

DONNERSTAG, 21. SEPTEMBER 2006

9.00 - 9.30 UHR EMPFANG

VORTRAG PLENUM

9.30 - 11.00 UHR

WORKSHOP 1.1

WORKSHOP 1.2

GUTE UNTERNEHMEN - SCHLECHTE UNTERNEHMEN? WAS FÜHRUNGSKRÄFTE VON PFERDEN LERNEN KÖNNEN

Prof. Horst Müller-Peters, Vorstandsvorsitzender psychonomics

GUT IST DAS GEGENTEIL VON GUT GEMEINT - ZUR PSYCHOLOGIE VON WIRTSCHAFTS- UND SOZIALREFORMEN

Prof. Dr. Detlef Fetchenhauer, Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie, Universität zu Köln

ZIELGRUPPENANSPRACHE BEI HORMONELLER VERHÜTUNG

Verhütung: Wie tickt die Frau?

Michael Siewert, Projektmanager psychonomics HealthCare

Typische Frauenbilder und ihr Vorkommen in der Gesellschaft

Florian Bender, Market Research Organon GmbH

ARBEITZUFRIEDENHEIT & ENGAGEMENT MESSEN UND ENTWICKELN

Was ist gute Arbeit? Anforderungen und Ressourcen zur Schaffung von Gesundheit und Engagement aus Arbeitnehmersicht

André Große-Jäger, Referatsleiter des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales

Erfahrungsbericht zur Umsetzungssteuerung einer Mitarbeiterbefragung in 500 Organisationseinheiten

Katja Dietrichkeit, Personalentwicklung Kaufmännische Krankenkasse

11.00 - 11.30 UHR PAUSE

WORKSHOP 2.1

WORKSHOP 2.2

11.30 - 12.45 UHR

WORKSHOP 2.3

WORKSHOP 2.4

USABILITY OPTIMIEREN IN INTRA- UND EXTRANETS?

Usability-Forschung als Instrument des internen Qualitätsmanagements am Beispiel der Einführung eines online-basierten Verkaufs- und Beratungstools für Mitarbeiter der Postbank (ICF)

Christian Escher, Senior Projektmanager psychonomics
Thomas Ontyd, Deutsche Post Retail GmbH

Orientierung im Förderdschungel - Wie die NRW.BANK ihren Nutzern den Überblick verschafft

Olav A. Waschkies, Account Manager Pixelpark
Sabine Keßel, Marketingreferentin NRW.BANK

DER BANKKUNDE IM VISIER

Aktuelle Repräsentativstudie zum Privatkunden-Bankenmarkt Deutschland: Mentalitäten, Kundentypen, Akzeptanz von Vertriebskonzepten

Dr. Karsten Schulte, Senior Projektmanager psychonomics
Stefan Heinisch, Senior Projektmanager psychonomics

Direktmarketing als Erfolgsfaktor bei Banken - Eine Sonderstudie zum Kundenmonitor Banken

Thomas Hauck, Abteilungsleiter Dialogconsulting FDL
SVI/DPAG

GESUNDHEITSKOMMUNIKATION: WIE SIE WIRKT UND WAS SIE KANN

Zwischen Empowerment und Infopainment

Dirk Weller, Senior Projektmanager psychonomics HealthCare
Anja Schweitzer, Leiterin psychonomics HealthCare

Vom Patient zum Kunden - Zukunftskonzepte der Gesundheitskommunikation

Beatrice Eisenmann, Stv. Verlagsleiterin & Leiterin
Geschäftsbereich Gesundheitskommunikation wdw
Wirtschaftsdienst

HUMAN CAPITAL MESSEN UND ENTWICKELN

Human Capital wirksam messen -
Beispiele und praktische Erfahrungen

Peter Friedrichs, Geschäftsführer Celidon Consulting,
Vorstandsvorsitzender des Human Capital Club e.V.

Praxisbericht Führungskräfteentwicklung in Krankenhäusern

Claudio Ingendaay, Senior Berater psychonomics

12.45 - 14.00 UHR MITTAGSPAUSE

SPOTLIGHT 3.1

SPOTLIGHT 3.2

14.00 - 14.30 UHR

SPOTLIGHT 3.3

SPOTLIGHT 3.4

SERWAYS AUF DER SPUR: FÜR EINE NEUE MARKE EINE NEUE ART DER MARKTFORSCHUNG - BIOTIC.WALKS®

Almut Leitner, Leiterin Qualitätsmanagement
AutobahnTank&Rast

KAUFMOTIVE - DER SCHLÜSSEL ZU NEUEN KUNDENSEGMENTEN IM VERSANDHANDEL

Katja Küpper, Senior Consultant Deutsche Post
ZKAM Versandhandel

ARZT-SELBSTBILDER UND WAS SIE FÜR PATIENTEN UND HERSTELLER BEDEUTEN

Dirk Weller, Senior Projektmanager psychonomics HealthCare
Stephanie Bauer, Associate Director Market Research Janssen-Cilag GmbH

