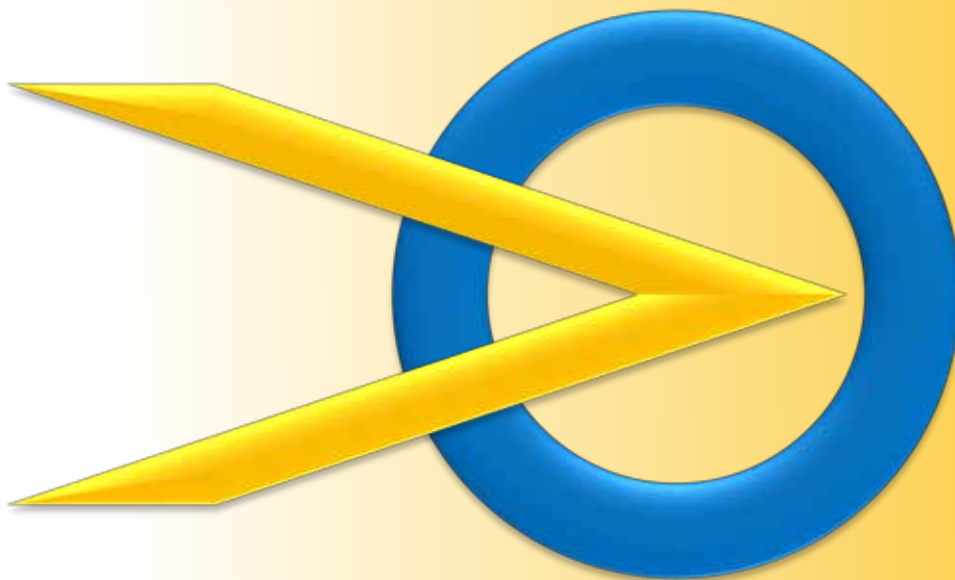




XVI. KÖLNER TREND- UND HANDELSFORUM

– KÖLNER ZUKUNFTSFORUM –



**Trends und
Strategien für
Handel & Vertrieb**

Dienstag, 5. Februar 2013
Hotel Hilton, Marzellenstr. 13 - 17, Köln

Eine Veranstaltung von:

ULRICH EGGERT 
CONSULTING.KÖLN

IFH KÖLN 
RESEARCH EXPERTS



XVI. KÖLNER TREND- UND HANDELSFORUM

– KÖLNER ZUKUNFTSFORUM –

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

seit 1995 veranstalte ich mit z. T. wechselnden Partnern ein Handelsforum in Köln.

Heute freue ich mich, Ihnen wie schon im letzten Jahr zusammen mit dem IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IfH Köln) und dem dort angeschlossenen ECC-Handel das

16. Kölner Trend- und HandelsForum – Kölner ZukunftsForum

veranstaltet am Dienstag, den 5. Februar 2013, im Hotel HILTON in Köln

vorzustellen und diese Tradition weiter fortzusetzen zu können!

In einer gezielten Auswahl interessanter Vorträge von ebenso interessanten Referenten aus Forschung, Beratung und Praxis, die Sie nicht auch auf jedem anderen Kongress erleben, wollen wir Ihnen aufzeigen, was in Handel und Vertrieb in den nächsten Jahren auf Sie zukommt und wie Sie Ihr Unternehmen darauf einstellen können.

Diese und weitere zentrale Fragestellungen des Handels werden diskutiert:

- ▶ Was geschieht im Verhältnis Industrie/Handel bis 2020?
- ▶ Was bewegt aktuell „Shopper Marketing“ und „Nachhaltiges“ Marketing?
- ▶ Wie funktioniert der Verkauf von LUXUS-Produkten?
- ▶ Was passiert mit dem Erfolgsfaktor Personal?
- ▶ Welche Formate versprechen künftig mehr Erfolg? Was machen andere, international, im Netz und mit Systembildung? Was macht Fressnapf als System so erfolgreich?
- ▶ E-Commerce: welche Erfolgsfaktoren und Formate? Was bringt die mobile Revolution? Wie Kundenbindung stärken und erhalten?

Lassen Sie sich von diesem Konzept überzeugen, wir freuen uns auf Ihre Anmeldung und versprechen Ihnen eine Fülle von Informationen, interessant dargeboten!

