



For Better Decisions

Moral im Management

Durch Werte zu Wettbewerbsvorteilen

Erfolgsbeispiele „fairer“ Markenstrategien
⇒ Bessere Entscheidungen

Erkenntnisse aus dem Qualitäts- u. Moralbarometer
⇒ Bessere Marktforschung

3. puls Unternehmertag der Metropolregion Nürnberg



am 11. Oktober 2007
in der Kongresshalle Bamberg

Kooperationspartner:



Unterstützt von:



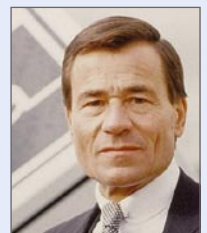
Medienpartner:



Dr. Konrad Weßner

General Manager
puls Marktforschung

„Moral wird als
Markenwert für
Kunden und
Mitarbeiter immer
wichtiger.“



Wolfgang Grupp

Geschäftsführer
TRIGEMA

„Wir Unternehmer
müssen erkennen,
dass wir Probleme
nicht alleine, sondern
ausschließlich
gemeinsam mit
unseren Mitarbeitern
lösen können.“



Erich Harsch

stellv. Vorsitzender
der Geschäftsführung
dm-drogerie markt

„Gewinn ergibt sich
von selbst, wenn bei
Unternehmen das
Wohl der Menschen
im Vordergrund
steht.“

In Anbetracht der Skandale und Klagen über den Werteverfall in Führungsetagen – auch und besonders in unserer Region - scheinen sich Moral und Unternehmersinn zu zwei gegensätzlichen Begriffen entwickelt zu haben.

Dabei bedeutet Wirtschaftsethik nicht irrationales Management, nicht Ignoranz vor gesamtwirtschaftlichen Zyklen und innerbetrieblichen Misständen.

Gemeint ist ein verantwortungsbewusster Umgang mit den natürlichen Ressourcen und den Arbeitnehmern Deutschlands und der Welt. Dies gebietet uns unsere Vernunft in Form der Nachhaltigkeit, unsere Moral in Form der Solidarität und auch der Unternehmersinn: Mit Freude habe ich durch das „*puls* Moralbarometer“ erfahren, dass drei von vier Konsumenten sozialverträgliches Verhalten einen Aufpreis wert ist. Heute werden Ihnen einige positive Beispiele vorgestellt. Sie zeigen, dass sich Moral und Unternehmersinn nicht widersprechen; sie ergänzen sich!

Beim 3. *puls* Unternehmertag der Metropolregion Nürnberg wünsche ich Ihnen neue Erkenntnisse über diese verantwortungsbewusste Art der Unternehmensführung.



Dr. Ulrich Maly
Oberbürgermeister Stadt Nürnberg

Warum veranstaltet *puls* als Marktforschungsinstitut diesen Kongress?

„*For Better Decisions*“ ist für *puls* nicht nur ein Slogan, sondern Motto und Verpflichtung: Wir wollen mit unserer Marktforschung zu besseren Entscheidungen und Strategien anregen. Um dieses Versprechen zu halten, sind Fachkongresse fester Bestandteil unserer Aktivitäten.

Wir wünschen Ihnen einen inspirierenden Kongress mit vielen Anregungen für bessere Entscheidungen und Strategien.



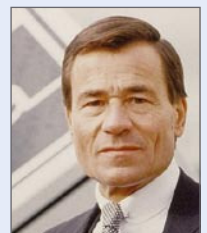
Dr. Konrad Weßner
General Manager
puls Marktforschung GmbH



Dr. Konrad Weßner

General Manager
puls Marktforschung

„Moral wird als Markenwert für Kunden und Mitarbeiter immer wichtiger.“



Wolfgang Grupp

Geschäftsführer
TRIGEMA

„Wir Unternehmer müssen erkennen, dass wir Probleme nicht alleine, sondern ausschließlich gemeinsam mit unseren Mitarbeitern lösen können.“



Erich Harsch

stellv. Vorsitzender
der Geschäftsführung
dm-drogerie markt

„Gewinn ergibt sich von selbst, wenn bei Unternehmen das Wohl der Menschen im Vordergrund steht.“



Andreas Starke

Oberbürgermeister, Bamberg

„Moral muss nicht immer nur Kosten verursachen! Unternehmen, die sich für die Gesellschaft engagieren, schaffen damit einen „Mehrwert“, den sie von der Gesellschaft zurückbekommen - motivierte Mitarbeiter, Vertrauen und Verantwortung. Damit entsteht eine „win-win-Situation“ für beide Seiten.“



Georg Bogensperger

stellv. Landrat, Bamberg

„Die moralische Wende im Business hat begonnen. In der neuen Wirtschaft ist qualitatives Wachstum wichtiger als schlichtes Wachstum.“



Norbert Plachta

Vorstandssprecher, UFB:UMU Aktiengesellschaft

„Wir verfügen über das Know-How mit innovativen Vertriebskonzepten Mitarbeiter sozial abgefedert noch stärker an ihr Unternehmen zu binden.“



