21. und 22. November 2012 · Maritim Hotel Berlin

Der Top-Jahreskongress für den deutschen Einzelhandel und seine Partner!

Erweitertes Programm

deutscher handelskongress 12

& Kongressmesse Retail World 2012

Die neue Handelswelt

stationär – digital – grenzenlos

Moderation

Dunja Hayali
ZDF

Handel & Politik im Dialog

Josef Sanktjohanser
Präsident
Handelsverband Deutschland – HDE

Dr. Wolfgang Schäuble
Bundesminister der Finanzen (CDU)

Dr. Ursula von der Leyen
Bundesministerin für Arbeit und Soziales (CDU)

Peer Steinbrück
Mitglied des deutschen Bundestages (SPD)

Führende Köpfe, neue Strategien, innovative Konzepte
Es referieren und diskutieren u. a.

Karl-Erivan W. Haub
Geschäftsführender & pers. haftender Gesellschafter, Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG

Dr. Frank Appel
Vorstandsvorsitzender, Deutsche Post DHL

Alexander Birken
Vorstand Multichannel mit Schwerpunkt Distanzhandel, Otto Group

Lovro Mandac
Vorsitzender der Geschäftsführung, GALERIA Kaufhof GmbH; HDE-Vizepräsident

Prof. Dr. Lars P. Feld
Mitglied des Sachverständigenrats für Wirtschaft; Leiter, Walter Eucken Institut, Universität Freiburg

Gerhard L. Dunstheimer
Deputy CEO, ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG

Carel Halff
Vorsitzender der Geschäftsführung, Verlagsgruppe Weltbild GmbH

Kai-Uwe Weitz
Mitglied der Geschäftsführung/CHRO, Karstadt Warenhaus GmbH

Dr. Axel Rebien
CFO, Tom Tailor Holding AG

Pirjo Väliaho
Vice President & General Manager, Procter & Gamble DACH

Klaus Jost
Präsident Board of Management, IIC-INTERSPORT International Corporation

Michael Mette
Stellv. Geschäftsführer, IKEA Deutschland GmbH & Co. KG

Jürgen Ahrens
Geschäftsführender Gesellschafter, Hermann Hagemeyer GmbH & Co. KG

Dr. Jörg Ehmer
Sprecher des Vorstands, ElectronicPartner Handel SE

Dr. Matthias Händle
CEO, Hamm Reno Group

Beate Rank
Geschäftsführerin, Rakuten Deutschland GmbH

Rowan Barnett
Market Director Germany, Twitter

Top-Sponsoren

Deutschland Card

Deutsche Post EINKAUFAKTUELL

pwc

WESTERN UNION moving money for better

Eine gemeinsame Veranstaltung von

HDE Handelsverband Deutschland

management forum Verlagsgruppe Handelsblatt

Der Handel Alles fürs Leben

www.handelskongress.de

Herzlich willkommen zum Deutschen Handelskongress 2012

Sehr geehrte Damen und Herren,

im schwierigen europäischen Umfeld ist der private Konsum nach wie vor eine wichtige Stütze für die deutsche Wirtschaft, auch wenn die Kauflust der Deutschen im Vergleich zum Jahresbeginn aktuell etwas verhaltener ausfällt. Den jüngsten Ergebnissen des Konjunkturbarometers HandelsKix zufolge, erwarten mehr als 40% der befragten Handelsunternehmen für die kommenden drei Monate aber schon wieder eine Verbesserung der gegenwärtigen Geschäftslage.

Überdies sind Experten davon überzeugt, dass der traditionelle Einzelhandel auch zukünftig die wichtigste Anlaufstelle für Information und Kaufabschluss bleibt. Die Vernetzung von online und stationärem Handel nimmt dennoch in beide Richtungen weiter zu.

Oberstes Gebot in der Handelswelt bleibt es, schnell auf aktuelle gesellschaftliche Trends zu reagieren. Themen wie die zunehmende Digitalisierung, die fortschreitende Globalisierung, der demographische Wandel und die Verknappung der Ressourcen bestimmen gegenwärtig unsere Lebensrealität. Hierin liegen vielfältige Herausforderungen, aber auch Potenziale für den Einzelhandel. Nachhaltige Strategien, neue Technologien, clevere Kooperationen, frische Denkansätze und innovative Konzepte sind jetzt gefragt!

Unter dem Motto

Die neue Handelswelt

stationär – digital – grenzenlos

werden über 80 hochkarätige Referenten und 1.200 Top-Entscheider aus Handel und Konsumgüterindustrie darüber diskutieren, wie der Einzelhandel und seine Partner sich zukünftig positionieren müssen, um die aktuellen Herausforderungen des Marktes optimal und erfolgreich in ihren Geschäftsmodellen umzusetzen.

Besonders spannend ist – mit Blick auf die Bundestagswahl 2013 – in diesem Jahr der Dialog zwischen Handel und Politik, den HDE-Präsident Josef Sanktjohanser, Bundesfinanzminister Dr. Wolfgang Schäuble, Bundesarbeitsministerin Dr. Ursula von der Leyen und Bundestagsmitglied Peer Steinbrück führen werden.

Wir freuen uns darauf, Sie am **21. und 22. November 2012** auf Deutschlands Top-Jahreskongress für den Einzelhandel und seine Partner zu begrüßen.

Ihr Kongressbeirat

Der Beirat des Deutschen Handelskongresses

Josef Sanktjohanser
Gesellschafter
PETZ REWE GmbH;
HDE-Präsident

Markus Mosa
Vorstandsvorsitzender
EDEKA AG;
HDE-Vizepräsident

Dr. Timm Homann
Konzern-Vorstand Retail
Otto Group;
HDE-Vizepräsident

Roland Neuwald
Vorsitzender der
Geschäftsführung
real,- SB-Warenhaus GmbH;
HDE-Vizepräsident

Lovro Mandac
Vorsitzender der
Geschäftsführung
GALERIA Kaufhof GmbH;
HDE-Vizepräsident

Robert Andreas Hesse
Inhaber
Möbel Hesse;
HDE-Vizepräsident

Steffen Jost
Inhaber
Jakob Jost GmbH;
Präsident Bundesverband
des Deutschen
Textileinzelhandels;
HDE-Vizepräsident

Ernst Läuger
Geschäftsführender Gesellschafter
Benno Marstaller KG;
Präsident Handelsverband Bayern;
HDE-Vizepräsident

Friedrich G. Conzen
Inhaber
F.G. Conzen GmbH;
Präsident Handelsverband
Nordrhein-Westfalen;
HDE-Vizepräsident

Horst Lenk
Inhaber
Mode Lenk GmbH;
Präsident Handelsverband
Baden-Württemberg;
HDE-Vizepräsident

Dr. Daniel Terberger
Vorstandsvorsitzender
KATAG AG;
HDE-Vizepräsident

Friedhelm Dornseifer
Geschäftsführender Gesellschafter
Unternehmensgruppe
Friedhelm Dornseifer;
Präsident Bundesverband des
Deutschen Lebensmittelhandels;
HDE-Vizepräsident

Das sagen unsere Teilnehmer über den „Deutschen Handelskongress“:

- ***„… sehr gute Präsentationen, breite Themenauswahl, würdige Preisträger, gute Politikeinbindung, wertvoller Austausch mit Kollegen.“*** Michael Mette, Stellv. Geschäftsführer, IKEA Deutschland
- ***„… interessante und hochrangige Gesprächspartner aus Handel und Verbänden, ein wichtiger Ausblick auf das kommende Geschäftsjahr…“*** Nikolaus Thätner, Project Director Development, ECE Projektmanagement
- ***„Hohes Niveau, starke Lobby!“*** Alexander Gedat, CSO, Marc O‘Polo AG
- ***„Das Treffen der Branche.“*** Dr. Stefan Dahlem, Mitglied der Geschäftsleitung, ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft
- ***„Der Handelskongress war ein inspirierender Ort voller spannender Begegnungen und Gespräche und hat gezeigt, wie viel Innovationspotenzial im Handel steckt.“*** Prof. Tim Bruysten, Geschäftsführer, richtwert Gesellschaft für Kommunikationskultur

Treffen Sie über 1.200 Spitzenvertreter

unter ihnen Vorstände, Geschäftsführer und Entscheider aus Handel und Konsumgüterindustrie!