- ▶ Verpassen sie nicht die Subskription bis zum **3. Dezember** für Frühentschlossene mit besonders günstigen Konditionen, die nur für diese E-Mailaktion ihre Gültigkeit haben!

Herzliche Grüße aus Köln

als Veranstalter

Ulrich Eggert

Inhaber Ulrich Eggert Consulting, Köln

als Mitveranstalter

Dr. Kai Hudetz

Geschäftsführer IfH, Köln

PS.: Alle Teilnehmer erhalten die über 500 aufgelegten Charts kostenlos als Download.

Ihr Kontakt für alle Fragen:

Ulrich Eggert Consulting, Köln
z.Hd. Ulrich Eggert
An der Ronne 238
50859 Köln

Tel.: 02234/943937
Fax: 02234/9489533
E-Mail: mail@ulricheggert.de
Internet: www.ulricheggert.de



– KÖLNER ZUKUNFTSFORUM –

DAS VERANSTALTUNGSPROGRAMM

Durch das Programm führen Sie Dr. Kai Hudetz und Ulrich Eggert

ab 08.30 Uhr	EINLASS mit KAFFEE-EMPFANG
09.15 Uhr	BEGRÜSSUNG DER TEILNEHMER / EINFÜHRUNG IN DAS TAGESPROGRAMM Ulrich Eggert und Dr. Kai Hudetz
09.30 Uhr	B2B-TRENDS 2020 – DAS VERHÄLTNISS HANDEL / LIEFERANT IN STARKEM WANDEL Ulrich Eggert, Ulrich Eggert Consulting Wer hat die Macht im Kanal? Die Umdrehung der Wertschöpfungsketten Konvergenz der Wirtschaftsstufen ohne Ende? Alles in Systeme? Kooperation, Vertikalisierung und andere Herausforderungen für die Unternehmensstrategien
10.10 Uhr	SHOPPER MARKETING: WAS PASSIERT AUF DEM WEG NACH 2020? Dirk Goebel, Saatchi & Saatchi X Shopper Marketing – Abgrenzung/Begriffsbestimmung: Consumer Mode versus Shopper Mode Zum Verständnis des Shopper-Verhaltens Shopper Marketing am POS: Funktionierende POS-Kommunikation ist anders Vom FMOT zum ZMOT
10.50 Uhr	NACHHALTIGES HANDELS MARKETING Harald Weyergans, result21 retail consulting Nachhaltiges Marketing heißt Nachhaltige Werte schaffen Engpassfaktor Authentizität – eine kritische Beurteilung Die Entwicklung zu einem kundengetriebenen Unternehmen Qualitätssicherung – versprochen ist versprochen
11.30 Uhr	Kaffeepause
11.50 Uhr	DER VERTRIEB/VERKAUF VON LUXUS – EINE ANDERE WELT? Burkhard Treude, Unternehmensberatung Burkhard Treude M.A. Vom Statussymbol zum Bildungsgut: der Zusammenhang von Luxus, Ästhetik, Bildung und Emotion Hemmschwellen: Wie mit intelligenter Argumentation und Kommunikation der Weg geebnet wird. Paradoxe Argumentation: Wie mit hochpreisigen Produkten zugleich Sicherheit und Lebensfreude vermittelt wird. Hirngerechte Argumentation und Präsentation: Motivation für den Kauf von Luxus-Produkten Thema „Dematerialisierung“: Wie Storys kreiert und erzählt werden Smart Shopping: Wie Preisstabilität gegenüber feilschenden Kunden behauptet wird.
