

1. Kongress Gesundheit & Marke

Gesundheit
& Marke
2013

10. und 11. Juni 2013,
Congress Center Essen



**„Healthness“ als
neuer Megatrend.**

Mehr Menschen
werden einen ge-
sunden Lebensstil
pflegen.

Matthias Horx

**Jetzt
anmelden!**

Forum für Marketing-
entscheider im Themen-
feld Gesundheit



Gesundheits-
ausgaben in
Deutschland
pro Jahr:

294 Mrd. €



Mehr als jeder zehnte Euro, der in Deutschland ausgegeben wird, dient der Gesundheit. Eine klare Positionierung im Markt gewinnt an Bedeutung. Wie bildet man Marken im Gesundheitswesen? Was sind die Ursachen des steigenden Gesundheitskonsums? Wie bedingen sich Internal Branding und Betriebliches Gesundheitsmanagement? Auf diese und weitere Fragen liefert der Kongress „Gesundheit & Marke“ Antworten.

Top-Themen in Top-Foren:

- Von der Institution zur Marke
- Klinik - Marke - Zukunft
- Neue Welle: Healthness & Co.
- CSR & Sponsoring
- Neue Medien und E-Health
- Mittelbeschaffung & Marke
- Marke - Mitarbeiter - Führung
- Gesunde Marken - gesunde Märkte

Veranstalter



Die **ESB Europäische Sponsoring-Börse** bietet exzellente Kontakte, aktuelles Know-how und starke Medien für Unternehmen im Bereich Sport, Sponsoring und Event-Marketing. Das ESB-Netzwerk fördert gezielt Kooperationen und Geschäftskontakte für neues Business. Dabei bietet die ESB ihren Partnern mit Kongressen, Seminaren und Networking-Events ideale Plattformen für neues Business.

www.esb-online.com



Emotional
Marketing

Seit über 20 Jahren steht **TAS** für emotionale Markenkommunikation. Im Kern als Event-Agentur gegründet, deckt TAS heute mit seinen 70 Mitarbeitern alle Bereiche für eine integrierte 360Grad-Kommunikation ab. Von der Strategieentwicklung über die Kreation bis hin zur Realisation bietet TAS seinen Kunden echtes One-Stop-Shopping und effiziente Lösungen aus einer Hand. Kunden bezeichnen uns auch gerne als die „kreativen Macher aus dem Ruhrgebiet“.

www.tas-agentur.de

Premium Partner



HEALTHCARE MARKETING ist das monatliche Entscheider-Magazin für Kommunikation und Marketing im Pharma- und Gesundheitsmarkt in Deutschland. HEALTHCARE MARKETING berichtet über Unternehmen, Märkte und Politik sowie über Kampagnen, Etats und Medien, die Gesundheitsthemen erfolgreich vermitteln.

www.healthcaremarketing.eu



IFH PHARMA EXPERTS – Analysieren, Bewerten, Entscheiden im Gesundheitsmarkt. Als unabhängiger Partner mit fundierter Branchenexpertise bieten die PHARMA EXPERTS Analysen im Gesundheitsmarkt auf Ebene der beteiligten Marktpartner, der Öffentlichkeit und der Patienten-/Kundenebene an. Auf die Kompetenz der über 40 Mitarbeiter vertrauen zahlreiche, namhafte Player im Gesundheitsmarkt, wie z.B. Bayer AG, NOWEDA Apothekergenossenschaft eG und das Universitätsklinikum Bonn.

www.ifh-pharma-experts.de



Unter dem Motto „Bildung, die bewegt“ bietet das **IST-Studieninstitut** seit fast 25 Jahren berufsbegleitende Weiterbildungen in Form des staatlich zugelassenen Fernunterrichts an. Zur Wahl stehen eine Vielzahl an beruflichen Qualifikationen in den Fachbereichen „Sport & Management“, „Fitness“, „Wellness & Gesundheit“, „Tourismus & Hospitality“ sowie „Kommunikation & Management“.