Klaus Löbel

Steuerberater und Leiter der Steuerabteilung, PricewaterhouseCoopers AG

„Sozialkompetenz – das Fundament einer erfolgreichen Beratung.“



Klaus-Dieter Koch

Geschäftsführer, Brand:Trust Brand Strategy Consultants

„Auf Glaubwürdigkeit und Integrität basierende Markensysteme werden in Zukunft frühere moralische Eckpfeiler der Gesellschaft wie Manager, Politiker, Gewerkschaften und die Kirche ablösen.“



Peter Walter

Geschäftsführer, beta Institut / betapharm Arzneimittel GmbH

„Wirtschaftsunternehmen sind für Menschen da und nicht umgekehrt.“



Stefan D. Seidel

Environmental and Social Affairs Manager Europe, Puma AG

„Je mehr Waren wir aus den so genannten Niedriglohnländern bezogen, desto mehr entstand ein Bewusstsein dafür, dass dort häufig unter Bedingungen gearbeitet wird, die wir als verantwortungsbewusst handelndes Unternehmen nicht akzeptieren konnten ... zufriedene Mitarbeiter sind einfach motivierter und produzieren dadurch eine höhere Qualität.“



Dipl.-Ing. Richard Weidinger

Vorsitzender, EMB-Wertemanagement Bau e. V.

„Wertebehaftete Unternehmenskultur festigt den inneren Zusammenhalt, weist auf eine verlässliche Partnerschaft hin, erzeugt Vertrauen und zeitigt dauerhaft unternehmerischen Erfolg.“



Heribert Trunk

Vorsitzender der Geschäftsleitung, BI-LOG GmbH

„Im Mittelpunkt unseres Engagements steht der Mensch.“



Stefan Hackert

Marketing Director, Trolli Fruchtgummi

„Die beste Visitenkarte als Hersteller heißt: Glaubwürdige Produkte zu entwickeln, die einen echten Mehrwert bieten und halten was Sie versprechen. Dieses honoriert der Verbraucher und zahlt auf die Marke ein. Was ein Unternehmen innen lebt, strahlt nach außen.“



Eckhard Schwarzer

Geschäftsleitung, DATEV eG

„Zukunftsorientiertes Wirtschaften bedeutet für uns, bei allen geschäftlichen Aktivitäten die künftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen zu berücksichtigen.“



Horst Brinkmann

Marketingleiter, STABILO International GmbH

„Überzeugen statt Übertrumpfen: Unser Erfolgsrezept für Nachhaltigkeit.“



Hubert Schwarz

Extremsportler, Mental-Coach und Geschäftsführer Hubert Schwarz Zentrum

„Leidenschaft und Einsatzwillen gilt es vorzuleben. Der eigene Antrieb muss sichtbar sein, um ihn bei anderen zu mobilisieren.“

3. *puls* Unternehmertag 11.10.07 | Ablauf

- 08.30 Uhr Get Together
- 09.00 Uhr **Metropolregion Nürnberg: Nährboden für nachhaltige Unternehmenserfolge**
Andreas Starke, Oberbürgermeister Bamberg
Georg Bogensperger, stellv. Landrat Bamberg
Norbert Plachta, Vorstandsprecher UFB:UMU Aktiengesellschaft
Klaus Löbel, Steuerberater und Leiter der Steuerabteilung PricewaterhouseCoopers AG
- 09.30 Uhr **Durch Werte zu Wettbewerbsvorteilen**
Aktuelle Marktforschungserkenntnisse, Erfolgsfaktoren, Empfehlungen
Dr. Konrad Weßner, General Manager *puls* Marktforschung GmbH
- 10.15 Uhr 
- 10.45 Uhr **Moral im Management**
Erich Harsch, stellv. Vorsitzender der Geschäftsführung dm-drogerie markt
- 11.30 Uhr **Erfolgreich am Standort Deutschland – Beispiel TRIGEMA**
Wolfgang Grupp, Geschäftsführer TRIGEMA
- 12.15 Uhr **Gemeinsames Mittagessen**
- 13.30 Uhr **Moral als Markenwert**
Erfolgsfaktoren wertorientierter & internationaler Markenkommunikation
Klaus-Dieter Koch, Geschäftsführer Brand:Trust
- 14.15 Uhr **Was bringt Moral im Management?**
Peter Walter, Geschäftsführer beta Institut/ betapharm Arzneimittel GmbH
Stefan D. Seidel, Environmental and Social Affairs Manager Europe Puma AG
Richard Weidinger, Vorsitzender EMB-Wertemanagement Bau e. V.
Heribert Trunk, Vorsitzender der Geschäftsleitung BI-LOG GmbH
- 15.30 Uhr 
- 16.00 Uhr **Was bringt Moral im Management?**
Stefan Hackert, Marketing Director Trolli Fruchtgummi
Eckhard Schwarzer, Geschäftsleitung DATEV eG
Horst Brinkmann, Marketingleiter STABILO International GmbH
- 17.00 Uhr **Aus eigenem Antrieb – Denkanstöße eines Extremsportlers und Unternehmers**
Hubert Schwarz
- 18.00 Uhr **Verabschiedung der Teilnehmer**
Dr. Konrad Weßner, General Manager *puls* Marktforschung GmbH



