



Treffpunkt Zukunft

14. März 2012
Frankfurt am Main

KONZEPT

Initiatoren und Veranstalter

E.A.Z.-INSTITUT
INNOVATIONSPROJEKTE



Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr
und Landesentwicklung

Mitinitiator

HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

Kofinanziert durch



EUROPAISCHE UNION:
Investition in Ihre Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Stand: November 2011

Titel	Leben 3.0 – Treffpunkt Zukunft
Termin	14. März 2012
Treffpunkt	Cocoon Club, Frankfurt am Main
anzutreffen	Vorstände, Geschäftsführer/Gesellschafter sowie Entscheider innovativer und zukunftsorientierter Unternehmen, Leaders of tomorrow, Vertreter aus Forschung und Wissenschaft sowie Multiplikatoren aus Medien, Politik, Verbänden und Hochschulen
Schwerpunkt	Wie Zukunftstrends unseren Alltag in allen Lebensbereichen verändern und welche Rolle Innovation und Technologien dabei spielen. Ein Treffpunkt für Interaktionen und Austausch.

**Initiatoren/
Veranstalter**



Mitinitiator



**Kofinanziert
durch**



Goldpartner

Unternehmen und Institutionen

N.N. N.N. N.N.

Themenpaten

Universitäten und Institutionen

Kampagnenpartner Medienpartner



sowie weitere Vertreter

Onlineplattformen

z.B. 

Wie sieht die Welt in zehn, zwanzig oder dreißig Jahren aus? Ein Blick zurück in die vergangenen Jahrzehnte zeigt: Die Erfindung des World Wide Web, moderne Kommunikationstechnologien mit Handys oder Smartphones haben die Art, wie wir leben, massiv verändert. Megatrends wie der demographische Wandel, Urbanisierung, neue Mobilitätskonzepte, Kommunikationstechnologien oder die personalisierte Medizin werden sich in den kommenden Jahren ebenfalls intensiv auf unseren Alltag auswirken. Technologien und Entwicklungen wie diese haben die Welt tiefgreifend verändert. Wird sich dieser Wandel fortsetzen und unser Leben vereinfachen, weil beispielsweise der Umgang mit Technologien benutzerfreundlicher wird? Oder wird die Welt dadurch auch ein Stück weit komplexer?

Die Zukunftskonferenz „Leben 3.0 – Treffpunkt Zukunft“ gibt einen Einblick in die Möglichkeiten und die Welt von morgen. Welche gesellschaftlichen Trends bieten neue Chancen und Herausforderungen? Welche neuen Innovationen werden gerade entwickelt? Welche Vorteile bringen diese dem Verbraucher? Wo existieren Technologie- oder Zukunftsängste und wie kann man diese ausräumen? Schließlich stößt manch eine Innovation an die Grenzen von Wert- und Moralvorstellungen. Wie reagieren Politik, Wirtschaft und Gesellschaft auf schwierige Zukunftsfragen? Welche Lösungsansätze gibt es?

Diese und weitere Fragen zu Trends und Szenarien der Zukunft hilft die Veranstaltung zu beantworten. Sie präsentiert die Faszination der Zukunft, beleuchtet die gegenwärtige Situation zugleich aber auch kritisch und bietet Raum für Diskussionen. Getreu der Devise „Visionen mit Leben füllen“ stellt die Konferenz Lebenswelten vor und zeigt darin auf, wie die Welt von morgen aussehen könnte. Mit Hilfe von konkreten Trends und visionären Szenarien diskutieren und erleben Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft über die Nutzung von Megatrends für die Zukunftsfähigkeit.

Die Partner des Zukunftskongresses „Leben 3.0“ bieten Erfahrungen aus der Praxis von führenden Spitzenunternehmen sowie Clustern und bringen diese Erfahrungen proaktiv in die Gestaltung der Konferenz und damit in die Gestaltung der Zukunft mit ein. Sie positionieren sich damit als innovative, zukunftsfähige Unternehmen und tragen zudem dazu bei, die Zukunft aktiv zu gestalten. Zudem gilt es, aus den Megatrends von übermorgen die Herausforderungen von morgen und daraus die Strategien von heute zu entwickeln.



