



Aljan De Boer

Aljan de Boer ist ein Referent für soziokulturelle Trends, der Führungskräften dabei hilft zu verstehen, wie sich gesellschaftliche Veränderungen auf Kunden, Mitarbeiter und die Unternehmensstrategie auswirken.

- Leiter der Abteilung „Inspiration“ bei TrendsActive, einem in den Niederlanden ansässigen Trendberatungsunternehmen.
- Beschäftigt sich damit, soziokulturelle Forschungsergebnisse in strategische Implikationen für Organisationen umzusetzen.
- Als Teil des Teams des Institute for Real Growth leitet er Programme und unterstützt dessen Führungskräfte-Community.
- Arbeitet mit der globalen CMO-Community von IRG zusammen, die laut IRG mehr als 400 Mitglieder umfasst.
- Hält Keynotes mit Schwerpunkt auf den Auswirkungen generationsbedingter, wirtschaftlicher und geopolitischer Veränderungen auf die Wirtschaft.

Aljan De Boer's 2026 Biographie

Wichtige Vortragsthemen

- Soziokulturelle Trends und Unternehmensstrategie
- Generationswechsel und die Generation Z
- Verbraucherverhalten unter wirtschaftlichem Druck
- Geopolitische Unsicherheit und Auswirkungen auf den Markt
- Umsetzung von Forschungsergebnissen in organisatorisches Handeln
- Marken- und Kundenstrategie in sich wandelnden Gesellschaften

Ideal für

- Chief Marketing Officers und Marketing-Führungsteams
- Vorstände und Führungsteams
- Marken- und Strategieverantwortliche
- Unternehmenskonferenzen mit Schwerpunkt auf zukunftsorientierter Strategie

Lernergebnisse für die Teilnehmer

- Klares Verständnis der wichtigsten soziokulturellen Veränderungen, die die Märkte prägen
- Einblicke, wie sich der Generationswechsel auf Marken und die Arbeitswelt auswirkt
- Strukturierte Ansätze zur Interpretation von Forschungsergebnissen für strategische Entscheidungen
- Breitere Perspektive auf wirtschaftliche und geopolitische Einflüsse auf

VERFÜGBAR FÜR

- Redetätigkeit

ALJANS SPRECHENDE THEMEN

- ESG-Implementierung
- Geopolitische Auswirkungen
- Geschäftsstrategie & Wachstum
- Kundenerfahrung & Marketing
- Szenarioplanung und strategische Vorausschau
- Verhaltensökonomie
- Zukunft der Arbeit

SPRACHEN: Englisch

Kunden

Warum Unternehmen mit Aljan de Boer zusammenarbeiten

- Verbindet soziokulturelle Forschung direkt mit kommerziellen und strategischen Fragen.
- Bringt Erfahrung in der Zusammenarbeit mit einer globalen CMO-Community mit.
- Bietet eine Interpretation komplexer gesellschaftlicher Trends auf Führungsebene.
- Unterstützt Unternehmen dabei, sich abzeichnende Veränderungen in praktische Implikationen für die Marken- und Geschäftsstrategie umzusetzen.

Biografie

Aljan de Boer hilft Führungskräften dabei, die soziokulturellen Kräfte zu verstehen, die Märkte, Marken und Organisationen neu gestalten. Seine Arbeit konzentriert sich darauf, gesellschaftlichen Wandel in klare strategische Implikationen für Kunden, Mitarbeiter und die langfristige Geschäftsausrichtung zu übersetzen.

Als Head of Inspiration bei TrendsActive, einer in den Niederlanden ansässigen Trendberatungsfirma, arbeitet er an der Schnittstelle zwischen soziokultureller Forschung und Strategie. Er trägt zur Entwicklung und Anwendung eines strukturierten Trendmodells bei, das akademische Erkenntnisse und soziale Analysen mit der praktischen Entscheidungsfindung in Organisationen verbindet.

Aljan ist außerdem Teil des Teams des Institute for Real Growth, wo er Programme leitet und die Führungskräfte-Community unterstützt. Durch seine Arbeit mit der globalen CMO-Community des IRG, die laut Angaben der Organisation mehr als 400 Mitglieder umfasst, steht er in direktem Austausch mit führenden Marketingexperten, die sich mit Komplexität, Unsicherheit und sich wandelnden Verbrauchererwartungen auseinandersetzen.

