

II.  
**STRATEGIEFORUM  
HANDEL  
– 7. JUNI 2011 –**

**Mit neuen Ideen und Konzepten  
zu ertragreichen Strategien  
in Handel und Vertrieb**



Ulrich Eggert



Prof. Dr. Andreas Kaapke

**Dienstag, 7. Juni 2011**

Eine Veranstaltung von

**Ulrich Eggert**

Ulrich Eggert Consulting, Köln

Zusammen mit:

**Prof. Dr. Andreas Kaapke**

Duale Hochschule Stuttgart

Sehr geehrte Damen und Herren,

in 2010 habe ich (Linksunterzeichner) Ihnen als damals alleiniger Referent erstmals das *STRATEGIEFORUM HANDEL* angeboten anstelle des bis dato vertrauten *KÖLNER ZUKUNFTSFORUMS*.

Für das neue Forum in 2011 erhalte ich tatkräftige Verstärkung durch Herrn **Prof. Dr. Andreas Kaapke**, Duale Hochschule Stuttgart, den ehemaligen Geschäftsführer des IfH - Institut für Handelsforschung in Köln und ausgesuchten Kenner der Handels- und Vertriebszene in Deutschland. So laden wir Sie denn nun gemeinsam ein zum

## 2. STRATEGIEFORUM HANDEL 2011

am Dienstag, den 7. Juni 2011

In einer kompakten Tages-Veranstaltung stellen wir für Sie insbesondere die

- strategischen Handlungsalternativen in den Vordergrund
  - auf der Basis eher kurz gehaltener Analysen
- und präsentieren Ihnen mit einer Fülle von Materialien als **Referenten und Moderatoren im Wechsel** Antworten auf die Fragen:

- Was erwartet der **Konsument** in den nächsten Jahren, wie kann der Handel ihn enger an sich binden? - Wie schafft es der Handel, aus zufriedenen **begeisterte Kunden** und aus begeisterten Kunden auch wirklich **profitable Kunden** zu machen?
- Welche **Formate und Strategien** stehen in den nächsten Jahre im Vordergrund?
- Was bringt die **Vertikalisierung** von Industrie und Handel?
- Welche **Sonderformen des Vertriebs** und Handels dringen weiter vor?
- Welche Bedeutung gewinnt das Thema **Marke** – Markenartikel, Handelsmarken, der Handel *selbst* als Marke, Markenkooperationen, Virtualisierung?
- Welche Ansatzpunkte bietet das Thema „**Personal**“ für die nächsten Jahre?

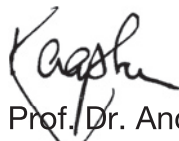
Das neue Konzept mit Wechsel-Moderation ermöglicht es uns, verstärkt mit Ihnen **offen zu diskutieren** und nicht nur zu referieren! - Wir versprechen Ihnen auf der Basis von zusammen über 50-jähriger Erfahrung für und mit dem Handel einen mehr als interessanten Tag. Alle über 350 Charts stehen Ihnen nach der Tagung kostenlos und vollständig zur Verfügung!

- Der Veranstaltungsort, ein Kölner Hotel der gehobenen Kategorie, wird erst im Frühjahr festgelegt, Sie werden spätestens 6 Wochen vor der Tagung darüber informiert.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch und heißen Sie in Köln herzlich willkommen!  
Für heute verbleiben wir mit den besten Grüßen aus Köln und Stuttgart



Ulrich Eggert  
Ulrich Eggert Consulting, Köln



Prof. Dr. Andreas Kaapke  
Duale Hochschule Stuttgart

- Beachten Sie im Coupon die **gestaffelten Subskriptionsfristen**!
- Es werden über. **350 Charts** während der Veranstaltung eingesetzt, die allen Teilnehmern im Anschluss an die Veranstaltung kostenlos elektronisch zur Verfügung gestellt werden.

# PROGRAMM

(Änderungen vorbehalten)

Die Moderation erfolgt im gegenseitigen Wechsel der beiden Referenten.

ab **10.00 Uhr:**

Einlass und Begrüßungsgetränke

**11.00 Uhr:**

Ulrich Eggert

## HANDESENTWICKLUNGEN, TRENDS UND STRATEGIEN

- Konsum-Entwicklungen/Nachfrage-trends/Verschiebungen in den Märkten
- Wettbewerbsentwicklungen
- Betriebsformen: Gewinner und Verlierer
- Formatentwicklungen / Neue Formate
- Wesentliche strategische Ansätze
- E-Commerce und Multi-Channeling
- Handelskonsolidierung durch Nachfragekonsolidierung?