www.ist.de, www.ist-hochschule.de



Das **Congress Center Essen** freut sich, die Pilotveranstaltung „Gesundheit & Marke 2013“ mit auszurichten und wünscht allen Gästen inspirierende Tage und Vorträge im Herzen des Ruhrgebiets. „To meet with success“ ist der Leitgedanke unseres Teams bei allen Arbeitsschritten rund um die Veranstaltungsplanung. Hierfür bieten wir Ihnen nicht nur großzügige und variable Räumlichkeiten, sowie eine ausgereifte Logistik. Bei uns buchen Sie immer auch exzellenten Service und Know-how.

www.cc-essen.de

Official Partner



Medienpartner



Programmübersicht



Montag, 10. Juni 2013

08:30 Check-In und Begrüßungskaffee

Hauptbühne

- „Megatrend Healthness“ – Studienergebnisse und deren Konsequenzen
- Ist Marke in der Medizin verzichtbar?
- Wie geht kreative Gesundheitskommunikation? Das Rezept gegen Langeweile.
- Diskussion: Gesundheit – Eine Frage des Marketing?!
- INJOY: Marketing für Fitness und Volksgesundheit
- Marketing & Gesundheit im Profisport
- 1:1 Talk „Markenbotschafter im Gesundheits-Sektor“

Parallel Foren

- Sponsoring & CSR von Gesundheits-Projekten
- Von der Institution zur Marke: Marketing von Ärzten, Apotheken, etc.
- Neue Welle: Healthness & Co.

17:30 Get Together „Night of Health“ mit Flying-Bufferet

Dienstag, 11. Juni 2013

08:30 Check-In und Begrüßungskaffee

Parallel Foren

- Mittelbeschaffung & Marke
- Neue Medien/ E-Health: von Kundenbindung bis Abverkauf
- Betriebliches Gesundheitsmanagement: Mitarbeiter – Marke – Führung

Parallel Foren

- Klinik – Marke – Zukunft
- Gesunde Marke – gesunde Märkte

16:30 Ende der Veranstaltung



Montag, 10. Juni 2013

9:00 Hauptbühne

„Healthness“ – Die nächste Stufe des Megatrends Gesundheit



Matthias Horx

Trend- und Zukunftsforscher, Gründer, Zukunftsinstitut GmbH

Matthias Horx ist einer der weltweit anerkanntesten Trendforscher. Er sagt: „Wahre Gesundheit“ bedeutet Vitalität, Lebensfreude, Gemeinschaft und Motivation. Dies ist bereits eine Stufe weiter als der „Wellness-Begriff“. In jedem Falle hat die eher mürrische Verzichts-Gesundheitskultur ausgedient.“

Ist Marke in der Medizin verzichtbar?



Jürgen Schlebrowski

Marketing in der Medizin, beratend und begleitend auch bei Grönemeyer Group

Wie geht kreative Gesundheitskommunikation? Das Rezept gegen Langeweile.



Stefan Wegner

Geschäftsführer, Scholz & Friends Berlin GmbH

Diskussion: Gesundheit – Eine Frage des Marketing?!



Peter Kanzler

Chefredakteur, Apotheken-Umschau & Referenten des Vormittags

Wie kommuniziert man erfolgreich Gesundheits-Kampagnen und gesunde Produkte?
Wie wichtig ist Marken-Kommunikation statt Gattungskommunikation? Foto: Wolf Heider-Sawall

11:30 bis 11:45 Kaffeepause

INJOY: Marketing für Fitness und Volksgesundheit



Paul Underberg

Geschäftsführer und Gründer
INJOY – International Sports- & Wellnessclubs

Marketing & Gesundheit im Profisport



Gregor Hencke

Mannschaftsarzt, Bayer 04 Leverkusen

Wie stimmt man Marketing-Engagements mit den gesundheitlichen Bedürfnissen von Profisportlern ab? Sponsored by IOS Innovative Orthopädie Systeme GmbH

1:1 Talk: Markenbotschafter im Gesundheits-Sektor



Christian Keller

Schwimm-Weltmeister und Testimonial
von IOS Innovative Orthopädie Systeme GmbH

13:15 Mittagspause

14:30 Parallel-Foren

Sponsoring & CSR von Gesundheits-Projekten

„Hör auf dein Herz“ – Eine Initiative von Coca-Cola light in Deutschland und Österreich

Ziel der Initiative ist die Aufmerksamkeit für das Thema Frauen-Herzgesundheit zu erhöhen und über Präventionsmassnahmen aufzuklären.