Auszug aus der Teilnehmerliste 2011:
METRO, OTTO, REWE, DOUGLAS, real,-, GALERIA Kaufhof, EDEKA, IKEA, C&A, Tengelmann, Gerry Weber, dm-drogerie markt, Media Markt, HORNBACH, Karstadt, Görtz, Tchibo, Möbel Höffner, KiK, Marc O´Polo, Galeries Lafayette, NIKE, s.Oliver, Starbucks, Fressnapf, Globetrotter, BUTLERS, tegut, brands4friends, Staples, Netto, basic, Conrad Electronic, WMF, Coop, HEMA, MARKANT, ROLLER, Gries Deco Company, famila, Möbel Kraft, SportScheck, HUSSEL, QUICK SCHUH, Globus, Takko, INTERSPORT, HIT, Kölle Zoo, NANU-NANA, Migros, POCO, DocMorris, Telekom Shop, SuperBioMarkt, Ferrero, Robert Bosch, Nestlé, Kraft Foods, Henkel, LEIFHEIT, Dr. August Oetker, STABILO, Campbell‘s, KATAG, Colgate-Palmolive, Diageo, Lindt & Sprüngli, Mattel, Valensina, Privatbrauerei Erdinger Weissbräu, DANONE, NUR DIE, HARIBO, Mast-Jägermeister, SCHWARTAUER WERKE, Duni, Harry-Brot, Rotkäppchen Sektkellerei, Goodyear Dunlop, SABU, Homann, Teekanne u.v.m.

Kongressmesse

Retail World 12

Parallel zum Deutschen Handelskongress findet die **Retail World 2012** statt.

Hier präsentieren Top-Lieferanten, Dienstleister und Beratungsunternehmen die neuesten Produkte, Services und Strategien für mehr Erfolg am Markt.

Sind Sie Spezialist für …

- **Konzept- & Produktinnovationen**
- **Strategieberatung & Marktforschung**
- **Personalmanagement & Recruiting**
- **Expansions- & Filialmanagement**
- **Multi-Channel-Lösungen**
- **Mobile, Online & Social Media**
- **Marketing & Kommunikation**
- **CRM & Kundenbindung**
- **Store-Design & Ladenbau**
- **IT-Hard- & Software**
- **Sicherheits- & Paymenttechnologien**
- **Logistik, Warenwirtschaft & Category Management**
- **Verpackung & Entsorgung**

… dann gehören auch Sie als Aussteller auf die Retail World 2012!

Hier vermeiden Sie Streuverluste und treffen Top-Entscheider aus Handel und Industrie. Nutzen Sie diese Plattform zur Neukundengewinnung und direkten Pflege Ihrer Geschäftskontakte.

Für weitere Informationen zu Sponsoring und Ausstellung steht Ihnen Frau Marylka Abraham, Sales Manager Ausstellung & Sponsoring, gerne zur Verfügung.

Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 75
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 59 - 47 75
E-Mail: abraham@managementforum.com

Das aktuelle Ausstellerverzeichnis finden Sie unter: **www.handelskongress.de/Retail-World**

1. Kongresstag • 21. November 2012

Top-Themen im Plenum

Moderation
Dunja Hayali, ZDF

9.00 – 9.10 Eröffnung des Deutschen Handelskongresses und Begrüßung der Teilnehmer

Deutscher Einzelhandel 2012/2013 – Status Quo und Entwicklungsperspektiven

9.10 – 9.30

Megatrend Multichannel – Wie die Digitalisierung Gesellschaft und Handel verändert

Josef Sanktjohanser, HDE-Präsident; Gesellschafter, PETZ REWE GmbH

9.30 – 10.00

Die deutsche Wirtschaft vor europäischen Herausforderungen

- Die voraussichtliche Entwicklung in Deutschland und Europa – Aktuelle Ergebnisse aus dem Jahresgutachten des Sachverständigenrats
- Die Krise in der Europäischen Union – Problematik und Lösungsansätze

Prof. Dr. Lars P. Feld, Mitglied des Sachverständigenrats für Wirtschaft; Leiter, Walter Eucken Institut, Universität Freiburg

10.00 – 10.30

Handel(n) der Zukunft – Wertversprechen und Dynamik

Alexander Birken, Vorstand Multichannel mit Schwerpunkt Distanzhandel, Otto Group

10.30 – 11.00 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

Omni-Channel-Retailing – Wie lässt sich der stationäre Handel optimal in die digitale Ökonomie integrieren?

11.00 – 11.30

Multichannel versus Pure Play – Chancen und Risiken im Handel 4.0

Karl-Erivan W. Haub, Geschäftsführender & persönlich haftender Gesellschafter, Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG

11.30 – 12.00

Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung

- Smartphones und Tablets sind mehr als ein Vertriebskanal – Sie revolutionieren die Produkt- und Servicewelt in einer nie dagewesenen Intensität
- Wie muss der Handel sich in dieser digitalen Welt positionieren und was wird aus den traditionellen Handelsformen wie Stationär- und Kataloggeschäft?

Carel Halff, Vorsitzender der Geschäftsführung, Verlagsgruppe Weltbild GmbH

Symbiosen und Synergien in der Zusammenarbeit zwischen dem Handel und seinen Partnern

12.00 – 12.30

Delivering Tomorrow – Blick auf die Zukunft von Handel, Wirtschaft und Gesellschaft – Perspektiven von Deutsche Post DHL

- Die Black-Box „Zukunft" aktiv gestalten
- Logistik als Rückgrat für globalen Handel und Taktgeber für Wachstum
- Zukunftstrend nachhaltige Logistik in Zeiten des Klimawandels und der Ressourcenknappheit

Dr. Frank Appel, Vorstandsvorsitzender, Deutsche Post DHL

12.30 – 13.00 CEO-Round Table

Konsumentenfokus als Leitlinie optimierter Zusammenarbeit zwischen Handel, Herstellern und Dienstleistern

- Entstehen neuer Konsumentenbedürfnisse entlang des Kaufprozesses
- Technologien und Methoden zur Steuerung dieser Prozesse durch Händler und Hersteller unter Einbezug von Dienstleistern

Es diskutieren
Alastair Bruce,[1] Director Retail & Travel, Google Germany GmbH
Markus Lessing,[2] Vorsitzender Geschäftsführer, DeutschlandCard GmbH
Michael Mette,[3] Stellv. Geschäftsführer, IKEA Deutschland GmbH & Co. KG
Pirjo Väliaho,[4] Vice President & General Manager, Procter & Gamble DACH

Moderation
Dr. Peter Breuer,[5] Director, McKinsey & Company, Inc.

1

2

3

4

5

13.00 – 14.30 Lunch- und Kommunikationspause auf der Retail World

14.00 – 17.00 HDE-Delegierten-Versammlung (nicht öffentlich)

14.30 – 16.00 1 Masterclass + 3 parallele Strategieforen

Masterclass

14.30 – 16.00 Werte – Wertschätzung – Kundenwerte

Mit den Experten für wertebasiertes Dialogmarketing wird eine pragmatische Strategie für den Handel erarbeitet, wie dieser auf Basis von Wertesystemen und einer gezielten Wertschätzung für Mitarbeiter und Kunden nachhaltig Kundenwerte erschließen kann. Dabei steht ein starkes 360°-reflektiertes Selbstbild des Unternehmens genauso im Fokus, wie die Umsetzung von Kundeninformationen, Kundenwissen und dem Wissen um Kundenwerte in wertebasierte Dialoge.
Teilnehmerzahl begrenzt, jetzt anmelden! (siehe Faxanmeldung Seite 8)

Sven Bruck, Geschäftsführer, die dialogagenten | Agentur Beratung Service GmbH

3 parallele Strategieforen

1 Zukunftsgerichtetes Personalmanagement im Handel

Vorsitz: Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer, IfH Institut für Handelsforschung GmbH

14.30 – 15.00

Der Handel als attraktiver Arbeitgeber – Strategien zur Imageförderung im Rahmen der Personalpolitik