1

**11.45 Uhr:**

Andreas Kaapke

## KÜNFTIGE FORMEN DER KUNDENORIENTIERUNG UND -BINDUNG

- Social Marketing
- Chancen und Grenzen des Empfehlungsmarketing
- Der multioptionale Kunde. – von der Notwendigkeit der Verkaufspsychologie im Handel
- Neue Beispiele von Kundenmaßnahmen und ihre ökonomische und emotionale Wirkung
- Kundenprofitabilität – ein schwieriges aber notwendiges Thema

2

**12.30 Uhr:**

**MITTAGSPAUSE** – für Ihr leibliches Wohl ist gesorgt

**13.30 Uhr:**

Ulrich Eggert

## VERTIKALISIERUNG UND SYSTEMBILDUNG

- Von Kooperation zur Systembildung
- Vorwärts- und Rückwärtsvertikalisierung; Wege in die Vertikalisierung;
- Kaskade der Intensitäten und die Nähe zum Direktvertrieb
- Flächenpartnerschaften und andere Vertikalisierung(s-Formen)
- Monolabel-Stores: Macht durch Homogenität, Marke und Systembildung
- Corporate Brand: der Vertriebskanal als Marke
- Vertikale Vertriebsinitiativen

3

**14.15 Uhr:**

Andreas Kaapke

## SONDERFORMEN DES VERTRIEBS UND HANDELS

- Von der Einkaufs- zur Verkaufs-Kooperation
- Handelsstandorte an Bahnhöfen und Flughäfen
- Das „Urige kehrt zurück“ – Wochenmärkte, Markthallen, ambulanter Handel
- Trödelmärkte, Weihnachtsmärkte & Co.
- Kaffeefahrten und Home-Partys – holt uns die demografische Entwicklung ein?
- Not macht erfinderisch – Erfindung tut Not! Nutzungskopplungen – Schuhe und Schokolade – Wein und Fahrschule

4

**15.00 Uhr:**

**KAFFEPAUSE**

**15.30 Uhr:**

Ulrich Eggert

## NICHTS GEHT OHNE MARKE!

- Weshalb „MARKE“? – Der „Machtfaktor“
- Marken-Funktionen/-Architekturen/-Management
- Premium-, Luxus- und „Mitte“- Marken
- Aufbau einer Corporate Brand/ Retail Brand
- Das Zusammenspiel von Marke, Handelsmarke und Retail Brand
- Kein System ohne Marke
- Marken- und Marketing-Kooperation: Möglichkeiten/Risiken; wie?

5

**16.15 Uhr:**

Andreas Kaapke

## PERSONALFÜHRUNG!

- Der Mitarbeiter als Erfolgsfaktor Nummer eins
- Was heißt heute eigentlich vom Fach sein?
- Personal und demografische Entwicklung (Wiedereingliederung von Müttern ins Verkaufsteam, Health Management für das Verkaufspersonal usw.)
- Und täglich grüßt das Murmeltier – Motivation der Mitarbeiter
- Teambuilding im Handel
- Der Unternehmer als Vorbild

6

**ca. 17.00/17.15 Uhr: ABSCHLUSS UND ENDE DER VERANSTALTUNG**

**Änderungen des Programms** in Einzelfällen vorbehalten. Bei mangelnder Teilnahme behält sich der Veranstalter das Recht auf Absage vor. In der Teilnahmegebühr – vgl. Coupon – sind Vortragsunterlagen, alkoholfreie Tagungsgetränke, das **Mittagessen** sowie Kaffeepause und Begrüßungsgetränke zum Beginn der Veranstaltung enthalten.

Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine **Bestätigung und Rechnung**. Einlass zum Forum wird nur gewährt, wenn Ihre **Zahlung vor Beginn der Veranstaltung** auf dem Ihnen in der Rechnung genannten Konto eingegangen ist.

Bei Absagen nach dem 15. Mai 2009 oder auch bei Nicht-Erscheinen ist die gesamte Tagungsgebühr fällig. Eine **Vertretung angemeldeter Teilnehmer** durch andere Personen ist jederzeit möglich, wir bitten jedoch um frühestmögliche Änderungsanzeige.

# ANMELDECoupon

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

## 2. STRATEGIEFORUM HANDEL 2011

Ja, ich melde mich für 585,- € plus MwSt. verbindlich zum **2. STRATEGIEFORUM HANDEL** (Veranstalter Ulrich Eggert Consulting, Köln, zusammen mit Prof. Dr. Andreas Kaapke) am **Dienstag, den 7. Juni 2011** in Köln an.

Vor- und Zuname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Abteilung/Stellung: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ + Ort: \_\_\_\_\_

Telefon / Telefax: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Ich nutze den **Frühbucherrabatt Stufe I** und **spare 185,- € pro Person** bei Anmeldung bis zum **20. Februar 2011**.

Ich nutze den **Frühbucherrabatt Stufe II** und **spare 90,- € pro Person** bei Anmeldung zwischen dem **21. Februar 2011** und **18. April 2011**.

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:

Vor- und Zuname: \_\_\_\_\_

Vor- und Zuname: \_\_\_\_\_

Ich habe die Anmeldeinformationen in diesem Prospekt zur Kenntnis genommen.

Datum

Unterschrift (eine für alle Teilnehmer)

Der Veranstalter behält sich Referenten- und/oder Themen- bzw. Inhaltsänderungen, auch eine Absage der Veranstaltung, aus gegebenem Anlass vor.