Termin: 11. Oktober 2007

Tagungsort: Konzert- und Kongresshalle Bamberg
Sinfonie an der Regnitz
Mußstraße 1
96047 Bamberg

Teilnahmegebühr: EUR 280,- zzgl. MwSt./Teilnehmer

Ansprechpartner: Melanie Reißmann und Fritz Höfler

Anmeldung: per beiliegendem Antwortfax
oder an
puls Marktforschung GmbH, Röthenbacher Straße 2, D-90571 Schwaig
Tel. 09 11 / 95 35 - 400, Fax 09 11 / 95 35 - 404
rissmann@puls-navigation.de, www.puls-navigation.de

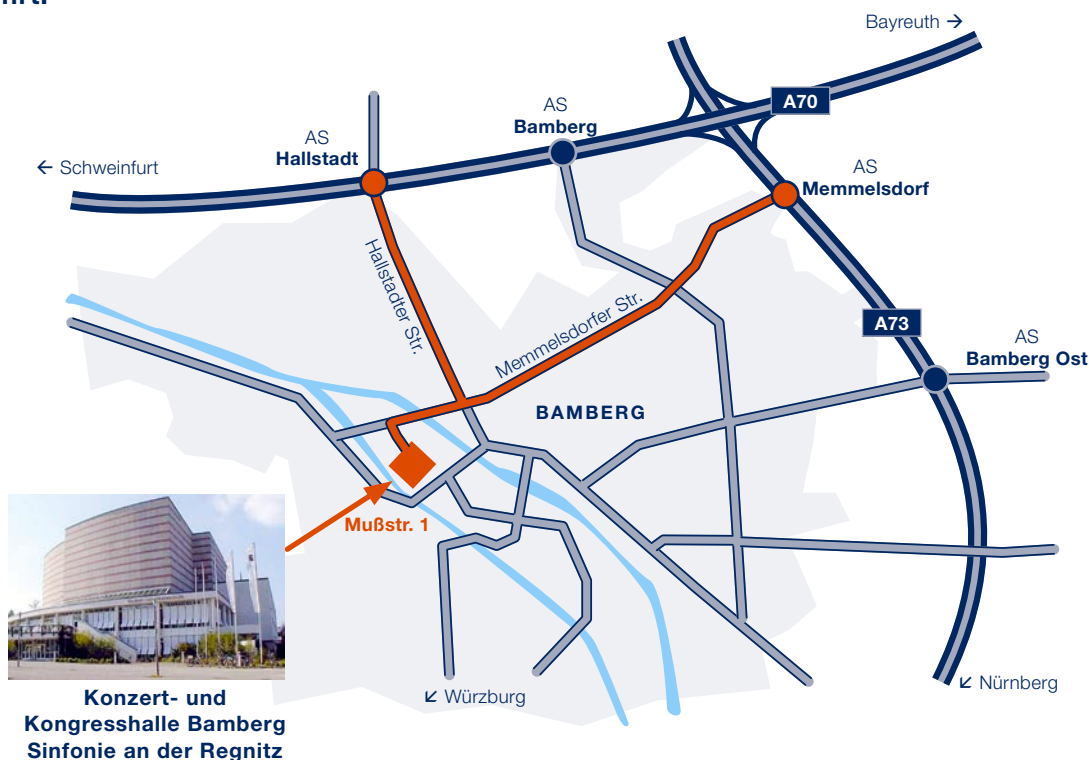
Bei einer Stornierung bis 10 Tage vor der Veranstaltung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von EUR 50,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer. Bei späterer Absage müssen wir die volle Teilnahmegebühr berechnen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Anmeldeschluss: 1. Oktober 2007

Übernachtung: Unter folgendem Link ist ein Zimmerkontingent für Sie reserviert.
<http://germany.nethotels.com/info/bamberg/events/unternehmertag2007>

Rahmenprogramm: Lassen Sie doch den Unternehmertag mit einem Wochenende in der Faszination Weltkulturerbe Bamberg ausklingen. Wie wäre es zum Beispiel mit dem Reisepaket „Bamberg zu zweit“ inklusive Candlelight-Dinner? Mehr Infos gibt es unter www.bamberg.info/paketreisen im Internet.

Anfahrt:



Ihre Adresse ↓↓

Firma: _____
Name: _____
Position: _____
Adresse: _____

Telefon: _____
Fax: _____
E-Mail: _____

Moral im Management

Durch Werte zu Wettbewerbsvorteilen

**Anmeldung zum 3. *puls* Unternehmertag am 11. Oktober 2007
in der Kongresshalle Bamberg**

Ja, ich nehme am 3. *puls* Unternehmertag am 11. Oktober 2007 zum Preis von
€ 280,- zzgl. MwSt./ Teilnehmer teil.

Auf welche Frage erwarten Sie sich eine Antwort durch den 3. *puls* Unternehmertag?

Ort, Datum

Unterschrift