- Rekrutierung und Bindung engagierter Mitarbeiter wird zunehmend ein erfolgskritischer Wettbewerbsfaktor im Einzelhandel
- Personalpolitische Leitsätze des HDE als Orientierungshilfe im War-for-talents

Kai-Uwe Weitz, Mitglied der Geschäftsführung/CHRO, Karstadt Warenhaus GmbH

15.00 – 15.30

Der Faktor Mensch – Employer Branding als Schlüssel zum Erfolg

- Was will der Nachwuchs?
- Emotionale Wirkungs-Faktoren und die berufliche Orientierung
- Die Unternehmensmarke als Employer-Brand
- Tiefenpsychologische Studien als Basis für die Recruiting-Strategie

Stephan Grünewald, Mitbegründer & Geschäftsführer, rheingold Institut

15.30 – 16.00

Personalmanagement bei KiK – Strukturen und Organisation als nachhaltige Aufgabe für einen dauerhaften Erfolg

- Vielfältige Teilzeitmodelle bei KiK
- Ausbildung in Teilzeit
- Rücksicht auf die familiäre Situation der Mitarbeiter bei der Personaleinsatzplanung
- Konsequente Implementierung von Stellvertretungen

Dr. Michael Arretz, Geschäftsführung, KiK Textilien und Non-Food GmbH

2 Multichannel 4.0 – Zunehmender digitaler Wettbewerb revolutioniert den Handel

Vorsitz: Stefan Rasch, Senior Partner & Geschäftsführer, Leiter der Praxisgruppe Consumer & Retail in Deutschland, The Boston Consulting Group GmbH

14.30 – 15.00

Wie Händler auf die nächste Stufe des digitalen Wettbewerbs reagieren können

- Der digitale Wettbewerb durch Multichannel, Pure Player und Market Places wird immer intensiver
- Das veränderte Angebot wandelt den Einkaufsprozess und die Erwartungen an das Einkaufserlebnis
- Etablierte Händler müssen sich neu erfinden um zu überleben und Wettbewerbsvorteile zu erzielen

Markus Hepp, Partner & Geschäftsführer, Leiter des Retail Sektors in Deutschland, The Boston Consulting Group GmbH

15.00 – 15.30

Die Zukunft des Handels – Wie Tablets und Smartphones den Handel revolutionieren

- Einblicke in die zukünftige Entwicklung des Handels und die langfristigen Trends beim Ein- und Verkaufen
- Neue Chancen im Multichannel-Handel – Wie die Grenzen zwischen Online & Offline verschwimmen und welche Rolle Marketplaces dabei spielen
- Mobile-Commerce am Beispiel des weltweiten Online-Marktplatzes eBay

Martin Tschopp, Geschäftsführer, eBay GmbH

15.30 – 16.00

Vertriebskanal Marktplatz – Segen oder Fluch für Marken und Fachhändler?

- Was die fortschreitende Dominanz großer Marktplätze für Hersteller und Fachhändler bedeutet
- Warum wir Alternativen zu Amazon brauchen
- Best-Practice Rakuten – Beispiele erfolgreicher Integrationen aus Japan und Deutschland

Beate Rank, Geschäftsführerin, Rakuten Deutschland GmbH

3 Handel, Industrie, Dienstleister – Clevere Partnerschaften bieten Kunden Mehrwert

Vorsitz: Rolf Schuchardt, Vorstand, Secom Gruppe; Handelsexperte

14.30 – 15.00

Welchen Nutzen bieten Prepaid-Karten dem Einzelhandel und seinen Kunden?

- Prepaid-Karten – Bargeldlose Zahlungsinstrumente im Vormarsch
- Welches Erfolgskonzept steckt hinter diesem Zahlungsmittel und an welche Kundengruppen richtet es sich?
- Wie können Prepaid-Karten gewinnbringend am Vertriebsstandort eingesetzt werden und was sind die Vorteile gegenüber Bargeld, EC- oder Kreditkarten?

Curt Chadha, Director Business & Product Development, Western Union

15.00 – 15.30

Strong partnerships for a stronger performance – vente-privee.com offers new business solutions for cross channeling

- How vente-privee.com offers Multichannel-Solutions for brands
- vente-privee.com is generating traffic at the brands' point of sale
- Special couponing solution for brands and their retail network tailor-made by vente-privee.com

Alain Moreaux, Country Sales Manager Northern Europe, vente-privee.com (Vortrag in englischer Sprache)

15.30 – 16.00

Den Kunden kennen – Optimaler E-Commerce und wirkungsvolles Multichannel-Marketing durch Multipartner-Bonusprogramme

- Wie kann der stationäre Handel den Herausforderungen des Online-Geschäfts wirkungsvoll begegnen?

Markus Lessing, Vorsitzender Geschäftsführer, DeutschlandCard GmbH

1. Kongresstag • 21. November 2012

16.00 – 16.45 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

3 parallele Strategieforen

4 Werttreiber Nachhaltigkeit – Verantwortungsvolles Wirtschaften als Leitmotiv

Vorsitz: Dr. Michael Lendle, Geschäftsführer, Institut für Nachhaltiges Management (ifnm)

16.45 – 17.15

Die Bilanz für ein gutes Klima – Vom Leuchtturmprojekt zum integrierten Konzept: Idee, Wandel, Zukunft

- Die CO_2-Bilanz als nachprüfbare Basis
- Sichtbarmachung von Möglichkeiten am Beispiel des 1. Klimamarktes
- Strategien für ein nachhaltiges Klimakonzept

Werner Kalter, Geschäftsführer, Tengelmann Energie GmbH

17.15 – 17.45

Hochwertige Verpackungen aus recyceltem Kunststoff – Nachhaltige Rohstoffsicherheit

- Daten und Fakten zum Kunststoffrecycling
- ALBA Group Up-Cycling-Philosophie – Was machen wir anders als andere?
- Case study – Nachhaltige Konzepte gemeinsam mit dem Handel

Dr. Manica Ulcnik-Krumb, Technical Development, interseroh recycled–resource

17.45 – 18.15 Neu im Programm

Braucht der Handel gesetzliche Vorgaben oder können globale CO_2-Ziele auch auf freiwilliger Basis erreicht werden? Jetzt die CO_2-Verringerungspotenziale in der Supply Chain heben – Die CPI_2-Initiative

- Notwendigkeit und Möglichkeiten zum Erreichen eigener Nachhaltigkeitsziele durch Einbindung der Supply Chain
- Synergien und Chancen durch Kooperation zwischen Unternehmen
- Anbieten gezielter Unterstützung im Optimierungsprozess bei Supply Chain Partnern
- Effektive CO_2-Reduktion mit Potenzial – Erfolge und Vision der CPI_2-Initiative

Dr. Matthias Händle, CEO, Hamm Reno Group

5 Der Kunde wird König – Wie Unternehmen ihre Strategien für den digitalen Konsumenten verändern müssen

Vorsitz: Gerd Bovensiepen, Partner und Retail & Consumer Leader Germany and Europe, PwC

16.45 – 16.55

Wie gut kennen Sie Ihre Kunden? – Die neue Macht des digitalen Konsumenten

- Erkenntnisse aus einer aktuellen PwC-Studie zu Erwartungen und Einkaufsverhalten

Gerd Bovensiepen, Partner und Retail & Consumer Leader Germany and Europe, PwC

16.55 – 17.15

Cross-Channel und CRM über alle Kanäle hinweg – Der Kunde im Zentrum

- Cross Channel-Strategie
- CRM-Strategie
- 3C-Strategie – Commerce/Community/Content

Torsten Toeller, Gründer & Vorsitzender der Geschäftsführung, Fressnapf Tiernahrungs GmbH

17.15 – 17.35

Digitaler Konsument im fast fashion retailing – Balance behalten

Dr. Axel Rebien, CFO, Tom Tailor Holding AG

17.35 – 17.55

One size fits all – Oder jedem Tierchen sein Pläsierchen?

- Alles online? Was bedeutet Multichannel für unterschiedliche Geschäftsmodelle im Handel?
- Es gibt keine „eierlegende Wollmilchsau" für alle Warenbereiche und Handelsformen
- Jeder muss sich auf den digitalen Kunden entsprechend seiner Leistungsfähigkeit einstellen

Dr. Jörg Ehmer, Sprecher des Vorstands, ElectronicPartner Handel SE

17.55 – 18.15 Round Table

Kundenbindung im Zeitalter der Digitalisierung

- Was erwartet der digitale Konsument vom Handel?
- Welche Bindung will der Kunde?
- Welche Bedeutung haben Kundendaten?
- Warum brauchen wir (noch) Geschäfte?

