

Gesundheitstage in Salzburg

Bereits zum elften Mal tagen im Rahmen des TRENDFORUMS vom 8. bis 11. Oktober Ärzte und Therapeuten zu aktuellen ganzheitlichen Gesundheitsthemen in der Großen Universitätsaula der Universität Salzburg.

Der Kongress zählt mit seinen zahlreichen Teilnehmern aus Österreich, Deutschland und der Schweiz zu den Veranstaltungshighlights der Gesundheitsregion Salzburg. Leitthema des approbierten Fachkongresses mit bekannten Referenten wie Prof. DDr. Johannes Huber und Prof. Dr. Markus Metka ist heuer das „Metabolische Syndrom“ als Ursache vieler chronischer Zivilisationserkrankungen, wie Adipositas, Diabetes Typ 2, Bluthochdruck und erhöhte Blutfettwerte. In Fachvorträgen und Praxisworkshops werden ganzheitliche Wege aus der Krankheit aufgezeigt.

Ein weiteres Highlight im Rahmen des TRENDFORUMS ist der Tageskongress „Heilkraft der Alpen“, der am Freitag, 10. Oktober, stattfindet. Der Tageskongress wird in Koope-



Dr. med. Maria Haidinger BILD: SN/NEUMAYR

ration mit der „Plattform Heilkraft der Alpen“ veranstaltet. Im Mittelpunkt steht die besondere Heilkraft alpiner Kräuter. Die ganzheitlichen Wirkungen der Kräuter auf Körper, Geist und Seele finden großes Interesse in der Gesundheitsvorsorge. Renommierte Referenten wie Buchautor Prof. Florian Überall und Mag.a pharm. Kornelia Seiwald, Präsidentin der Salzburger Apothekerkammer, entschlüsseln für Sie die biologischen Wirkmuster der Natur.



Dr. med. Ewald Töth BILD: SN/???

Erstmals öffnet heuer bei freiem Eintritt das TRENDFORUM in Kooperation mit den „Salzburger Nachrichten“ die Türen für alle Gesundheitsinteressierten. Im Rahmen des spannenden Publikumsabends „Frauengesundheit.aktuell“ am Donnerstag, 8. Oktober, beantwortet Dr. med. Maria Haidinger Ihre Praxisfragen zu ganz aktuellen Frauenthemen und räumt mit bestehenden Vorurteilen und Ängsten auf.



Dr. med. Stefan Hammer BILD: SN/????

Am 10. Oktober führt Sie Dr. Ewald Töth in die faszinierende Welt des menschlichen Stoffwechsels ein. Erfahren Sie alles über die natürliche Behandlung von Diabetes, Rheuma, Gicht und anderen Stoffwechselerkrankungen.

Im Anschluss daran referiert Dr. med. Stefan Hammer über die ganzheitliche Vorsorge und Therapie von Knie- und Rückenbeschwerden. **Mehr Infos im untenstehenden Infokasten.**

FORUM VIA SANITAS – TRENDFORUM 2015

Fachkongress „Das Metabolische Syndrom“, 9.–11. Oktober für Ärzte, Therapeuten und Apotheker, Teilnahmegebühr EUR 280 pro Person

Tageskongress „Heilkraft der Alpen“, 10. Oktober, Teilnahmegebühr EUR 90 pro Person

Publikumsabend „Frauengesundheit.aktuell“ mit Dr. med. Maria Haidinger, 8. Oktober, 19 bis 21 Uhr, Eintritt frei

Publikumsnachmittag „Das Wunder des Stoffwechsels.aktuell“ mit Dr. med. Ewald Töth, 10. Oktober, 14.30 bis 16.45 Uhr, Eintritt frei

Publikumsnachmittag „Knie- und Rückenbeschwerden.aktuell“ mit Dr. med. Stefan Hammer, 10. Oktober, 17.30 bis 18.45 Uhr, Eintritt frei

Sichern Sie sich Ihren Platz bei Dr. med. Haidinger und Dr. med. Töth unter SNCARD.SALZBURG.COM (beschränkte

Teilnehmerzahl). Eintritt frei. Sie erhalten ein exklusives Gesundheitspaket gratis dazu.

Mehr Informationen finden Sie auch unter:
Tel.: +43 662 / 262001
WWW.FORUMVIASANITAS.ORG



Alexander Fischer



Andreas Kaufmann



Casten Cramer



Carsten Maschmeyer



Gerald Kiska



Dietmar Dahmen

4. Salzburger Marketing-Symposiums 24.11., FH Salzburg – Vortragende auf einen Blick

Prof. Dr. Alexander Fischer – Juniorprofessor für Marketing, Schumpeter School of Business and Economics, Bergische Universität Wuppertal, Deutschland.