Katharina Pfeil, Brand Manager, Coca-Cola light Österreich
Thorsten Sperlich, Campaign Communications Manager, Coca-Cola GmbH

Mrs.Sporty & Brustkrebs Deutschland e.V. – Aktionen und Ergebnisse einer gelebten CSR-Partnerschaft

Maria Steinhöfel, Marketing Managerin, Mrs.Sporty GmbH

DFB und DKG (Deutsche Krebsgesellschaft): Prävention & Vorsorge mit nachhaltiger Wirkung

Hans-Jörg Zech, Geschäftsführer, Zecco Sportvermarktung GmbH

„Kinder laufen für Kinder“ und seine Förderer – Best Practise für eine ganzheitliche bundesweite Bewegungskampagne

Änne Jacobs, Social Entrepreneur und Initiatorin „Kinder laufen für Kinder“

Von der Institution zur Marke: Marketing von Ärzten, Apotheken, etc.

Moderation: Boris Hedde, Geschäftsführer, IFH Köln

Image-Bildung im Gesundheitsmarkt – Zukünftige Erwartungen an Apotheken, Krankenhäuser, Ärzte und andere Institutionen

Dr. Markus Preißner, Wissenschaftlicher Leiter, IFH Köln - Pharma Experts

Professionelle Markenentwicklung: Erfolgsfaktor und Vermögenswert für Ärzte

Kaspar Schlösser, Geschäftsführer, Schlösser & Co. Marketing GmbH

Wie wird der Arzt und/oder seine Praxis zur Marke?

Dr. Nader Amirfallah, Facharzt für Radiologie, Privatpraxis für Offene MRT

Das 1x1 des Markenschutz: Wer darf was und wie schützt sich der Markeninhaber?

Dr. Johann-Christoph Gaedertz, Partner/Rechtsanwalt, KEIL & SCHAAFHAUSEN Patent- und Rechtsanwälte

Die Marke „KörperBau Trainingszentrum“ – Wie Profisportler Bekanntheit und Image verbessern

Jochen Gehring, Gründungsmitglied, KörperBau GmbH

Neue Welle: Healthness & Co.

Die Wellness-Wahrheiten – Zahlen, Daten, Fakten und Trends

Thomas Brylla, Consultant, IFH Köln - Retail Consultants

100 Gesundheitsregionen in Deutschland – Wie kommunizieren es die Erfolgreichsten?

Adrian W.T. Dostal, Geschäftsführer, dostal & partner management-beratung gmbh

„DEIN NRW GESUND“ – die neue Produktmarke für Gesundheitstourismus

Dr. Heike Döll-König, Geschäftsführung Tourismus NRW Tourismus

„Dr. Holiday: Gesundheit & Reisen“ – Reisemarkt mit maximalem Wachstumspotenzial

Claudia Staedele, Vorstand, Dr. Holiday AG

(Neue) Gesundheitsberufe – Welche Trends und welche Marken führen zu welchen Perspektiven?

Christine Ivanusic, Marketing & Sales / Dozentin, IST-Studieninstitut
Simon Kellerhoff, Marketing & Sales, IST-Studieninstitut

ISARSANA – Lernfest für Lebensfreude und Vitalität: Kann man Gesundheit lernen?