Es diskutieren

Dr. Jörg Ehmer, Sprecher des Vorstands, ElectronicPartner Handel SE
Dr. Axel Rebien, CFO, Tom Tailor Holding AG
Torsten Toeller, Gründer & Vorsitzender der Geschäftsführung, Fressnapf Tiernahrungs GmbH

Moderation

Gerd Bovensiepen, Partner und Retail & Consumer Leader Germany and Europe, PwC

6 Creating retail destinations for the Future – Erlebnis-Shopping international

Vorsitz: Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG

16.45 – 17.15

An Example of Development and Growth of the Retail Concept from 2010 to 2020

- Adjustment to the new environment – How to face changes and take advantage of the opportunities offered to Boutiques in the INTERNET and LOW-COST era?
- Globalisation and internationalization – Valorisation of the commercial plan worldwide
- Development – Innovative proposals to carry out a boutique project in partnership
- Communication – New ways of low-cost communication
- Stock management policies – The turnover of BASIC products and the role played by FLASH products

Roberto Di Giorgio, CEO, Campo Marzio Design (Vortrag in englischer Sprache)

17.15 – 17.45

The new Retail Culture – Experiences Exchanges …

- Designing with a new place-making approach creating Experience Exchanges
- The new challenge for retail destinations – Becoming fluid and timeless space
- Jerde Project examples – D-Cube City in Seoul; Santa Monica Place in California; RiverWalk Kitakyshu in Japan; Shenzhen Melody Gardens in China

Marc Blum, Vice President & Regional Director, The Jerde Partnership, Inc.

17.45 – 18.15

Future of Retail Development

- How do physical retailers compete against online retailers?
- How do urban developments compete against out of town shopping centres?
- How will independent retailers survive against major high street operators?
- What is the future of Pop Up retail?

Roger Wade, Director, Boxpark (Vortrag in englischer Sprache)

18.15 Sektempfang & Get-Together auf der Retail World

18.30 – 19.00 • 19.00 – 19.30
Business Speed Dating – Networking pur!

Nutzen Sie im Anschluss an einen ereignisreichen ersten Kongresstag im Rahmen des geselligen Get-Togethers die Möglichkeit, innerhalb kurzer Zeit zahlreiche andere Kongressteilnehmer kennenzulernen. Generieren Sie in nur 30 Minuten zehn neue Businesskontakte, Networking pur sozusagen!

Alle Kongressbesucher sind herzlich eingeladen, am Business Speed Dating teilzunehmen. Bitte melden Sie sich zu Kongressbeginn am Check-in des Deutschen Handelskongresses für das Business Speed Dating an. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Es finden zwei Runden statt.

Mit freundlicher Unterstützung von

die dialogagenten
Agentur · Beratung · Service

ab 19.30 Abendprogramm

Deutscher Handelspreis 2012

Zum Auftakt des glanzvollen Abend-Events des Deutschen Handelskongresses begrüßt HDE-Präsident Josef Sanktjohanser Bundesministerin Dr. Ursula von der Leyen. Frau von der Leyen wird die Verleihung eines der wichtigsten Auszeichnungen der Branche, den „Deutschen Handelspreis" mit einer politischen Keynote eröffnen.

Begrüßung

Josef Sanktjohanser
Präsident
Handelsverband Deutschland – HDE

Politische Keynote

Dr. Ursula von der Leyen
Bundesministerin
für Arbeit und Soziales
(CDU)

1. Kongresstag • 21. November 2012

Deutscher Handelspreis 2012

Die Preisträger 2011: Aldi-Gründer Karl Albrecht und posthum Theodor Paul Albrecht, EDEKA, LUMAS

Erleben Sie die Verleihung des **11. Deutschen Handelspreises** im Rahmen eines glanzvollen Gala-Events. Auch 2012 zeichnet der Handelsverband Deutschland (HDE) die Besten seiner Branche in den Kategorien „Mittelstand", „Filialisierter Großbetrieb" und „Lebenswerk" mit dem bekannten Porzellanbären aus. Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr, sucht der Handelsverband Deutschland außerdem auch wieder das **Gesicht des Handels 2012**, das offiziell am Abend der Verleihung des Deutschen Handelspreises gekürt wird. Bewerben kann sich jeder, der im deutschen Einzelhandel tätig ist. Nähere Informationen finden Sie unter: www.alles-fuers-leben.de. Bewerbungsschluss ist der 30. Oktober.

Lassen Sie sich überraschen, wer 2012 die Gewinner der begehrten Auszeichnungen sind ...

Die Jurymitglieder: Dr. Klaus R. Behrenbeck, McKinsey & Company, Inc. · Gerd Bovensiepen, PwC · Jürgen Dax, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V. (BTE) · Stefan Genth, Handelsverband Deutschland (HDE) · Wilhelm Josten, Butlers Josten Handel Franchise GmbH & Co. KG · Michael Mette, IKEA Deutschland GmbH & Co. KG · Patrick Müller-Sarmiento, Roland Berger Strategy Consultants GmbH · Stefanie Pracht, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Rainer Schorcht, Foto Schorcht GmbH · Jürgen Schulte-Laggenbeck, Otto GmbH & Co. KG · Dr. Reinhard Schütte, EDEKA AG · Dr. Peter O. Wüst, BHB - Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e. V.

Durch den Abend führt
Corinna Lampadius
TV Moderatorin und Journalistin

Retailers' Night – Join the Party

... und feiern Sie anschließend gemeinsam mit den Preisträgern, unseren Top-Referenten und den Kongressteilnehmern die **Retailers' Night**. Eine hervorragende Gelegenheit für ungezwungenes Business Networking und spannende Gespräche unter Kollegen.

Eventsponsor der Retailers' Night

Jägermeister

2. Kongresstag • 22. November 2012

Top-Themen im Plenum

Moderation
Dunja Hayali, ZDF

Der Einfluss neuer Medien auf den Konsum

9.00 – 9.30

The influence of new media and Twitter on consumption

- From consumer to brand advocate – How social media is changing the way brands engage with customers
- Join the conversation – Communication with customers isn't just about selling
- Best practices – How Twitter works for retail and consumer brands

Rowan Barnett, Market Director Germany, Twitter

Internationale Expansionsstrategien – Wachstumsmärkte für den deutschen Einzelhandel

9.30 – 10.00

„Sport to the people" – Wie man Kunden für Sport begeistert: Internationale Markenbildung und Expansionsstrategie bei INTERSPORT

Klaus Jost, Präsident Board of Management, IIC-INTERSPORT International Corporation; Vorstand, INTERSPORT Deutschland eG

Handelsformate 2020 – Was wird zukünftig aus den Multi-Label Konzepten?

10.00 – 10.45 CEO-Round Table

Fashionhaus – Warenhaus – Shopping-Center: Wo liegt die Zukunft? Eine spannungsreiche Reise durch die deutsche Einzelhandelslandschaft

Es diskutieren
Jürgen Ahrens,[1] Geschäftsführender Gesellschafter, Hermann Hagemeyer GmbH & Co. KG
Gerhard Dunstheimer,[2] Deputy CEO, ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG
Lovro Mandac,[3] Vorsitzender der Geschäftsführung, GALERIA Kaufhof GmbH; HDE-Vizepräsident

Moderation
Dunja Hayali,[4] ZDF

Handel & Politik im Dialog

10.45 – 11.15

Für eine neue Balance zwischen Markt und Gemeinwohl

Peer Steinbrück
Mitglied des deutschen Bundestages (SPD)

11.15 – 11.45 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

11.45 – 13.15 5 parallele Praxisforen + 1 World Café (siehe nächste Seite)

13.15 – 14.00 Snack- und Kommunikationspause auf der Retail World

Handel & Politik im Dialog

14.00 – 15.00

Konjunkturfaktor Konsum – Europa braucht das Vertrauen der Verbraucher!