Vortrag: „Markenliebe – eine Beziehung die unter die Haut geht“

Dr. Andreas Kaufmann – Mehrheitsaktionär und Aufsichtsratsvorsitzender Leica Camera AG

Vortrag: „Leica Camera – Der Aufstieg einer Kultmarke vom Mythos zum Weltunternehmen“

Carsten Cramer – Direktor Marketing Borussia Dortmund

Vortrag: „Faszination der Marke BVB – Eine schwarz-gelbe Erfolgsgeschichte. Echte Liebe.“

Carsten Maschmeyer – Unternehmer, Berater, Investor und Autor

Vortrag: „Der Unternehmer als Selfmade-Marke?“

Gerald Kiska – Designer, Gründer und CEO der größten inhabergeführten Designagentur Europas, KISKA GmbH

Vortrag: „A Brand is a Promise“

Dietmar Dahmen – Creative Consultant, Visionär, Innovator, Speaker

Vortrag: „Connectivity revolutioniert die Markenführung – Werden Sie Opfer oder Täter?“



Branding: Die Macht der Marke

Carsten Maschmeyer und zahlreiche weitere Top-Keynote-Speaker gastieren am 24. November beim 4. Salzburger Marketing-Symposiums an der Fachhochschule Salzburg.

Wie wichtig starke Marken für den Unternehmenserfolg sind, diskutieren namhafte Experten und Praktiker am 24. November 2015 im Zuge des 4. Salzburger Marketing-Symposiums an der Fachhochschule Salzburg. So konnte u.a. der Marketingleiter des deutschen Fußball-Bundesligisten Borussia Dortmund, Carsten Cramer, der Aufsichtsratsvorsitzende der Leica Camera AG, Dr. Andreas Kaufmann, sowie der Unternehmer und Investor Carsten Maschmeyer als Redner gewonnen werden. Sie informieren über Strategien, Trends, Chancen und Herausforderungen der Markenführung von Unternehmen.

Im Jahr 1997 gab es weltweit ca. 2,5 Millionen Markeneinträge, 2014 waren es schon weit über 10 Millionen – die Märkte sind heute entsprechend gesättigt, die meisten

Produkte und Dienstleistungen befinden sich im starken Wettbewerb und werden immer austauschbarer. Warum sind dennoch viele Marken generationsübergreifend und über Jahrzehnte erfolgreich, während dies andere Unternehmen nicht schaffen, trotz qualitativ gleichwertiger oder sogar hochwertiger Produkten oder Dienstleistungen?

Die Antwort lautet: Die Macht der Marke ersetzt vernünftige Entscheidungskriterien durch emotionale. Das bedeutet: Erfolgreiche Markenführung und nachhaltige Markenbildung hängen davon ab, ob man Menschen von der Einzigartigkeit überzeugen und sie emotional binden kann. Gut geführte Marken schaffen es, Vertrauen aufzubauen, Premiumpreise durchzusetzen und Markenloyalität für den Wiederkauf oder die Weiter-

empfehlung zu erreichen. Eine starke Marke ist nicht nur geschützt durch ihr Warenzeichen, sondern vor allem durch eine strategische aufgebaute Markenbildung, die dazu führt, dass sie sich im immer schwierigeren globalen Markt durchsetzen kann.

Brandmarken wie im Wilden Westen

Was ist eigentlich eine Marke? Einen Hinweis liefert die englische Bezeichnung „brand“, denn zu Zeiten der Cowboys wurden in Amerika die Rinder mit einem glühenden Eisenstempel gebrandmarkt. Auch heute noch sprechen Marketingexperten vom „Branding“. Das gebrannte Zeichen sollte dabei helfen, die Besitzer der Rinder zu unterscheiden – der Differenzierungsgedanke spielt auch bei Marken eine wesentliche Rolle. Denn die

heute auf einem bestimmten Markt angebotenen Güter und Dienstleistungen werden nicht nur zahlreicher, sie unterscheiden sich in qualitativer und technischer Hinsicht kaum mehr. Die Marke wird zur wichtigsten Profilierungsmöglichkeit für die Anbieter.

Marken als Ersatzreligion

Manche Menschen behaupten sogar, dass Marken als Ersatzreligion fungieren können. „Einen solchen quasireligiösen Kult, den man sonst nur von erfolgreichen Fußballvereinen kennt, gibt es zum Beispiel im Fall von Apple“, so Marcus Stumpf, Marketingexperte und Initiator des Salzburger Marketing-Symposiums.

Infos, Programm und Anmeldung finden Sie auch online unter:

MARKETING-SYMPOSIUM.AT