



Brand  
Trust

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS

Ihre persönliche Einladung zum

# BrandTrust Future Circle

27. - 28. September 2018

Der exklusive ThinkTank für Unternehmensentscheider



## Warum gibt es den BrandTrust Future Circle?

---

Marken sind ein Spiegel der permanenten Veränderung. Für vorausschauende Markenverantwortliche ist es deshalb wichtig, sich von Zeit zu Zeit vom Tagesgeschäft zu lösen und über die aktuellen, operativen Probleme hinaus zu denken. Deshalb haben wir den BrandTrust Future Circle ins Leben gerufen, der dieses Jahr bereits zum 14. Mal stattfindet. Aufgrund seiner einzigartigen Konzeption - nur ein Thema, nur ein Referent, nur 40 Teilnehmer, nur das beste Ambiente und ein Workshopformat, das Ihre Fragen und Themen in Zusammenarbeit mit dem Referenten erarbeitet - hat sich der BrandTrust Future Circle seit dessen Gründung 2005 zu einem hochkarätigen Think Tank entwickelt.

Auch dieses Jahr haben wir uns viele Gedanken gemacht, um Ihnen aufs Neue eine Referenten zu präsentieren, der Ihnen nicht nur mit ihrem Vortrag, sondern auch in den persönlichen Workshops Inspiration und Denkanstöße für die zukunftsfähige Entwicklung Ihrer Marke geben kann, wenn wir uns mit folgendem Thema beschäftigen:

### "AI: ethics, society and the future of business"

#### Die Besonderheiten des BrandTrust Future Circles auf einen Blick

---

- Konzentration auf ein Kernthema
- Gewinnen von neuen Perspektiven
- Arbeiten im Workshopformat
- Nur 40 Teilnehmer
- Nur ein Referent, der die Workshops begleitet
- Inspiration durch Vordenker
- Einzigartiges Ambiente

# Unser diesjähriger Referent: Dr. Daniel Hulme

---

Dr. Daniel Hulme ist erfolgreicher Unternehmer, arbeitet in der Wissenschaft, im öffentlichen und im privaten Sektor und ist führender Experte für künstliche Intelligenz. In einer Welt, in der viele glauben, dass der Zugang zu immer mehr Daten zu immer besseren Entscheidungen führen wird, betrachtet er, was KI wirklich ist, was sie erreichen kann und welche Fallstricke es gibt. Auch die Veränderung von Organisationsstrukturen, initiiert durch die Nutzung von KI, gehören zu seinen Themen. Daniel Hulme ist Gründer und CEO von Satalia und Direktor des Business Analytics Masters am University College in London, wo er auch lehrt und forscht.



Er untersucht, wie KI die schwierigsten Probleme lösen und sich mit ihren geschäftlichen, ethischen und sozialen Implikationen sowie weiteren technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen befassen kann.

## Programm des 14. BrandTrust Future Circles: „AI: ethics, society and the future of business“

---

### **Ablauf, 27.09.18**

#### **ab 17:00 Uhr**

Get together und Begrüßung  
*Klaus-Dieter Koch*

Key Note Speech  
*Dr. Daniel Hulme*

#### **ab 20:00 Uhr**

Gemeinsames Abendessen

### **Ablauf, 28.09.18**

#### **08:30 – 09:00 Uhr**

Zusammenfassung vom Vortag  
*Klaus-Dieter Koch*

#### **09:00 – 12:00 Uhr**

Workshoparbeit in Gruppen, begleitet von  
BrandTrust-Experten und Dr. Daniel Hulme  
*alle Teilnehmer*

#### **12:00 – 13:30 Uhr**

Mittagessen

#### **13:30 – 15:00 Uhr**

Vorstellung und Diskussion der Workshopergebnisse  
*Klaus-Dieter Koch*

#### **15:00 Uhr**

Ende der Veranstaltung und Abreise

Änderungen im Programmablauf sind kurzfristig möglich!



## Das Thema: Artificial Intelligence

---

Inspiziert durch unsere Learning Journey zur SXSW haben wir für unseren 14. BrandTrust Future Circle ein Thema ausgewählt, über das alle sprechen und welches schon mehr in der Mitte unserer Leben angekommen ist, als wir alle denken: die Künstliche Intelligenz. So werden lt. Vordenkern der SXSW bis 2020 Kunden bereits 85% ihrer Beziehungen zu Unternehmen managen, ohne mit einem Menschen zu interagieren. In ihren verschiedenen Formen von Machine Learning über Deep Learning bis Predictive Analytics in den kommenden Jahren die Wirtschaft vollends erobern, alle unsere Lebensbereiche durchdringen und die Frage wird am Ende nicht sein, ob wir das wollen, sondern wie wir damit umgehen. Oder: die Frage, mit der wir uns schon jetzt beschäftigen müssen: Welche Haltung entwickeln wir persönlich, wir für unsere Unternehmen und für unser Gesellschaft zum Thema KI?