Josef Sanktjohanser
Präsident Handelsverband Deutschland – HDE

Wachstum und Konsolidierung in Deutschland und Europa – Ziele und Konzept der Bundesregierung

Dr. Wolfgang Schäuble
Bundesminister der Finanzen (CDU)

15.00 Ende des „Deutschen Handelskongresses 2012" und gemeinsamer Abschlusslunch

2. Kongresstag • 22. November 2012

5 parallele Praxisforen + 1 World Café

1 Erfolgreiche Expansion auf den globalen Handelsmärkten

Vorsitz: Dierk Schneider, Partner, SHSelection Beratungsgesellschaft mbH & Co. KG

11.45 – 12.15

Globalisierung im Einzelhandel – Chancen und Risiken einer internationalen Expansion

- Die Attraktivität von Wachstum außerhalb des Heimatmarktes
- Überlegungen zu Fallstricken, Hürden und Eintrittsbarrieren
- Think global act local – Die Definition der Markteintrittsstrategie

Till Guthmann, Director, Deloitte

12.15 – 12.45 (Vortrag in englischer Sprache)

Considerations for world wide expansion

- When do you know your brand is ready for overseas expansion?
- Routes to market, risk vs. reward, which is the best approach? Own stores, e-commerce, Acquisitions, JV, Franchising, Concessions, Wholesaling or licensing?
- What is the selection criteria when choosing a partner?

Mark Eve, Head of International Partnerships, New Look; Chairman, Global Retail Forum

12.45 – 13.15 (Vortrag in englischer Sprache)

Profitable growth internationally – Easier said than done – Why?

- What does „best practice" mean in today's retail world?
- Where is the migration from Germany and what are the benefits?
- Why do retailers expand across their borders anyway?
- Which are the major markets attracting international expansion? Why are these attractive?

Chris Igwe, Head of Retail France & Senior Director European Retail Leasing EMEA, CBRE

2 360° Kundenorientierung – On- und offline!

Vorsitz: Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Leiter eWeb-Research-Center, Hochschule Niederrhein

11.45 – 12.15

360° Kundenorientierung in einem zukunftsorientierten Multikanal-Umfeld

- Herausforderungen zielgruppenorientierter Kundenbindung in einem dynamischen Marktumfeld
- Aktuelle Erfolgsfaktoren und Managementansätze zur Gestaltung des erforderlichen Veränderungsprozesses
- Ganzheitliche Nutzerzentrierung als strategischer Erfolgsfaktor im E-Commerce

1

2

Dr. Nikolaus Eberhardt,[1] Mitglied der Geschäftsleitung,
PUTZ & PARTNER Unternehmensberatung AG
Dirk Lauber,[2] Bereichsleitung E-Commerce, BAUR Versand (GmbH & Co KG)

12.15 – 12.45

Behavioral Marketing – Durch Verstehen von Verhalten Kunden rentabel binden

- Wie erreiche ich den Konsumenten?
- Steigerung der Wertschöpfung durch Verhaltensprofile
- Intelligentes Up-Selling durch Engagement

Sebastian Hoelzl, Director Marketing Strategy Europe, Silverpop Systems GmbH

12.45 – 13.15

Mehrwert orientierte Promotionplanung und Umsetzung auf Basis von Shopper Insights

- Potenziale aufdecken durch gemeinsames Shopper Understanding
- Ganzheitliche Category Orientierung
- Erfolgsbewertung als Basis für kontinuierliche Category-Optimierung

1

2

Christian Müller,[1] Senior Channel Manager Sales H-Markt,
Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG
Marcel Uphues,[2] Head of Customer Information Management, real,- SB-Warenhaus GmbH

3 Welche stationären Formate bestimmen die Zukunft

Vorsitz: Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsleitung, BBE Handelsberatung GmbH

11.45 – 12.15

Herausforderung Format – Der OC&C Proposition Index 2012: Welche Händler haben aus Kundensicht das beste Leistungsversprechen?

- Wer sind Gewinner und Verlierer?
- Wie beeinflusst das sich verändernde Kundenkaufverhalten die Erfolgsfaktoren des stationären Formates 2020?

Christian Ziegfeld, Partner, OC&C Strategy Consultants GmbH

12.15 – 12.45

Best Practice – Wie sich der mittelständische Handel anpassen muss

- Wo sind die Risiken und Chancen insbesondere für den mittelständischen Handel?
- Wo liegen die großen Herausforderungen für Unternehmen und Kooperationen?
- Welche Betriebstypen sind bevorteilt?

Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsleitung, BBE Handelsberatung GmbH

12.45 – 13.15

Emmas Enkel – Zwischen Nostalgie und Retail Innovation

- Wie innovativ kann Lebensmittelhandel sein?
- Vom Supermarkt zum Showroom

1

2

Benjamin Brüser,[1] Gründer Emmas Enkel, Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH
Sebastian Diehl,[2] Geschäftsführer & Gründer Emmas Enkel,
Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH

4 Logistische Herausforderungen in der neuen Handelswelt – Erfolgsfaktoren der Warenströme

Vorsitz: Stefan Bronzel, Head of Consulting, Pronovit AG

11.45 – 12.15

Verlässliche Filialumsatzprognosen als Grundlage für die Logistiksteuerung

- Vorhersage von Tagesumsätzen unter Einbeziehung externer Faktoren
- Prognose als Grundlage für die Mitarbeitereinsatzplanung
- Historische Daten als Wettbewerbsvorteil für die Zukunft

Rainer Haag, Leitung Logistik/FPO, dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

12.15 – 12.45

Optimiertes Retourenmanagement als Schlüssel für erfolgreiches Cross-Channel-Retailing

- Ganzheitliches Retourenmanagement unter Kosten-/Nutzenaspekten
- Nachhaltige Maßnahmen zur Senkung der Retourenquote
- Effiziente logistische Verwertung der Warenströme aus Retouren und Restanten

Stefan Bronzel, Head of Consulting, Pronovit AG

12.45 – 13.15

Neu im Programm

Mit RFID erfolgreich(e) Mode auf die Fläche bringen

- RFID im DC und in der Store-Logistik
- Effizienzgewinne durch Transparenz und exakte Buchungen
- Metergenau und Grafisch – Die nächste Generation der RFID-Nutzung im Piloteinsatz

Christian von Grone, Gesamtleiter IT & Organisation, Gerry Weber International AG

5 Future Payment – Neue Zahlungstechnologien im Handel

Neu im Programm

Vorsitz: Aline Eckstein, Stellv. Bereichsleiterin, ECC Handel

11.45 – 12.10

NFC payment – Evolution oder Revolution?

- Erfahrungen des NFC payment von 2003 – 2012
- Ist NFC payment der Schlüssel neuer Zahlungsmöglichkeiten?
- NFC kann mehr – Neue Services für den Konsumenten

Benjamin Burghardt, Leitender Projektmanager payment & mobile commerce, METRO SYSTEMS GmbH

12.10 – 12.30

girogo optimiert den gesamten Zahlungsablauf am POS

- Zeitersparnis und Bargeldvermeidung durch kontaktloses Bezahlen
- Chance auf Umsatzsteigerung durch erhöhten Kassendurchsatz
- Praxiserfahrungen eines Händlers aus der girogo-Pilotregion

Wolfgang Adamiok, Direktor Zahlungsverkehr/Kartenstrategie,
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e. V. (DSGV)

12.30 – 12.50

Zwischen Vision und Wirklichkeit – Zahlungsverfahren in der Praxis

- Zahlungsverfahren 2012 – Status quo
- Multi-Channel-Vertrieb – Kundenansprache auf allen Kanälen
- Trends und Entwicklungen – Der Kunde im Fokus

Andreas Duscha, Leiter Online Marketing, CEWE COLOR AG & Co. OHG

12.50 – 13.15

Neue Dimensionen im Multikanal-Handel – Wie der Kunde, mobile Zahlungen, QR & POS den Handel verändern

- Martin Willmann, CEO mStore, berichtet aus der Praxis
- PayPal am Point of Sale & QR Codes
- Kundenwunsch Multikanal-Shopping

1

2

Matthias Setzer,[1] Leiter Geschäftskunden und Innovationen, PayPal Deutschland
Martin Willmann,[2] CEO, mStore M&M:Trading! GmbH, Apple Premium Reseller

World Café „Social Media" interaktiv – vernetzt – praxisnah Ergebnisse erarbeiten

Neu im Programm

Moderation: Florian Grolman, Senior Berater, house of competence Organisationsberatung

11.45 – 14.00*

Social Media – Chancen und Herausforderungen für Handel und Markenartikler

- Welchen Einfluss haben soziale Netzwerke auf den Konsum und somit auf die Unternehmen aus Handel und Markenartikelindustrie wirklich?
- Welche Social-Media-Strategien sind am geeignetsten, wenn es darum geht, die Marke nachhaltig und erfolgreich zu positionieren?
- Was sind die größten Stolpersteine und wie lassen sie sich am besten vermeiden?