12.30 Uhr	ARBEITGEBER HANDEL: HIGH POTENTIAL ODER SCHWER VERMITTELBAR? Bettina Willmann, IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IfH Köln) Wie wird der Arbeitgeber Handel aus Sicht von potenziellen Auszubildenden und Absolventen bewertet? Welchen Anforderungen muss der Arbeitgeber Handel genügen, um attraktiv zu sein? Was bewegt die Generation Y? Kisten schleppen und Überwachungskameras: Wie zufrieden sind Mitarbeiter des Handels tatsächlich? Best-Practice-Beispiele zur Mitarbeitergewinnung und -bindung aus Handel und FMCG
13.00 Uhr	Mittagspause
13.50 Uhr	AKTUELLE KERNSTRATEGIEN FÜR DAS ONLINE-GESCHÄFT (Vorträge nacheinander) A: ALLES ONLINE ODER WAS? E-COMMERCE 2020 Dr. Kai Hudetz, IfH Online-Handel in Deutschland – Status quo und Trends Sieger und Verlierer – welche Unternehmen vom Online-Handel profitieren Wohin geht die Reise? – Cross-Channel, Mobile Commerce & Co. B: SMARTPHONES DIGITALISIEREN DEN HANDEL – ANFÄNGE EINER REVOLUTION Aline Eckstein, ECC Handel Smartphones: Die neuen Schweizer Taschenmesser Die Rolle von Smartphones im Kaufprozess Customer Journey: Ansätze für den Handel C: ERFOLGSFAKTOREN IM ONLINE-HANDEL Dr. Eva Stüber, ECC Handel Ausgangspunkte: Fordernde Rahmenbedingungen und verändertes Konsumentenverhalten Wie können Konsumenten zufriedengestellt werden? – Erfolgsfaktoren und Erfolgsbeispiele Personalisierung und Vertrauen als Potenzialfelder
15.00 Uhr	NEUE FORMATE FÜR HANDEL UND VERTRIEB Ulrich Eggert, Ulrich Eggert Consulting Das richtige Geschäftsmodell entscheidet über den Erfolg Was sind Formate? Welche Formate bringen den Erfolg? Alles Online oder was?
15.30 Uhr	Kaffee-Pause
15.50 Uhr	DIE ERFOLGSGESCHICHTE FRESSNAPF – „DER KUNDE IM FOKUS“ Torsten Toeller, Fressnapf Tiernahrungs GmbH Ein starkes, kanalübergreifendes Markenerlebnis in einem emotionalen Markt als Schlüssel zum Erfolg Wandel im Handelsmarketing – CRM als Motor für das Marketing der Zukunft Kundenerlebnis am POS am Beispiel Future Store Wie gut integrierte Prozesse und IT-Systeme die Kundenbedürfnisse besser bedienen
16.30 UHR	ÜBERBLICK ÜBER DIE NEUESTEN INTERNATIONALEN HANDELTRENDS UND IHRE AUSWIRKUNGEN AUF DEN DEUTSCHEN UND EUROPÄISCHEN RAUM Wolf Jochen Schulte-Hillen, SHSelection Handelsberatungsgesellschaft mbH & Co. KG Neue Läden, neue Formate: eine Foto-Show mit detaillierten Erläuterungen
17.10 UHR	RESUMÉ UND ABSCHLUSS DER VERANSTALTUNG Dr. Kai Hudetz und Ulrich Eggert