### Wie empathisch kann eine künstliche Intelligenz sein?

Künstliche Intelligenz ist Mustererkennung in Höchstgeschwindigkeit, verbunden mit sich selbst verbessernder Technologie. Das bedeutet: Die Maschine passt sich durch ständige Auswertung der Datenströme immer besser an die Bedürfnisse an. Die Frage ist, an welche Bedürfnisse eigentlich genau? Um uns herum sind immer mehr intelligente und autonome Maschinen. Wir begrüßen diese digitalen Helfer, wissen aber nicht immer, ob wir ihnen vertrauen können. Wir sollten daher die dringende Frage beantworten: Wie können wir diese Maschinen verstehen, kommunizieren und mit ihnen interagieren? Wir wollen daher mit Ihnen diskutieren, wie empathische, auf den Menschen ausgerichtete Manifestationen autonomer Technologie eine sicherere (und angenehmere) Zukunft schaffen können.



# Der Ablauf

---

Am Abend des 27. September 2018 ab 17:00 Uhr wird uns Dr. Daniel Hulme in das Thema einführen und im Rahmen eines Dinners von Sternekoch Dirk Hoberg für Diskussionen zur Verfügung stehen. Am nächsten Tag bearbeiten wir gemeinsam mit der Referentin dieses Thema in parallelen Workshops, deren Inhalte Sie gemeinsam mit den anderen Teilnehmern bestimmen.

Die Ergebnisse der Workshops werden vorgestellt und gemeinsam mit Dr. Daniel Hulme diskutiert.

Es wäre schön, wenn wir Sie für unsere diesjährige Zusammenkunft begeistern können, die, um den persönlichen Charakter zu wahren, mit max. 40 Teilnehmern stattfinden wird. Wir führen diese Veranstaltung zu Selbstkosten durch und erheben daher nur eine „all inclusive-Kostenbeteiligung“ von 1.190,- EUR zzgl. MwSt. Darin sind, neben der Teilnahme, die Übernachtungskosten im Hotel RIVA in Konstanz am Bodensee inkl. Frühstück sowie alle Menü- und Getränkekosten enthalten.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass diese Einladung nur für Sie persönlich bestimmt und nicht übertragbar ist. Sollte die Veranstaltung wie in den vergangenen Jahren überbucht sein, werden wir die Anmeldungen nach der Reihenfolge des Eingangs vornehmen.

Beiliegend finden Sie Einzelheiten zum Programm, ein Anmeldeformular sowie eine Übersicht über die Themen und Referenten der letzten Jahre. Für weitere Fragen steht Ihnen Frau Eva Stockhausen gerne zur Verfügung.

Wir würden uns sehr freuen, Sie in Konstanz begrüßen zu dürfen!

Herzliche Grüße aus Nürnberg

Ihr Klaus-Dieter Koch

Brand Trust GmbH

Brand Strategy Consultants



## Unsere Referenten der letzten Jahre

Die Inspiration durch internationale Vordenker und die Diskussion mit ihnen ist eine geschätzte, langjährige Tradition bei der Managementberatung BrandTrust.

Hier sehen Sie unsere Referenten der letzten 13 Jahre. Erhalten Sie einen Einblick in die Vortragsthemen der vergangenen BrandTrust Future Circles und die gemeinsam erschlossenen Themenwelten der Workshops.



Evgeny Mozorov

### 2017 »Die Schattenseiten der Digitalisierung«

Wie sehen die moralischen, politischen und gesellschaftlichen Konsequenzen des digitalen Wandels aus?

#### Workshop-Themen:

- Wertschöpfung in der digitalen Welt
- Welche gesellschaftlichen Konsequenzen bringt die digitale Welt?
- Vier Szenarien über den Umgang mit persönlichen Daten 2020
- Markenführung in der digitalen Welt



Kilian Kleinschmidt

### 2016 »Disruptiven Entwicklungen mit Dynamik begegnen: «

Wandel eröffnet neue Perspektiven.

#### Workshop-Themen:

- Von der Organisation zur Gemeinschaft – Wie man stabile und agile Organisationen der Zukunft baut.
- Widerstände, Sünden, Gefolgschaft
- Wer hat noch den Mut zu Leadership?
- Gemeinsame Perspektiven finden

### »Die große Transformation«

Was uns in Zukunft erwartet und wie der Wandel gelingen kann.