In seinen Keynote-Vorträgen befasst er sich mit dem Generationswechsel, wirtschaftlichem Druck, geopolitischer Instabilität und einem umfassenderen gesellschaftlichen Wandel. Er vermittelt Führungskräften ein klareres Verständnis dafür, wie diese Kräfte die Markenstrategie, das Kundenverhalten und organisatorische Prioritäten beeinflussen, und wandelt Forschungsergebnisse in wirtschaftlich relevante Erkenntnisse um.

Aljan De Boer's 2026 Gespräche & Themen

In unsicheren Zeiten erfolgreich sein

Dieser Vortrag untersucht, wie Verbraucher mit steigenden Preisen, geopolitischer Instabilität und

allgemeiner gesellschaftlicher Unsicherheit umgehen und was dies für Marken bedeutet, die ein nachhaltiges und inklusives Wachstum anstreben. Auf der Grundlage sozialwissenschaftlicher Forschung werden psychologische, soziologische und anthropologische Erkenntnisse in klare Geschäftsstrategien umgesetzt. Die Sitzung befasst sich mit der „Wende nach innen“, sich wandelnden Vertrauensdynamiken und dem Aufkommen einer Krisenkultur, um Unternehmen dabei zu helfen, sowohl auf kurz- als auch auf langfristige Kundenbedürfnisse einzugehen.

Wichtige Erkenntnisse:

- Verständnis dafür, wie Verbraucher mit Unsicherheit umgehen und kurz- und langfristige Prioritäten in Einklang bringen
- Einblick in psychologische, soziologische und kulturelle Veränderungen, die das Verhalten prägen
- Klare Umsetzung sozialwissenschaftlicher Forschung in praktische Implikationen für Marken und Strategien

Wie man Menschen bei ihrer Suche nach Sinn unterstützen kann

Dieser Vortrag beleuchtet die wachsenden Chancen und die zunehmende Verantwortung von Organisationen, zu einem sinnvolleren Leben beizutragen. Er befasst sich mit psychischem Wohlbefinden, sozialen Beziehungen und der Schaffung transzendenter Erfahrungen und liefert Hintergrundinformationen dazu, warum diese Themen immer wichtiger werden. Die Veranstaltung zeigt auf, wie Organisationen auf Belastungen im Bereich der psychischen Gesundheit und auf sich wandelnde Erwartungen hinsichtlich sozialer Bindungen reagieren können.

Wichtige Erkenntnisse:

- Hintergrundinformationen zu den gesellschaftlichen Triebkräften hinter der Suche nach Sinn
- Einblicke in die Rolle von psychischem Wohlbefinden und sozialen Beziehungen im Leben der Menschen
- Leitlinien dazu, wie Organisationen mehr Sinn stiften können

Bereiten Sie sich auf die Zukunft vor: Warum und wie Sie für die Generation Z relevant bleiben

Diese Präsentation erläutert, was das Verhalten der Generation Z bestimmt und wie Unternehmen diese Erkenntnisse in Strategien und Chancen umsetzen können. Sie geht über oberflächliche Taktiken hinaus und untersucht, wie prägende Erfahrungen wie der Klimawandel, polarisierende Politik und die Pandemie die Denkweise, die Werte und die Erwartungen der Generation Z an Marken beeinflussen.

Wichtige Erkenntnisse:

- Verständnis der globalen Kräfte, die die Weltanschauung der Generation Z prägen
- Einblick, wie diese Kräfte Werte, Bedürfnisse und Erwartungen beeinflussen
- Strategische Leitlinien, um für die jüngste Generation relevant zu bleiben

Aljan De Boer's 2026 speaking fees

Die spezifischen Gebühren liegen innerhalb der angegebenen Spanne. Diese dienen nur als Richtwerte und können ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

	EUR	GBP	USD
Land	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asien-Pazifik	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Naher Osten & Afrika	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Südamerika	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Großbritannien	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
US-Ostküste	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
US-Westküste	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Virtuell	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000