XVI. KÖLNER TREND- UND HANDELSFORUM

- KÖLNER ZUKUNFTSFORUM -

IHRE REFERENTEN



Aline Eckstein

ECC Handel | www.ecc-handel.de

Dipl.-Kffr. Aline Eckstein ist seit 2012 Bereichsleiterin an der IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IFH Köln) und dem dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel (ECC Handel). Davor war sie dort bereits seit 2008 als Projektmanagerin tätig. Frau Eckstein ist unter anderem für die Bereiche Mobile Business, Social-Commerce sowie Zielgruppen- und Konsumentenverhalten verantwortlich.



Ulrich Eggert

Ulrich Eggert Consulting.Köln | www.ulricheggert.de

Dipl.-Kfm., Ulrich Eggert ist Inhaber der Ulrich Eggert Consulting, Köln; langjähriger Mitarbeiter und Geschäftsführer der ehem. BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln; heute selbstständig als Zukunfts-, Trend- und Handelsforscher, Unternehmensberater sowie Verfasser zahlreicher Studien und Bücher mit umfangreicher internationaler Vortrags- und Moderatorentätigkeit.



Dirk Göbel

Saatchi & Saatchi X, Frankfurt | www.saatchix.de

Dirk Göbel, Jhg. 1974, entdeckte früh sein Faible für Vertrieb und Kommunikation. Eine Neigung, die er in der Praxis von der Pike auf lernte und in der Theorie mit zahlreichen Studiengängen z. B. zum Dipl.-Betriebswirt (BA) vertiefte; Ausbildung zum CCI certified Trainer und ein weiteres Studium zum Bachelor of Sales and Distribution. Seit 2000 in der Werbebranche in steigenden Positionen, seit April 2011 als Managing Director die treibende Kraft von Saatchi & Saatchi X, Frankfurt.



Dr. Kai Hudetz

IFH GmbH | www.ifh.de

Dr. Kai Hudetz ist Geschäftsführer der IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IFH Köln) und des dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel (ECC Handel); vielfacher Projektleiter, gefragter Referent und Autor von Fachartikeln und Büchern; Mitglied zahlreicher Ausschüsse und Gremien zu Fragen des Handels; Gastdozent bzw. Lehrbeauftragter an zahlreichen Hochschulen und Akademien, u. a. an der Europäischen Fachhochschule Brühl, der Universität St. Gallen und der Berufsakademie Heidenheim.



Wolf Jochen Schulte-Hillen

SHSelection Beratungsgesellschaft mbH & Co. KG, Laer | www.shselection.com

Wolf Jochen Schulte-Hillen studierte Jura und BWL in Hamburg und Münster; 1976 Gründung von SHSelection als Agent/Importeur sportlicher Mode; Verkauf der Handelsaktivitäten und Spezialisierung als Marketing-Berater mit Schwerpunkt Lifestyle-Brand-Management bzw. Beratung von Händlern/Developern bei deren internationaler Expansion und Positionierung; Jury-Mitglied des „Store of the Year“-Award des HDE – Handelsverband Deutschland.



Dr. Eva Stüber

ECC Handel | www.ecc-handel.de

Dr. Eva Stüber ist Senior Projektmanagerin an der IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IFH Köln) und dem dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel (ECC Handel); Diplom-Studium BWL in Saarbrücken; wissenschaftliche Mitarbeiterin und Promotion zum Thema „Personalisierung im Internethandel“ an der BTU Cottbus; verschiedene Projekte im Handelskontext und speziell im E-Commerce.



Torsten Toeller

Fressnapf Tiernahrungs GmbH, Krefeld | www.fressnapf.de

Torsten Toeller absolvierte eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann und Studium der Betriebswirtschaftslehre. 1990 Gründung von Fressnapf, Europas größter Fach-Discounter für Tiernahrung und -zubehör mit über 1.200 Fachmärkten in elf Ländern; Mitglied im Aufsichtsrat der Kaisers Tengelmann GmbH sowie im Beirat der Deutschen Bank; zahlreiche Auszeichnungen wie z. B. „Entrepreneur des Jahres“, „Franchisegeber des Jahres“, den „Goldenen Zuckerhut“, „Pet Retailer of the Year“, den „Global PETS Award“ und den „Deutschen Handelspreis“.



Burkhard Treude

Burkhard Treude Unternehmensberatung M.A., Dortmund | www.b-treude.de

Burkhard Treude M.A. ist studierter Kommunikationswissenschaftler und arbeitet seit über 25 Jahren als Verkaufspsychologe. Kürzlich erschien sein Buch „Hochwertige Mode erfolgreich verkaufen.“ (ITE Köln 2012). Im Auftrag von Premium- und Luxus-Herstellern wie Koga Miyata Zweiräder, Lancôme Kosmetik, Poggenpohl Küchen oder Rosenthal Porzellan etc.... gibt Treude Seminare für Vertriebs-Teams und Facheinzelhandel.



Harald Weyergans

result21 retail consult, Köln | www.weyergans-r21.de

Dipl.-Kfm. Harald Weyergans studierte BWL an der Universität Köln; über 10 Jahre war er Branchenfachberater der BBE-Köln; seit 1988 selbstständig als Unternehmensberater und 2004 Gründungspartner der result 21 retail consult, Köln; freier Dozent für Management, KFH Aachen, und seit 2007 freier Dozent an der LDT, Nagold; Schwerpunkte in Strategieberatung, Teamentwicklung, Coaching für Textil, Schuhe, Lederwaren.