#### Workshop-Themen:

- Die Rolle Europas in einem neuen Ökonomiemodell
- The Economy of Love
- Wie sehen die Geschäftsmodelle im „Age of Child“ aus?

### 2015



Dr. Tomáš Sedláček



Prof. Dr. Manfred Kets de Vries

## 2014 »The Future of Leadership«

Ist Leadership wirklich die Verantwortung einer einzelnen Person oder kann es als gemeinschaftliches – Wirken mehrerer am Unternehmen verstanden werden getragen von einer gemeinsamen Vision?

### Workshop-Themen:

- Was heißt Leadership 2.1?
- Wie baut man eine Leadership-Kultur?
- Widerstände, Sünden, Gefolgschaft

## Jubiläums-Circle 10 Jahre BrandTrust

Zum 10-jährigen Firmenjubiläum haben wir erstmalig den bekannten Rahmen verlassen und unseren 9. BrandTrust Future Circle mit über 200 Gästen, 5 hochkarätigen Referenten und einem internationalen Publikum in Berlin veranstaltet.

## 2013



Rolf Dobelli, Caren Miosga, Prof. Michael Sandel, Katharina Wagner, Jochen Zeitz



Prof. Dr. Dr. Franz-Josef Radermacher

## 2012 »Management des Wandels«

Die Komplexität unserer Welt nimmt ständig zu und die Wirtschaft ist geprägt durch einen umfassenden Strukturwandel und die fortschreitende Globalisierung.

### Workshop-Themen:

- Raus aus dem Hamsterrad: Wie lässt sich Wandel managen?
- Wie kann der Konflikt zwischen Forderung nach Wandel und Sicherheit durch Stabilität gemanagt werden?
- Wer bestimmt, ob Innovationen gut oder schlecht sind?

## »Glück«

Konsum, Lebenssinn und Glück – Ergebnisse der ökonomischen Glücksforschung und ihre philosophische Interpretation.

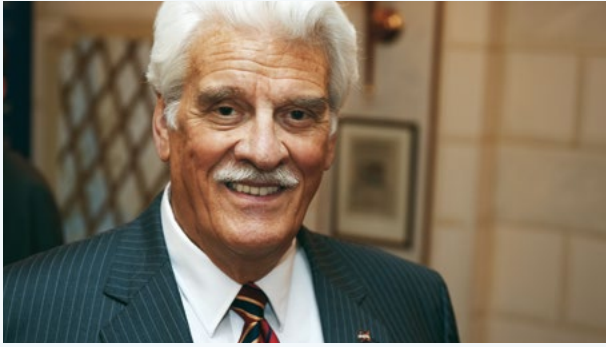
### Workshop-Themen:

- Glücksmanagement: Sieben Thesen zu Glück und Wachstum im Unternehmen.
- Fünf Schritte zum Glück
- Glück und Gewohnheit: Ist Glücksmanagement möglich?

## 2011



Prof. Dr. Ulrich van Suntum



Prof. Dr. Jesco Freiherr von Puttkamer

## 2010 *»Raumfahrt – Motor der Innovation. Vision und Realität«*

Wie nah beieinander liegen die Kraft der Visionen einerseits und die unerbittliche Realität andererseits und wie verhalten sich Systeme und Menschen, um ihre Vision Wirklichkeit werden zu lassen?

### **Workshop-Themen:**

- Welche Eigenschaften brauchen Visionen und Visionäre?
- Visionen werden Realität: Wie managt man Visionen?
- Vision und Mission für eine bessere Welt

## *»Die Welt nach der Krise«*

Wie werden sich die Märkte entwickeln und wie sollen sich Unternehmen und Marken verhalten?

### **Workshop-Themen:**

- Wie müssen sich Unternehmen und Marken in L-Märkten verhalten?
- Wie können Unternehmen und ihre Kunden in einem eigenen System einen Beitrag leisten, damit die Welt besser wird?

## 2009



Prof. Dr. Beatrice Weder di Mauro

## 2008 *»Was kommt nach der Globalisierung?«*

Die Globalisierung hat ihren Höhepunkt erreicht, was kommt danach und wie können Unternehmen das zu ihrem Vorteil nutzen?

### **Workshop-Themen:**

- Was bedeuten Neo-Qualität und -Seriosität für Unternehmens- und Markenführung
- Was kann ein Unternehmen der Gesellschaft bringen?
- Wie kann man in schrumpfenden Märkten profitabel arbeiten?



Prof. Dr. Peter Sloterdijk

## *»Langfristiges Denken«*

Wenn alles immer schneller und kurzfristiger passieren muss, welchen Wert hat dann noch strategisches, langfristiges Denken? Arie de Geus erläuterte das anhand seiner Erfahrung in der Szenarioplanung bei Shell.