Andreas Käter M.A., Geschäftsführer, LernenNeuErleben (LNE) Management GmbH
Michael Mund, Geschäftsführer, Lernende Region Tölzer Land gemeinnützige GmbH

17:30 Night of Health

Dienstag, 11. Juni 2013

9:00 Parallel-Foren

Mittelbeschaffung & Marke

Fundraising – Status und Potentiale für deutsche Krankenhäuser

Birgit Stumpf, Leiterin der Fachgruppe Gesundheitswesen, Deutscher Fundraising Verband
Oliver Rong, Partner, Roland Berger Strategy Consultants

Chancen und Risiken des professionellen Fundraising

Klas Brokmann, Geschäftsführer, adfinitas GmbH

Im Ernst – das Märchen als Kern für Fundraising und Marke?!

Alexandra Ripken, Fundraisingberatung, ZIEL & PLAN

Neue Medien / E-Health: von Kundenbindung bis Abverkauf

E-Health: Marketing-Ideen und die medizinische Realität

PD Dr. med. Christiane Brockes, Leiterin Onlineberatung/Telemedizin, UniversitätsSpital Zürich

Mit klarer Markenpositionierung attraktive Patienten gewinnen: Bewertungsportale und Co. als Teil gelungener Online-Marketing-Strategien

Markus Reif, Mitglied der Geschäftsleitung und Mitgründer von jameda,
Deutschlands größtem Online-Arztempfehlungsportal

Gesundheit! Auch in Social Media?

Rainer Frömmel, Creative Director, coma AG

Mobiler Handel? Wie der Einsatz von QR-Shopping funktioniert.

Dr. Andreas Marra, Geschäftsführer, Itellium Mobile Solutions GmbH

Du sollst nicht langweilen! Bewegtbildkommunikation im Gesundheitswesen.

David Meadows-Hertig, AI Dente Entertainment GmbH

Web 2.0 – Chancen & Risiken?! Positionierung der Arbeitgebermarke im Social Web.

Ulrike Roesse-Maier, Geschäftsführerin, Media Consult Maier + Partner GmbH

Betriebliches Gesundheitsmanagement: Marke – Mitarbeiter – Führung

Markenbildung von innen – Die Markenmotivationsplattform der Deutschen Post

Axel Breme, Leiter Markenmanagement, Deutsche Post AG

Mit BGM Konzepten die Markenidentifikation von Unternehmen steigern

Astrid Funken, bundesweite BGM Beauftragte der Barmer GEK

Der Mitarbeiter als Markenbotschafter – Gesunde Marke, gesunder Mitarbeiter!?

Nicole Weider und Henric Seeböth, hrdt Managementberatung

Betriebliches Gesundheitsmanagement als Erfolgsfaktor des Employer Branding

Dieter Benirschke, Diplom-Sportlehrer/Leiter, TÜV Rheinland Kompetenzzentrum Gesundheitsmanagement

Laufe, Fiere, Danze – BGM am Praxisbeispiel HRS Business Run

Claudia Paine, Sportmanagerin und Gesellschafterin, insa Gesundheitsmanagement GbR

Starke Marken brauchen starke Führung.

Claudia Effertz, Führungskräfte-Coach und Initiatorin „gesunde Unternehmen.com“

12:00 Mittagspause

13:15 Parallel-Foren

Klinik - Marke - Zukunft

Faktor Marke - Agieren oder reagieren: Was ist das Gebot der Stunde?

Nicole Weider, Marketing- und Kommunikations-Ökonomin, Kommunikation im Gesundheitswesen

DHZ - Deutsches Herzkompetenz Zentrum Tübingen - Namensgebung & Markenpositionierung

Volker Pulskamp-Böcking, Geschäftsführer/CEO, waterworks public relations GmbH

Onlinemarketing - Datenschungel oder ein strategischer Weg zur Markenpositionierung?

Ronald Erb, Geschäftsführer, re7consulting, Experten für Online Marketing

Universitätsklinikum Köln:

Den Stein ins Wasser werfen oder Markenbildung von innen nach außen

Stefan Michels, Referent Marketing, Stabsabteilung Unternehmenskommunikation und Marketing, Universitätsklinikum Köln

Unfallkrankenhaus Berlin: Ausgezeichneter „Bester Arbeitgeber Berlins“: Machbar oder Utopie?

