingungen:

Sie erhalten nach Eingang der Anmeldung Ihre Anmeldebestätigung und Rechnung. Bitte überweisen Sie den Rechnungsbetrag nach Erhalt der Rechnung. Etwaige Programmänderungen aus wichtigem Grund behält sich der Veranstalter vor. Die Stornierung (schriftlich/E-Mail) ist bis 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich. Danach wird die Hälfte der Teilnahmegebühr erhoben. Bei Nichterscheinen

oder Stornierung am Veranstaltungstag ist die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Gerne akzeptieren wir einen Ersatzteilnehmer. Anmeldeschluss ist der 25. Juni 2010. Bitte melden Sie sich rechtzeitig an, die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Hinweis: Gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz unterrichten wir Sie über die Speicherung Ihrer Anschrift in einer Datei und die Bearbeitung mit automatischen Verfahren.