Die alltäglichen Anwendungsfelder moderner Technologien werden in verschiedenen „Lebenswelten“ praxisnah dargestellt:

1. Wohnen und Freizeit

Das Leben außerhalb der Wohnung gewinnt an Komplexität und Geschwindigkeit. Beziehungsgefüge verändern sich, während die soziale Spaltung zunimmt. Das Thema Nachhaltigkeit weitet sich auf alle Lebensbereiche aus. Selbst funktionalisierte Kleidung wird aus Bio-Materialien hergestellt...

Im Haus der Zukunft erkennt ein biometrisches System den Bewohner von selbst, öffnet ihm die Tür und schaltet das Licht ein. Ein mit Sensoren ausgestatteter Roboter erledigt selbstständig den Haushalt, kocht, bedient und erinnert an wichtige Termine. Die Beleuchtung reguliert sich ebenso automatisch wie die vernetzten elektronischen Geräte, wodurch die Energiekosten deutlich reduziert werden. Neuartige Baustoffe, der Einsatz von Solarenergie sowie Technologien zur Wasseraufbereitung sorgen für zusätzliche Energieeinsparungen. Neben Komfort und Sparsamkeit bietet das smarte Zuhause auch innovative Sicherheitstechnologien. Das Haus denkt mit und passt sich an.

2. Arbeit und Bildung

Den festen Arbeitsplatz, wie wir ihn heute kennen, wird es in Zukunft nicht mehr geben. Die Globalisierung erfordert von Arbeitnehmer und Arbeitgeber mehr Mobilität und Flexibilität. Während Arbeit heute noch an feste Arbeitszeiten, fixe Orte und zentrale Unternehmensstrukturen gebunden ist, findet sie zukünftig an mobilen Arbeitsplätzen zu Hause, im Unternehmen, am Flughafen oder im Park statt. Auch die Personalpolitik orientiert sich an den Bedürfnissen der Mitarbeiter, wie zum Beispiel von Familien mit Kindern. Die Arbeit in der Wissensgesellschaft wird schnelllebig, virtueller, fragmentierter und bedarf eines lebenslangen Lernens in verschiedenen Bildungsstufen.

Dieser Trend spiegelt sich auch im Büro der Zukunft wider, das von funktionalen Oberflächen und modernster Technik geprägt ist. Innovative Technologien ermöglichen darüber hinaus eine neue Kommunikation, die maßgeblich im virtuellen Raum stattfindet. Cloud Computing, Smartphones und Social Networks sind elementare Bestandteile dieser Entwicklung.

3. Mobilität, Stadt und Raum

Schon jetzt lebt mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Megacities und Metropolen. Im Jahr 2030 sollen zwei Drittel aller Menschen Stadtmenschen sein. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, müssen Megacities und Metropolregionen reagieren. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, welche Infrastrukturen nötig sind, um die Bevölkerung mit Energie und Wasser zu versorgen, aber auch Müll zu entsorgen. Mit der Ausbreitung urbaner Ballungsräume werden zukünftig mehr Menschen von unterschiedlicher Herkunft auf engem Raum zusammenleben. Neue Wohn- und Quartierskonzepte sind gefragt.

Zudem wächst mit der Weltbevölkerung auch das Bedürfnis nach Mobilität. Der Autoverkehr nimmt zu und mit ihm Herausforderungen in Bezug auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Die wachsenden Verkehrsströme im Rahmen der Globalisierung in Verbindung mit der Urbanisierung erfordern neue Antriebs- und Beförderungskonzepte wie Elektromobilität und Bio-Brennstoffe.