Idee
In einer kommunikativen Kaffeehausatmosphäre möchten wir diese und weitere Fragen zum Thema Social Media interaktiv mit Ihnen diskutieren.

Zielsetzung
Ziel ist es, durch die unterschiedlichsten Blickwinkel der Teilnehmer die kollektive Intelligenz der Gruppe für dieses Thema zu nutzen und gemeinsam innovative Einsatzmöglichkeiten von Facebook, Twitter & Co. in der Kundenkommunikation und Vermarktung zu erkennen.

Arbeitsweise
Die Teilnehmer finden sich in kleinen Gruppen an Bistrotischen zusammen, diskutieren gemeinsam aktuelle Fragen und dokumentieren die Antworten auf beschreibbaren Tischdecken. Nach 20 Minuten wechseln die Teilnehmer die Tische und formieren sich nach dem Zufallsprinzip in neuen Gruppenkonstellationen. Einzig der im Vorfeld ernannte „Gastgeber" bleibt am Ursprungstisch sitzen und trägt die erarbeiteten Ergebnisse der Vorrunde seinen neuen Tischgästen vor. In insgesamt drei Durchgängen „befruchten" sich die Teilnehmer so gegenseitig mit neuen Ideen und Ansichten. Die erarbeiten Resultate werden in einer Ergebnisgalerie ausgestellt und nach einer Priorisierung durch die Teilnehmer abschließend noch einmal in großer Runde mit namhaften Branchenexperten diskutiert.
Teilnehmerzahl begrenzt, jetzt anmelden! (siehe Faxanmeldung Seite 8)

* Während des World Café's werden Snacks und Getränke im Raum angeboten.

Wir danken unseren Top-Sponsoren, ...

Die DeutschlandCard GmbH bietet mit seinem Multipartner-Bonusprogramm Unternehmen ein effektives Multichannel-Instrument zur Kundengewinnung und Kundenbindung. Mit der DeutschlandCard sammeln mehr als elf Millionen Teilnehmer online und offline bei den Partnerunternehmen Bonuspunkte, die später gegen Prämien eingetauscht oder mit den Einkäufen verrechnet werden können. Über die Vielzahl der Partner werden Einkäufe häufiger belohnt und das Erfolgserlebnis – ein volles Punktekonto – stellt sich schnell ein. Dies ist nicht nur wichtig für die rasche Vertiefung der Kundenbeziehung, sondern auch ein entscheidender Vorteil bei der Neukundengewinnung. Partnerunternehmen der DeutschlandCard verzeichnen eine erhöhte Einkaufsfrequenz und eine messbare Umsatzsteigerung – zurückzuführen auf zufriedene Kunden und die Zugkraft eines etablierten, nationalen Programms.

Als Marktführer im Direktmarketing bietet Ihnen die Deutsche Post ein auf die Bedürfnisse des Handels abgestimmtes Leistungsspektrum. EINKAUFAKTUELL kombiniert regionale Haushaltswerbung mit nützlichen Informationen für den Verbraucher. EINKAUFAKTUELL erreicht deutschlandweit in den größten Ballungsräumen bis zu 18,5 Mio. Haushalte*. Das innovative Medium vereint Werbeanzeigen und Beilagen. Auf www.einkaufaktuell.de werden die Inhalte des Printmediums digital verlängert. Zusätzlich können lokale Angebote und Veranstaltungen sowie Coupons und Prospekte online platziert werden.

Die Branchenspezialisten des Competence Centers Retail & Consumer von PricewaterhouseCoopers erbringen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Unternehmensberatung für nationale und internationale Handels- und Konsumgüterunternehmen. Mit Teams in über 50 Ländern unterstützen wir Sie insbesondere bei der Erschließung neuer Vertriebskanäle, dem Multi-Channel Management, der Einführung digitaler Bezahlsysteme, dem Einsatz von Social Media, der Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, der Optimierung Ihrer Geschäftsprozesse, der Implementierung von Compliance-Programmen, der Planung von direkten und indirekten Steuern und natürlich bei der Jahresabschlussprüfung.
www.pwc.de/retail-consumer

Die Western Union Company (NYSE: WU) ist ein führender Anbieter von weltweitem Geldtransfer. Gemeinsam mit Vigo, Orlandi Valuta, Pago Fácil und Western Union Business Solutions bietet Western Union die Möglichkeit, Geld rund um den Globus zu transferieren. Das Unternehmen verfügt gemeinsam mit Orlandi Valuta, Vigo und Pago Fácil über ein Netzwerk von etwa 500.000 Vertriebsstandorten in über 200 Ländern und Territorien. 2011 wurden weltweit über 226 Millionen Transaktionen zwischen Privatpersonen durchgeführt und damit 81 Milliarden US-Dollar transferiert. Zudem wurden 425 Millionen geschäftliche Transaktionen veranlasst. www.westernunion.de.

... Sponsoren ...

awk AUSSENWERBUNG GmbH – Mit der klassischen 18/1-Großfläche setzt der Out-of-Home-Spezialist seinen nationalen Vermarktungsschwerpunkt auf die Kompetenz am POS. Zum Kundenstamm zählen seit Jahren namhafte große Handelsorganisationen. Auf Basis fundierter Marktforschungs- und Fallstudien kann der Außenwerber auf eine langjährige Erfahrung zurückgreifen, die ihn zu einem kompetenten Premiumpartner im Bereich der Außenwerbung macht.

Deloitte erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbinden die über 195.000 Mitarbeiter von Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und stehen Kunden so bei der Bewältigung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen zur Seite. www.deloitte.com/de

Dialoge für den Handel. Ob spezialisierter Einzelhändler, überregional agierender Vollsortimenter oder Warenhaus. Ob single-channel, multi-channel, omni-channel oder cross-channel. die dialoagenten bieten mit mehr als 20-jähriger Erfahrung die geeigneten Strategien, Konzepte, Maßnahmen und Tools für Dialogmarketing zur Kundengewinnung und -bindung im zukunftsorientierten Handel.

Das Electronic-Commerce-Center Handel (ECC Handel) wurde 1999 als Forschungs- und Beratungsinitiative unter der Leitung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln ins Leben gerufen. Das Ziel ist es, insbesondere Handelsunternehmen zum Thema E-Commerce fundiert und neutral zu informieren. Zahlreiche Aspekte des E-Commerce im Handel hat das ECC Handel in eigenen Studien untersucht.

Seit 1971 begleitet die Gruppe Nymphenburg als Beratungs- und Marktforschungsunternehmen internationale Markenartikel-Hersteller und Handelsunternehmen von der Marken-Positionierung bis zur POS-Umsetzung. Wir machen Händler erfolgreicher durch umfassende Handelsexpertise und neuropsychologisches Wissen. Wir begleiten Händler bei der Strategieentwicklung, der Umsetzung ihrer Markenpositionierung in alle Touchpoints, optimieren relevante POS-Faktoren und steigern die Sales-Performance.

Die INTERSEROH Dienstleistungs GmbH, eine Gesellschaft des weltweit agierenden Recyclingunternehmens ALBA Group, bietet eine einzigartige Kombination von Systemdienstleistungen wie Verpackungs-Rücknahme, Recycling-Systeme, individuelle Entsorgungslösungen und Facility-Services. Mit innovativen Pooling-Lösungen und der Aufbereitung gebrauchter Kunststoffe schließt Interseroh zudem die Logistik- und Materialkreisläufe. Der Recyclingkunststoff procyclen® erhielt 2012 den BHB-Kundenservicepreis für „Nachhaltigkeit".