### **Workshop-Themen:**

- Was bedeutet Szenarioplanung für die Markenführung und unser tägliches Handeln?
- Wie verbinde ich langfristiges Denken mit den rasanten Entwicklungen im Alltag?
- Wie leite ich aus einem Szenario konkrete Strategien ab?

## 2007



Arie de Geus





Prof. Jeremy Rifkin

## 2006 »Europe: The Silent Power«

Die USA sind der mächtigste Staat der Erde, China holt auf. Welche Rolle spielen zukünftig Europa und die europäische Herkunft zwischen den beiden Machtblöcken USA und China?

### Workshop-Themen:

- Welche Unterschiede gibt es zwischen europäischer und amerikanischer Markenführung?
- Welche Auswirkungen haben die Besonderheiten Europas auf die Führung von Marken europäischen Ursprungs?
- Wie verhalte ich mich als europäische Marke mit Substanz außerhalb Europas?

## »Der demografische Wandel«

Welche Risiken und Chancen bieten die veränderten demografischen Rahmenbedingungen den Unternehmen und Marken für die Zukunft? Was muss unbedingt beachtet, was muss unterlassen werden?

### Workshop-Themen:

- Wird die Gesellschaft mit den laufenden Veränderungen, dem Verlust der zu lange „vorgegaukelten“ Sicherheit zurecht kommen?
- Was wird Jugend in Zukunft vom Alter abgrenzen und wie gehen wir damit aus Markensicht um?
- Nach welchen Kriterien segmentieren wir in Zukunft unsere Kunden?

## 2005



Dr. Frank Schirmmacher

## Der Veranstaltungsort

Der BrandTrust Future Circle findet jährlich im Hotel RIVA am Bodensee statt. Das RIVA überzeugt durch einen spannenden Mix aus Tradition und Moderne, der architektonisch wertvoll umgesetzt ist und von einem direktem Blick auf den Bodensee gekrönt wird.

## Die Anreise

Die Anreise kann über den Flughafen Zürich (72 km, ca. 1 Stunde) oder den Flughafen Stuttgart (170 km, ca. 1,5 Stunden) erfolgen. Von beiden Standorten aus bieten wir einen bequemen und direkten Shuttleservice bis zum Hotel an. Falls Sie mit dem Zug anreisen, steht Ihnen am Bahnhof in Konstanz ein Fahrservice zur Verfügung.

Parkplätze sind am Hotel ausreichend vorhanden.



# Anmeldung

Einfach herunterladen, ausfüllen und abschicken!

Die Teilnehmeranzahl des BrandTrust Future Circles ist auf maximal 40 Personen begrenzt. Der Preis pro Person beträgt 1.190 €.

Sie haben noch Fragen? Frau Eva Stockhausen hilft Ihnen telefonisch unter **+49 (0) 911 / 9 33 57-44** oder via E-Mail an **eva.stockhausen@brand-trust.de** gerne weiter.

NAME

VORNAME

FIRMA

FUNKTION

TELEFON

E-MAIL

STRASSE/POSTFACH

PLZ, ORT, LAND

BESONDERHEITEN (Z.B. LEBENSMITTELUVERTRÄGLICHKEITEN, ESSGEWOHNTHEITEN, ETC.?)  
Falls ja, bitte hier eintragen.

Ich willige ein, dass Fotos und Videos, die von mir aufgenommen werden, zu Dokumentations- und Kommunikationszwecken von BrandTrust verwendet werden dürfen.

Meine E-Mail-Adresse darf an die anderen Teilnehmer der Veranstaltung weitergegeben werden, um das Netzwerken untereinander zu erleichtern.

Ja, ich akzeptiere die **Teilnahmebedingungen\*** und nehme teil.

Nein, ich kann leider nicht teilnehmen.

## \* Teilnahmebedingungen

Nach Eingang Ihrer verbindlichen Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 45 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte, ab 30 Tagen vor Beginn der Veranstaltung die komplette Summe des Teilnahmebeitrages erhoben.

Die „all inclusive-Kostenbeteiligung“ von 1.190,- EUR zzgl. MwSt. umfasst neben der Teilnahme die Übernachtungskosten im Hotel RIVA in Konstanz am Bodensee inkl. Frühstück sowie alle Menü- und Getränkekosten.

# Brand Trust

BRAND STRATEGY  
CONSULTANTS

## Kontakt

Brand Trust GmbH . Brand Strategy Consultants  
Pfannenschmiedgasse 1 . 90402 Nürnberg

Eva Stockhausen . Telefon: +49 (0) 911 / 9 33 57-44  
E-Mail: [eva.stockhausen@brand-trust.de](mailto:eva.stockhausen@brand-trust.de)