

4. Deutscher Effizienz-Tag findet in Berlin statt

Workshops und Vorträge zur Vereinfachung von Marketingstrategien

Die Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft (DWG), Bonn, veranstaltet am 27. September in der TU Berlin den 4. Deutschen Effizienz-Tag. Im Mittelpunkt steht das Thema „Effizienz durch Vereinfachung: Simplifying als Erfolgsfaktor in der Markenführung?“. Fachleute aus Forschung, Produktion, Handel und Medien stellen neue Methoden, Modelle und Erkenntnisse für einfache Werbestrategien vor.

Den Auftakt bildet Prof. Dr. Peter Kruse von der Bremer Unternehmensberatung Next Practice, der erklärt, wie das Gehirn Komplexität reduziert und was daraus für die Unternehmenskommunikation gelernt werden kann. Prof. Peter

Wippermann, Trendbüro, Hamburg, zeigt anschließend Konsequenzen des neuen Konsumentenverhaltens für das Marketing auf. Es folgt eine von Arno Balzer, Manager Magazin, Hamburg, und Prof. Dr. Dirk-Mario Boltz, DWG/Fachhochschule für Wirtschaft, Berlin, geführte Podiumsdiskussion mit Vertretern der Telekommunikationsbranche zum Thema „Nachfrageschub durch einfache Marketingbotschaften“. Nach der Mittagspause bietet sich die Möglichkeit, an einem von elf Workshops teilzunehmen. Themen sind unter anderem „Der Wechsel von Quantität zu Qualität – vom Überangebot zur Marke“ und „Werbeslogans und ihre Wirkung“. Auf die



Arno Balzer, Peter Kruse und Peter Wippermann (v.l.n.r.) werden während des Effizienz-Tags über erfolgreiche Werbestrategien sprechen

Emotionalisierung als Vereinfachungsstrategie und den Einsatz geeigneter Werbe-Instrumente wird an anderer Stelle eingegangen. Am Nachmittag stellt DWG-Privatdozent Dr. Carsten Baumgarth die Ergebnisse einer Unternehmensum-

frage zum Einfluss der Vereinfachung von Markenführung auf den Firmenerfolg vor. Anmeldungen und weitere Informationen zu der ganztägigen (8:45 bis 17:45 Uhr) Veranstaltung finden Sie unter www.dwg-online.net. NA ■