Bettina Willmann

IFH Köln | www.ifhkoeln.de

Bettina Willmann ist seit April 2011 beim IfH Institut für Handelsforschung GmbH (IFH Köln) Leiterin des Bereiches Forschung & Konzepte; Ihr Bereich fokussiert auf Fragestellungen des stationären Handels; verantwortlich für die Themen Nachhaltigkeit, Personal und Arbeitgeberimage; Studium der Psychologie und Marketing an der RWTH Aachen und der University of Cardiff; war Projektmanagerin bei YouGovPsychonomics AG in quantitativer Marktforschung, dort verantwortlich für den Bereich Handel- und Konsumforschung.



– KÖLNER ZUKUNFTSFORUM –

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

FORUMSGEBÜHR / ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr für das Forum beträgt pro Person 780,- Euro plus MwSt. Der **Frühbucherrabatt beträgt 120,- € bei Anmeldung bis zum → 3. Dezember 2012.** .

Melden sich zum Forum mehr als eine Person aus dem gleichen Unternehmen an, so bieten wir für jede(n) dieser weiteren Teilnehmer(innen) einen **Nachlass von 100,- Euro**, unabhängig von einem eventuellen Frühbucherrabatt.

In der Teilnahmegebühr sind Vortragsunterlagen/Charts, Begrüßungskaffee, alkoholfreie Tagungsgetränke, Kaffeepausen sowie das Mittagessen enthalten.

Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Bestätigung, später dann die Rechnung für die Teilnehmergebühr. Diese ist **vor der Tagung** auf das in der Rechnung genannte Konto zu begleichen.

RÜCKTRITT / VERTRETUNG

Bei Absagen nach dem 01. Januar 2013 oder auch bei Nicht-Erscheinen ist die gesamte Tagungsgebühr fällig. Eine **Vertretung angemeldeter Teilnehmer** durch andere Personen ist möglich, wir bitten jedoch um frühestmögliche Änderungsanzeige.

Die Veranstalter behalten sich Referenten- und/oder Themenänderungen sowie auch eine Absage der Veranstaltung aus wichtigem Anlass vor.

VERANSTALTUNGSORT

Hotel HILTON Cologne

Marzellenstr. 13 – 17

50668 Köln

Telefon: (02 21) 1 30 71- 0

Telefax: (02 21) 1 30 72 - 0

E-Mail: cologne@hilton.com

Zimmerkontingente sind unter dem ► **Code „Kölner Handelsforum“** für Sie ab **1. Dezember 2012** zu Sonderkonditionen reserviert.

► **Vergessen Sie nicht die Angabe des Codes bei Ihrer Reservierung!**

WEGBESCHREIBUNG

300 m vom Hauptbahnhof (Dom-Seite), rechts am Quergebäude vorbei, 2. Straße rechts; eigene Tiefgarage.



XVI. KÖLNER TREND- UND HANDELSFORUM

- KÖLNER ZUKUNFTSFORUM -

ULRICH EGGERT CONSULTING.Köln

Ulrich Eggert
An der Ronne 238
50859 Köln

➤ **Telefax:** 02234 9 48 95 33
➤ **Telefon:** 02234 94 39 37
E-Mail: mail@ulricheggert.de
Internet: www.ulricheggert.de

ANMELDUNG

Ja, ich melde mich für 780,- € plus MwSt. verbindlich zum

16. KÖLNER TREND- UND HANDELSFORUM - KÖLNER ZUKUNFTSFORUM **- Trends und Strategien für Handel & Vertrieb -**

am **Dienstag, den 5. Februar 2013 im HILTON-Hotel in Köln an.**

Vor- und Zuname: _____

Firma: _____

Abteilung/Stellung: _____

Straße: _____

PLZ + Ort: _____

Telefon / Telefax: _____

E-Mail: _____

Ich nutze den **Frühbucherrabatt** und spare **120,- € pro Person** bei **Anmeldung bis zum 3. Dezember 2012.**

Ich melde verbindlich ____ **weitere Person(en)** aus unserem Unternehmen an. Jeder dieser zusätzlichen Teilnehmer erhält einen **Nachlass von 100,- €**, unabhängig von einem eventuellen Frühbucherrabatt. Das sind die Personen:

1

3

2

4

Ich habe die Anmeldeinformationen in diesem Prospekt zur Kenntnis genommen.

Kennung:

--	--	--

Datum

Unterschrift