Angela Kijewski, Pressesprecherin Unfallkrankenhaus Berlin

Kliniken Essen Mitte: Der Schlüssel zum Kunden - Print, online und zurück

Björn Kaspers, Leiter Marketing und Kommunikation, Kliniken Essen-Mitte

Gesunde Marken - gesunde Märkte

Der zweite Gesundheitsmarkt.

Kunden verstehen. Geschäftschancen nutzen. Produkte und Marken entwickeln.

Oliver Rong, Partner, Roland Berger Strategy Consultants

achtzehn99 Reha GmbH: Bundesliga - Kompetenz als Reha-Marke

Dr. Peter Görlich, Geschäftsführer, achtzehn99 Reha GmbH

Markenaufbau nach Kochrezept: Wie man Schritt für Schritt eine Gesundheitsmarke kreiert

Ralph Kaebe, Geschäftsführer, evoq Deutschland GmbH

Rechtliche Begleitung der Bildung und Entwicklung von Marken im Gesundheitswesen

Dr. Martin Viefhues, Rechtsanwalt/Geschäftsführender Gesellschafter, JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft

16:30 Ende der Veranstaltung

Wir danken dem Kongressbeirat für die Unterstützung in der Programmgestaltung:

Dr. Tanja Kühne

Sportwissenschaftlerin, Beraterin im Bereich Leistungssport und Gesundheitsprävention

Nicole Weider

Marketing- und Kommunikations-Ökonomin, Kommunikation im Gesundheitswesen

PD Dr. med. Christiane Brockes-Bracht

Leiterin Onlineberatung /Telemedizin, UniversitätsSpital Zürich (USZ)

Sabine Fröhlich

Dozentin und Franchisepartnerin der Frauen-Fitnesskette Mrs. Sporty

Anmeldung

Hiermit melde ich mich gemäss Ihren Bedingungen verbindlich zur Teilnahme am Kongress „Gesundheit & Marke“ 2013 an.



Zweitages-Ticket 10. und 11. Juni 2013

840,- € zzgl. MwSt.

Kongress inkl. aller Foren, Verpflegung und Get-together

Eintages-Ticket

10. Juni 11. Juni

490,- € zzgl. MwSt.

Kongress inkl. aller Foren, Verpflegung und Get-together

Firma: _____

Vorname: _____

Nachname: _____

Str., Nr./Postfach: _____

PLZ: _____

Ort: _____

Land: _____

Telefon: _____

Fax: _____

Mobil: _____

E-Mail: _____

per Fax an: +41 (0)71 223 7887 oder Online:



Kontakt:

ESB Marketing Consult AG
Postfach 519, CH-9001 St. Gallen
Telefon: +41 (0)71 223 7882

Ansprechpartnerin: Bianca Grünwedel
Email: gruenwedel@esb-online.com



Kongresshotel:

Mercure Hotel Plaza Essen
Bismarckstr. 48-50, 45128 Essen
Tel. : +49 (0)201 / 878580
E-Mail: H4990-re1@accor.de

Stichwort bei Buchungen: Gesundheit & Marke
(EZ:110,00 € / DZ: 120,00 € / exkl. Frühstück)

Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Bei Stornierung (nur schriftlich) bis eine Kalenderwoche vor Kongressbeginn wird eine Stornogebühr von 50% der Kongressgebühr fällig. Danach wird der gesamte Teilnehmerbetrag erhoben. Bei rechtzeitiger Nennung eines Ersatzteilnehmers entfällt die Stornogebühr. Die Rechnung ist innerhalb 14 Tagen nach Rechnungslegung zahlbar. Diese Anmeldung ist verbindlich. Für allfällige Programmänderungen, Druckfehler und Referenten-Ausfälle übernimmt der Veranstalter keine Haftung.