

Anmeldung
(0 26 02) 14 95-5 00

copy & fax

Organisatorisches

Akademie Deutscher Genossenschaften

ADG
Kompetenz
für morgen

NEU

Ethno-Marketing in Genossenschaftsbanken

Termin/Anmelde-Nr.: 10.12. – 11.12.2008 (SB308-578)

Seminar

Dozenten: Axel Liebetau,
Axel Liebetau International Management Consulting
Stephan Meyer,
denkstelle.com unternehmensentwicklung
Peter Dröge,
Werner Medien Group GmbH
Mustafa Tükenmez

Preis: € 850,- für Mitglieder der ADG/
des Fördervereins
€ 1.063,- für Nicht-Mitglieder



Ansprechpartner für inhaltliche Fragen

Selbstverständlich stehen wir Ihnen auch gerne für weitergehende Fragen oder Informationen zur Verfügung.

Dipl.-Betriebswirtin (FH) **Mareike Kessler**
Telefon: (0 26 02) 14-1 33
Telefax: (0 26 02) 14 95-1 33
E-Mail: mareike_kessler@adgonline.de

Anmeldung und organisatorische Fragen

Servicecenter Seminare

Telefon: (0 26 02) 14-5 00
Telefax: (0 26 02) 14 95-5 00
E-Mail: service@adgonline.de

Akademie Deutscher Genossenschaften ADG
Schloss Montabaur
56410 Montabaur

www.adgonline.de

Ethno-Marketing in Genossenschaftsbanken

Nutzen Sie die wachsende Kaufkraft
der Migranten

10.12. – 11.12.2008



Zum Seminar

Ethno-Marketing in Genossenschaftsbanken

10.12. – 11.12.2008 (Anmelde-Nr.: SB308-578) meldet sich hiermit verbindlich an:

Institut

Name, Vorname

Bankleitzahl Ihres Institutes

Position

Strasse/Postfach

Telefon

PLZ/Ort

Telefax

Datum

Unterschrift und Stempel

E-Mail

Login-ID VR-Bildung (falls vorhanden)

Ein Angebot im Rahmen des ADG-Jahresprogramms 2008

Ethno-Marketing in Genossenschaftsbanken

Nutzen Sie die wachsende Kaufkraft der Migranten

Dieses Seminar richtet sich an:

Vorstände und Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb

Erfolgreiche Auseinandersetzung mit kulturellen Unterschieden

Banken und Unternehmen von heute müssen sich mit kulturellen Verschiedenheiten ganz anders als bisher auseinandersetzen. Die Herausforderung des Ethno-Ansatzes für Ihre Bank besteht darin, die Unterschiedlichkeiten der Kunden als Chance zu verstehen. Wer diese Chance am besten wahrzunehmen versteht, hat einen Marktvorteil und erzeugt nachhaltigen betriebswirtschaftlichen Nutzen für seine Bank.

Migranten und Deutsche mit ausländischen Wurzeln stellen in Deutschland eine wachsende Kundengruppe mit gewaltiger Kaufkraft dar. Bei einer Gesamtbevölkerung von etwa 82,5 Mio. leben in Deutschland 75,1 Mio. Deutsche und knapp 7,3 Mio. Ausländer, davon allein 1,9 Mio. Türken. Rechnet man Deutsche mit doppelter Staatsbürgerschaft, Eingebürgerte und Deutsche mit einem ausländischen Elternteil hinzu, so verzweifacht sich das Marktpotential fast. Dies bedeutet, fast jeder Zehnte in Deutschland ist ein Ausländer und fast jeder Fünfte hat zumindest teilweise eine ausländische Herkunft. Betrachtet man die hoch interessante Gruppe der Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis 25 Jahre, so ist es fast jeder Vierte. Die Kaufkraft der Türken und russischsprachigen Bürger beläuft sich auf ca. 55 bis 60 Mrd. Euro. Diese Kaufkraft verdeutlicht, dass man die Zielgruppe der Migranten nicht aus den Augen verlieren darf.

Ihr Nutzen:

- Sie erfahren, wie die Vermischung der Kulturen das Geschäftsmodell Ihrer Bank verändert.
- Sie erhalten wertvolle Tipps, wie Sie Ihren Mitbewerbern in der Zielgruppe Migranten einen Schritt vorausseilen.
- Sie erkennen, welche Mentalitäten und Erwartungen Ihre Kunden haben.
- Sie erfahren, welche Produkte und Lösungsansätze Ihre Bankkunden aus dieser Zielgruppe erwarten.
- Wir zeigen Ihnen, wie Sie kulturelle Fehlritte vermeiden und zu den Gewinnern gehören.

Seminarschwerpunkte:

- Ethno-Marketing: Die wachsende Kaufkraft der Migranten nutzen
- Die subjektive Seite: Kultureller Hintergrund und unterschiedliche Wahrnehmungen
- Ethnische Zielgruppen und kulturverbundene Produkte für Ihre Bank
- Beziehungsmarketing und Business-Knigge für Muslime Kunden
- Interkulturelles Marketing für die russischsprachige Zielgruppe in Deutschland
- Die praktische Seite: Anwendungsbeispiele mit Tipps und Tricks
- Der Start: Ethno-Marketing in Ihrer Bank beginnen und erfolgreich umsetzen

Das Referententeam:

Axel Liebetau ist Partner einer internationalen Expertengruppe für Trend- und Zukunftsforschung. Er berät Führungsteams großer Konzerne, die Spezialisten der Strategieabteilung und führende Mitarbeiter. Sein Know-how resultiert aus 20-jähriger Praxiserfahrung als Banker, Trainer, Managementberater und Unternehmer.

Stephan Meyer studierte Wirtschaftspsychologie und BWL. Seit 2002 ist er Inhaber und Denkwart der denkstelle.com. Er unterstützt bei Projekten seine Kunden beim Aufbau einer innovationsfreundlichen Unternehmenskultur und einer zukunftstauglichen Marktpositionierung.

Peter Dröge studierte Betriebswirtschaftslehre. Anfang 2002 erfolgten erste Berührungspunkte mit den Aufgabenstellungen des Interkulturellen Marketings durch die Kooperation mit einem russischen Verlagshaus. 2005 wechselte er zum größten fremdsprachigen Verlag in Deutschland, der Werner Media Group. Seine Aufgabe als Anzeigen- und Verlagsmanager besteht in der Analyse und Beschreibung der interkulturellen Marketingmöglichkeiten in der russischsprachigen Zielgruppe in Deutschland.

Mustafa Tükenmez ist CRM-Manager der Mercedes-Benz/Taunus-Auto-Verkaufs GmbH, langjähriger Marketingprofi mit den Schwerpunkten in Vertriebs- und Marketingkonzepten sowie Experte für den Koran. Ethno-Marketing ist seine Leidenschaft. Aufgewachsen in beiden Kulturen, spricht er türkisch und deutsch als Muttersprache. In der Türkei und in Deutschland war er Vorstand eines Bekleidungsherstellers und dort u.a. für den Vertrieb verantwortlich.