4. Gesundheit und Ernährung

Die steigende Lebenserwartung der Menschen bringt Folgeeffekte mit sich, wie etwa höhere Kosten für die Behandlung von Zivilisations- und chronischen Krankheiten. Das Gesundheitssystem wird die explodierenden Kosten kaum mehr finanzieren können. Dementsprechend erwächst im zweiten Gesundheitsmarkt ein Milliardengeschäft. Gesundheit umfasst längst nicht mehr nur das Gefühl, nicht krank zu sein, sondern auch, sich jung und fit zu fühlen. Im Gesundheitsmarkt der Zukunft boomen deshalb Angebote für Wellness, Fitness, gesunde Ernährung mit Functional Food und Bio-Getränken. Der Einzelne wird mehr Eigenverantwortung übernehmen müssen, zudem wird die Prävention immer wichtiger. Der Personalisierten Medizin gehört die Zukunft. Sie wird dazu beitragen, dass die Behandlung von Krankheiten besser, sicherer und effizienter wird.

- 9.30 Uhr** **Einlass, Registrierung**

- 10.00 Uhr** **Begrüßung**
Dieter Posch, Hessischer Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

- 10.15 Uhr** **Impulsvortrag**
Sven Gabor Jánszky, Zukunftsforscher und Leiter des 2b AHEAD ThinkTanks

- 10.40 Uhr** **Eröffnungsplenum: „Zukunft gestalten“**
Dieter Posch, Hessischer Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung
N.N. Unternehmen
N.N. Unternehmen
Zukunftsforscher
Moderation: z.B. F.A.Z.-Gruppe, Medienvertreter

- 11.40 Uhr** **Science Slam**

- 11.55 Uhr** **Übergang in die Lebenswelten**

- 12.00 – 16.00 Uhr** In den **vier Lebenswelten** finden parallel Aktiv-Workshops, Coaching-Café, Science Talks und Diskussionspanels statt. Zusätzlich werden Einzelgespräche, Exponate, Mit-mach-Aktionen und ein Imbiss geboten.

	Wohnen + Freizeit	Arbeit + Bildung	Mobilität, Stadt + Raum	Gesundheit + Ernährung
12.00 – 13.00 Uhr	Aktiv-Workshop	Diskussionspanel	Science Talk	Coaching-Café
13.00 – 14.00 Uhr	Coaching-Café	Aktiv-Workshop	Diskussionspanel	Science Talk
14.00 – 15.00 Uhr	Science Talk	Coaching-Café	Aktiv-Workshop	Diskussionspanel
15.00 – 16.00 Uhr	Diskussionspanel	Science Talk	Coaching-Café	Aktiv-Workshop

- 16.15 Uhr** **Abschlussimpuls**
Louis Palmer, Tour Director & Initiator
„Solartaxi“, WAVE World Advanced
Vehicle Expedition

- 17.00 Uhr** **(Er)lebe die Zukunft:**
Get together mit Wandel durch die
Lebenswelten



Anzeigen

Der Zukunftskongress wird im Vorfeld unter anderem durch eine breite Medienkampagne beworben. Dazu sind bereits heute Anzeigen u.a. in den folgenden Print- und Onlinemedien geplant:

Frankfurter Allgemeine Zeitung: 2 x 1/4 Seite

INNOVATIONSMANAGER: 2 x 1/2 Seite

>kommunikationsmanager: 1 x 1/2 Seite

MARKT und MITTELSTAND: 1 x 1/2 Seite

Zukunftsmanager (online): 1 x 1 Seite



Kommunikations- und Marketingleistungen

Neben den Kontaktwerten am Veranstaltungstag positionieren sich die Partner im Vorfeld des Kongresses eingebettet in die Kommunikationskampagne.

Die Logos der Partner werden in den Anzeigen und in der Einladungsbroschüre abgedruckt, ebenso die Fotos der Referentinnen und Referenten. Der Kongress wird durch Anzeigen in den Publikationen der F.A.Z.-Gruppe, dem INNOVATIONSMANAGER, im MARKT und MITTELSTAND und dem >kommunikationsmanager sowie von ausgewählten regionalen Zeitungen/Publikationen und weiteren Medienpartnern begleitet.