Die Mast-Jägermeister SE produziert und vertreibt seit über 70 Jahren die weltweit größte Likörmarke. Insgesamt 56 verschiedene Kräuter, Blüten, Wurzeln und Früchte geben dem Kräuterlikör seinen unverwechselbaren Geschmack. Jägermeister ist in über 90 Ländern der Welt vertreten und belegt Platz 8 im „Impact"-Ranking der internationalen Premiumspirituosen.

PayPal, 1998 gegründet und seit 2002 ein Tochterunternehmen von eBay Inc., bietet als globale Payment-Lösung die Abwicklung von sicheren, schnellen und einfachen Online-Zahlungen in Echtzeit. Im Mai 2007 hat die europäische PayPal-Gesellschaft eine Banklizenz erhalten. PayPal zählt über 103 Millionen aktive Kundenkonten, steht in 190 Märkten zur Verfügung und wickelt Zahlungen in 25 Währungen ab.

„Fresh ideas are here to stay" In diesem Sinne beraten wir unsere Kunden und erschließen mit ihnen gemeinsam neue Marktpotenziale. Unsere Kunden vertrauen auf unsere Dienstleistungen, wenn es u.a. um Retourenmanagement, Innovationsmanagement, Predictive Analytics sowie unabhängige Dienstleisterauswahl geht. Strategische Beratung in der Vertriebsplanung/-steuerung sowie in logistischen Prozessen runden unser Profil ab. Lernen Sie uns kennen: retail@pronovit.com.

Die PUTZ & PARTNER Unternehmensberatung AG mit rund 100 Mitarbeitern steht seit der Gründung im Jahr 1989 für eine kontinuierliche Unternehmensentwicklung und den Beratungsansatz „Viel Erfahrung. Bessere Lösungen". Unseren Consultants mit durchschnittlich 15 Jahren Berufserfahrung gelingt es, mit einer Kombination aus konzeptionellen Fähigkeiten und Führungserfahrung nicht nur tragfähige individuelle Kundenlösungen zu konzipieren, sondern auch konsequent umzusetzen.

Das rheingold institut zählt zu den renommiertesten Adressen der qualitativ-psychologischen Wirkungsforschung und ist eines der letzten unabhängigen Marktforschungsinstitute in Deutschland. rheingold hat sich auf tiefenpsychologische Kultur-, Markt- und Medienforschung spezialisiert. Dabei analysieren die Wissenschaftler die unbewussten seelischen Einflussfaktoren und Sinnzusammenhänge, die das Handeln eines jeden Menschen mitbestimmen. www.rheingold-online.de

Die S-CARD Service, Stuttgart, ist eine 100%ige Tochtergesellschaft des Deutschen Sparkassenverlags (DSV-Gruppe). Sie realisiert Projekte zur Förderung der Chipkartenakzeptanz und begleitet Sparkassen und deren Firmenkunden (z. B. aus dem Handel, aus der Gemeinschaftsverpflegung, Verkehrsbetriebe, kommunale Dienstleister, Parkraumbewirtschafter, Automatenbetreiber, Ticketanbieter, Vereine, Universitäten) bei der Entwicklung maßgeschneiderter Kartenanwendungen.

Silverpop ist ein weltweit führender SaaS-Anbieter für intelligente Marketing-Automations- und Kommunikationslösungen zur Steigerung des ROR (Return on Relationship). Das Produktportfolio bietet Tools, die auf Basis von Verhaltensanalysen Kommunikationsprozesse effektiv steuern, um Kunden langfristig zu binden und individuelle Geschäftsbeziehungen gewinnbringend auszubauen.

Die Social Network Akademie (SNA) ist der Spezialist für die sozialen Netzwerke. Zusammen mit unseren Kunden erstellen wir individuelle Konzepte für die Nutzung von XING, facebook, Twitter, Google+, LinkedIn und anderen. Neben der richtigen Kanalauswahl, dem Aufbau und der Betreuung ihrer Communities, schulen wir sie im Umgang mit den für sie geeigneten Plattformen. Zudem sind wir XING Ambassadore.

Sommer & Co. ist die führende Full-Service-Agentur für Produktvideos, Imagefilme, Internetvideos und TV-Spots. Unsere Leistungen: Konzeption und Produktion von Videos für Ihre Internetseite, Imagefilme und TV-Spots im eigenen TV-Studio sowie Video-Streaming auf unseren leistungsfähigen Streamingservern. Bereits seit über 10 Jahren erfolgreich im Markt tätig, sind wir im Bereich Produktvideos und Online-Videos das Unternehmen der ersten Stunde.

TÜV SÜD Product Service prüft die Marktfähigkeit von Produkten und unterstützt ihren Marktzugang. Das Angebot deckt die gesamte Wertschöpfungskette der Kunden ab – von der Entwicklung der Produkte über ihre Fertigung bis hin zur Vermarktung. Die Palette reicht dabei von einfachen Spielwaren bis zu komplexen Medizinprodukten, von Haushaltsgeräten bis zu Werkzeugen oder Maschinen.

... und Medienpartnern.

Die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing ist mit einer verkauften Auflage von rd. 24.000 Exemplaren Deutschlands führende Monatszeitschrift für Marketing. Recherchiert und geschrieben für Führungskräfte in den Unternehmen, deckt sie alle Praxisfragen des modernen Marketings und Vertriebs ab und informiert über Trends, Best Practices, neue Methoden sowie die Entwicklung aufseiten der Medien und Marketing-Dienstleister.

All about Sourcing richtet sich gezielt an Entscheider im Bereich Einkauf, Logistik, Materialwirtschaft in Industrie, Handel und Dienstleistung. Hier kommt zusammen, was zusammen gehört: All about Sourcing – Die Wirtschaftszeitung für Entscheider und www.allaboutsourcing.de – die Beschaffungs-Website mit täglich aktualisierten Meldungen.

BBE media ist als Verlag spezialisiert auf praktische Problemlösungen für Unternehmer. Zum Leistungsspektrum gehören die Betriebsberatung von Einzelhandelsunternehmen über Publikationen (Beratungsbriefe, Praxis-Leitfäden), das Angebot von Organisationsformularen und die Herausgabe von Studien über Vergütungen sowie Branchen- und Handelsstudien: www.bbe-media.de

Im technisch-orientierten Magazin digitalbusiness Cloud wird aufgezeigt, wie Unternehmen und Organisationen insbesondere durch den Einsatz von Cloud-basierten Lösungen und Dienstleistungen ihre Geschäftsprozesse effizient gestalten und auch die organisatorischen Formen und Netzwerktechnologien. www.digital-business-magazin.de

Das e-commerce Magazin ist die Pflichtlektüre all derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen und bezahlen möchten – kurz: einen Handel von Dienstleistungen und Produkten im Internet abwickeln wollen. Unser Blickwinkel ist dabei die Sales- und Marketingperspektive. Das e-commerce Magazin will ihnen mit Hintergrundberichten, Trendanalysen, Fallbeispielen, Interviews und Kurzmeldungen praxisnah und zielgerichtet das Wissen vermitteln, das ihnen hilft, den unternehmerischen Alltag besser zu gestalten. www.e-commerce-magazin.de

Mit einer ausgewogenen Berichterstattung von selbst verfassten Fach-Beiträgen/Artikelserien und qualifizierten Fachbeiträgen von Gast-Autoren bietet ecommerce-vision.de einen Mehrwert und eine Informationsquelle für die unterschiedlichen Spielfelder im Ecommerce.

Seit 2009 begleiten wir intensiv die Themen Marketing und Social Commerce auf Facebook und bieten hierzu neben dem blog auch eigene Workshops an. Neben dem Thema Facebook betrachten wir auch andere Themen aus Social Media und Mobile. Betreiber des blog ist die Agentur Berliner Brandung, die als Facebook Preferred Developer Consultant über profunde Kenntnisse im Facebook Marketing verfügt.