UNTERNEHMENSKULTUREN MESSEN UND GESTALTEN - DARSTELLUNG EINES NEUEN ANSATZES

Jasmin Beckmann, Projektmanagerin psychonomics
Andreas Schubert, Vorstand psychonomics

SPOTLIGHT 4.1

KLEINE MAUS GANZ GROSS: ZUR ATTRAKTION DER „SENDUNG MIT DER MAUS“
Daniela Jochlik, Senior Projektmanagerin psychonomics

SPOTLIGHT 4.2

DEVELOPING INTERNATIONAL BRAND NAMES - DO'S AND DON'T'S
Hugo van Veen, Round Table Research, Amsterdam
Ivo Gruppig, Globbrands Naming Specialists, Amsterdam

14.30 - 15.00 UHR
SPOTLIGHT 4.3

ASSEKURANZ MARKTSTRATEGIEN 2008
Dr. Oliver Gaedeke, Senior Manager psychonomics

SPOTLIGHT 4.4

EINFLUSSFAKTOREN DER AUSBILDUNGS- UND STUDIENWAHL - SCHLUSSFOLGERUNGEN FÜR UNTERNEHMEN UND HOCHSCHULEN
Jörg Ungerer, Einstieg GmbH

15.00 - 15.30 UHR PAUSE
WORKSHOP 5.1
LEBENSSTRÄUME

Lebenssträume 2006: Rausschmiss aus dem Paradies - kids, youth-middle ager, best ager
Daniela Jochlik, Senior Projektmanagerin psychonomics
Dirk Weller, Senior Projektmanager psychonomics

WORKSHOP 5.2
KUNDENKOMMUNIKATION IN DER ASSEKURANZ OPTIMIEREN

Alles, was Recht ist: Markt-Tracking für Rechtsschutz-Versicherer
Dagmar Klaff, Abteilungsleiterin Marktforschung/
Kundenmanagement ARAG Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG

15.30 - 16.45 UHR
WORKSHOP 5.3
B2B-KUNDENZUFRIEDENHEITS-FORSCHUNG IN DER PRAXIS

Was macht Marktforscher glücklich? Kundenbindungsanalyse am Beispiel der Befragung der psychonomics Kunden
Robert Quinke, Senior Projektmanager psychonomics

WORKSHOP 5.4
PRIVATE BANKING - MARKTBEARBEITUNG IM TOP-SEGMENT

Marktgegebenheiten: Marktvolumen, Marktstrukturen, Unterschiede zum Massenmarkt
Dr. Oliver Mihm, Vorstand Investors Marketing AG
Dr. Karsten Schulte, Senior Projektmanager psychonomics

Dialogmarketingkonzepte für den Versicherungsvertrieb - Potenziale, Barrieren und Lösungen
Dr. Kai Böttcher, Vertriebsleiter Deutsche Post AG,
ZKAM BRIEF Finanzdienstleistungen
Elisabeth von Spiessen, Senior Consultant Deutsche Post AG, ZKAM

Das kleine xα der B2B-Zufriedenheit
Roland Maurer & Sandra Vetter, Deka Bank
Deutsche Girozentrale
Thomas Donath, Senior Projektmanager psychonomics

Aktuelle Herausforderungen und Trends im deutschen Private Banking Markt
Dr. Oliver Mihm, Vorstand Investors Marketing AG

FREITAG, 22. SEPTEMBER 2006
WORKSHOP 6.1

EINFÜHRUNG IN DIE KUNDENZUFRIEDENHEITS-ANALYSE BEI PSYCHONOMICS
Robert Quinke, Senior Projektmanager psychonomics
Thomas Donath, Senior Projektmanager psychonomics

WORKSHOP 6.2

EINFÜHRUNG IN DIE CONJOINTANALYSE
Dr. Torsten Melles, Senior Projektmanager psychonomics
Dr. Michaela Brocke, Projektmanagerin psychonomics

10.00 - 14.00 UHR
WORKSHOP 6.3

METHODENMIX IM INTERNATIONALEN EINSATZ - MIXED MODE IN DER MARKTFORSCHUNG
Sarah Meinhold, Senior Marketing Manager Siemens AG
Holger Geißler, Senior Manager psychonomics