„Leben 3.0“ wird über eine eigene Web-Landing-Page verfügen und wird verlinkt von F.A.Z.-Institut, Hessen-Agentur und zahlreichen Partnern sowie über verschiedene Onlineforen, zum Beispiel das Onlinemagazin „Zukunftsmanager“, aktiv begleitet. Dort werden die Teilnehmer eingeladen, sich aktiv durch Zukunftsblogs und Foren an den Diskussionen zu beteiligen.

Die Einladungsbroschüre (8-12 Seiten, 4c) wird per Post und E-Mail über eigene Verteiler der Veranstalter sowie Verteiler der Partner an die Kernzielgruppen versendet.

Der Kongress wird in die Marketing- & PR-Instrumente des Innovationsnetzwerks des F.A.Z.-Instituts und der Hessen-Agentur eingebunden, zum Beispiel durch Anzeigen, Beiträge und Interviews in den Broschüren, Katalogen und Newslettern verschiedener Innovationsprogramme. Die Einbindung/Verlinkung auf verschiedenen Internetplattformen und die Bewerbung bei sämtlichen Veranstaltungen vervollständigt das PR- und Marketingportfolio.



Sondermodule Optional:

- Initiierung einer F.A.Z.-Verlagsbeilage „Innovation & Zukunft“ oder Sonderbeilage/Ausgabe Zukunftsmanager
- Digitale Sondermodule Web 2.0

F.A.Z.-INSTITUT

INNOVATIONSPROJEKTE



HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

F.A.Z.-Institut, Innovationsprojekte



Timo Kruschwitz

Konzept & Partner
Telefon: (0 69) 75 91-25 84
Fax: (0 69) 75 91-23 01
E-Mail: t.kruschwitz@faz-institut.de



Kirsten Huber

Projektkoordination & Marketing
Telefon: (0 69) 75 91-23 04
Fax: (0 69) 75 91-2301
E-Mail: k.huber@faz-institut.de



Daniel Schleidt

Konzept & Themen
Zukunftsmanager
Telefon: (0 69) 75 91-12 01
E-Mail: d.schleidt@faz-institut.de

F.A.Z.-Institut

Innovationsprojekte
Mainzer Landstraße 199
60326 Frankfurt am Main
www.innovationsprojekte.de

HA Hessen Agentur GmbH



Dr. Thomas Niemann

Konzept & Partner
Telefon: (06 11) 7 74-86 46
Fax: (06 11) 7 74-86 20
E-Mail: thomas.niemann@hessen-agentur.de



Miriam Schroer

Projektkoordination & Marketing
Telefon: (06 11) 7 74-86 10
Fax: (06 11) 7 74-86 20
E-Mail: miriam.schroer@hessen-agentur.de

HA Hessen Agentur GmbH

Bereich Technologie und Innovation
Abraham-Lincoln-Straße 38-42
65189 Wiesbaden
www.hessen-agentur.de

► **Werbewirksamkeit und Kontaktwerte**

- Prominente Platzierung des Logos in allen Marketingmaterialien
- Abdruck des Logos in allen Anzeigen der Medienpartner
- Abdruck des Logos auf der Frontseite der Einladungsbroschüre und Programm
- Prominente Einbindung in den Internetauftritt (Logo) und Verlinkung mit der eigenen Website
- Einbindung in alle PR-Maßnahmen

► **Einbindung in die Veranstaltung**

- Mitgestaltung einer Lebenswelt (Forum) Beiträge / Paneldiskussion zum Thema der Lebenswelt
- Gestaltung eines individuellen Workshops (kleine TN-Zahl, hier sind Ihre Ideen gefragt)
- Einbindung in Coachings (Face-to-Face Gespräche)

► **Ausstellungsteilnahme**

- Präsentation auf einer Fläche von etwa 6 qm mit eigenem Standsystem (abhängig vom Veranstaltungsort)
- Auslage von Informationsmaterial bei der Veranstaltung
- Platzierung eines Exponats

► **Kartenkontingente**

- 15 Ehrenkarten für Vertreter aus dem Kunden- und Partnerumfeld
- 3 Einlasskarten für Mitarbeiter