Als größte Wirtschafts- und Finanzzeitung Deutschlands steht das Handelsblatt für exklusive, fundierte und tiefgründige Wirtschafts- und Finanzinformationen aus 1. Hand. Hier lesen Sie alles, was Wirtschaft, Finanzen und Politik aktuell bewegt. Hinzu kommen börsentäglich wechselnde Schwerpunkte und zahlreiche Specials. Und das alles aktuell, zuverlässig und objektiv – mit der gewohnten Substanz von Deutschlands führender Wirtschafts- und Finanzzeitung.

Das handelsjournal bündelt jeden Monat praxisorientiert alle wirtschaftlichen und politischen Themen, die den Handel bewegen. Bei uns kommen der Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE), seine Mitglieder und Experten zu Wort. Das „Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel" ist die Plattform für den engen Dialog zwischen Einzelhandelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Branchen, Lieferanten und Dienstleistern. www.handelsjournal.de

Der INNOVATIONSMANAGER ist eine zentrale journalistische Plattform für Unternehmen aller Größe und jeder Branche, für Wissenschaftler vieler Fachbereiche und für Verbände sowie Studenten rund um Themen wie „Innovation", „Innovationsmanagement" und „Innovationskultur". www.innovationsmanager-magazin.de

Das Online-Journal für den Handel beleuchtet aktuelle Themen aus Industrie und Handel und informiert über Trends aus der Branche. Innovationen, Anwenderberichte, Personalia und ein Hersteller-und Produktkatalog runden das Informationsangebot ab. www.iXtenso.com

Das Fachmagazin „KEY SALE" richtet sich monatlich an Ein- und Verkäufer in Drogeriemärkten, Parfümerien, Apotheken wie auch Kauf- & Warenhäusern. Unsere unabhängige Handelsredaktion gewährleistet einen objektiven Überblick und informiert sie zeitnah und effektiv z. B. über neueste Trends, Kooperationen, Innovationen sowie weitere branchenspezifisch relevante Fakten. Dank unserer langjährigen Kenntnisse der Branche fungieren wir als Mittler zwischen Industrie und Handel und unterstützen zudem das Fachpersonal bei ihrer kontinuierlichen Weiterbildung.

Die LEBENSMITTEL PRAXIS ist das moderne Fachmagazin für die Entscheider im Lebensmittelhandel. Mit praxisbezogenen, serviceorientierten und marktnahen Informationen erreicht das Magazin die Führungskräfte in den Handelszentralen, Vertriebs-Verantwortliche, selbstständige Einzelhändler sowie die Markt-Manager in den Outlets. In der LEBENSMITTEL PRAXIS finden die Leser alle Informationen rund um Unternehmen, Unternehmensstrategien sowie aktuelle Produkttrends und Sortimentsentwicklungen, aber auch die interessantesten Innovationen, die heißesten Verkaufstipps und die besten Verkaufsförderungsaktionen.

Das MARKANT HandelsMagazin richtet sich an Führungskräfte und Entscheidungsträger der rund 100 MARKANT-Mitgliedsunternehmen im Groß- und Einzelhandel sowie dem angeschlossenen selbstständigen Einzelhandel. Es liefert monatlich praxisnahe Entscheidungshilfen – strategisch wie operativ.

Office&paper – Das Handelsmagazin für Bürobedarf und Papeterie richtet sich seit 64 Jahren an die gesamte PBS- und IT-Branche und bietet einen monatlichen Überblick über alle wirtschafts- und handelspolitischen Themen. www.officeandpaper.de

Die RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel ist das nutzwertorientierte Magazin für erfolgreiches Verkaufen und Wirtschaften am Point of Sale. Zielgruppe sind die operativen Entscheider: Inhaber, Marktmanager, -leiter und Sortimentsverantwortliche sowie alle vorgelagerten Entscheiderstufen, die mit dem Absatz von Markenprodukten zu tun haben (Einkaufs- und Vertriebsleiter).

THOMAS DAILY ist seit über 20 Jahren ein führender Anbieter von umfassenden Informationen zum deutschen Immobilienmarkt. Der webbasierte Datenbankdienst TD Premium bietet Unternehmen der Immobilienwirtschaft ein vielseitiges Instrument für die Geschäftsentwicklung, Marktbeobachtung und Standortresearch. News, Transaktionen, Projektlisten, Marktdaten und sozioökonomische Daten bilden ein transparentes, leicht zu navigierendes Informationsnetzwerk, das den sofortigen Überblick zu Standorten, Märkten, Unternehmen und Trends bietet.

TM ist eines der führenden Fachmagazine für Handel und Industrie im Fashionmarkt. Neben der analytischen Mode-Reportage und der Vorstellung innovativer Store-Ideen steht der intensive Dialog mit Entscheidern des Marktes im Zentrum der Berichterstattung. Durch die enge Verzahnung von Print und Onlinemedien bieten wir nutzenorientiert, crossmediale Informationslösungen.

Das Onlinemagazin Zukunftsmanager versteht sich als hochwertiges Medium rund um Zukunftsthemen. Es werden Chancen und Herausforderungen von Megatrends sowie die Umsetzung von Corporate Foresight Methoden in verschiedenen Formaten diskutiert. Kostenfreier Download unter: www.zukunftsmanager-magazin.de

21. und 22. November 2012 · Maritim Hotel Berlin
Der Top-Jahreskongress für den deutschen Einzelhandel und seine Partner

deutscher handelskongress 12

& Kongressmesse Retail World 2012

5 Gründe für Ihre Teilnahme:

- Lassen Sie sich DAS Jahresevent der Branche nicht entgehen und treffen Sie über **1.200 Spitzenvertreter aus Handel und Markenartikelindustrie**
- Profitieren Sie von **exklusiven Keynote-Vorträgen** nationaler und internationaler Persönlichkeiten aus Handel, Industrie und Wissenschaft
- Erleben Sie live **Handel und Politik im Dialog**
- Feiern Sie in glanzvoller Atmosphäre den **Deutschen Handelspreis** und die **Retailers' Night**
- Informieren Sie sich auf der **Retail World** über die neuesten Produkte, Services und Strategien für Ihren zukünftigen Erfolg

Eine gemeinsame Veranstaltung von HDE Handelsverband Deutschland und management forum Verlagsgruppe Handelsblatt

INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH • Eschersheimer Landstraße 50 • 60322 Frankfurt

M-DHK2-MP1

Faxanmeldung: +49 (0)69 / 24 24 – 47 99

JA, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Deutschen Handelskongress 2012

- ☐ am **21. und 22. November 2012** (€ 1.390,– zzgl. MwSt. p.P.).
- ☐ Ich nutze den **Sonderpreis für Handelsunternehmen** (€ 1.190,– zzgl. MwSt. p.P.).
- ☐ Ich nutze den **Sonderpreis für Existenzgründer** (€ 490,– zzgl. MwSt. p.P.).
  Bitte Kopie der Gewerbeanmeldung – nicht älter als 12 Monate – beilegen.

JA, wir sind interessiert an

- ☐ **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten** im Rahmen des „Deutschen Handelskongresses 2012". Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

- ☐ Ich/wir nehme/n teil an der **Masterclass „Werte – Wertschätzung – Kundenwerte"**
  Jetzt anmelden, Teilnehmerzahl begrenzt. Die Teilnahme ist in der Kongressgebühr enthalten.
- ☐ Ich/wir nehme/n teil am **Gala-Dinner zum „Deutschen Handelspreis 2012"** am Abend des 21. November 2012
  Die Teilnahme ist in der Kongressgebühr enthalten.
- ☐ Ich/wir nehme/n teil am **World Café „Social Media"**
  Jetzt anmelden, Teilnehmerzahl begrenzt. Die Teilnahme ist in der Kongressgebühr enthalten.

1. Name / Vorname

Position | Telefon*

E-Mail* | Fax

2. Name / Vorname

Position | Telefon*

E-Mail* | Fax

-15%

3. Name / Vorname

Position | Telefon*

E-Mail* | Fax

Firma

Straße | **PLZ, Ort**

Datum | **Unterschrift**

Kontakt
Management Forum
der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
www.handelskongress.de

Termin & Ort
21. und 22. November 2012 · Maritim Hotel Berlin · Stauffenbergstraße 26 · 10785 Berlin · Tel.: +49 (0) 30 / 20 33 - 44 10 · E-Mail: info.ber@maritim.de

Zimmerreservierung
Das Hotel hält ein begrenztes Zimmerkontingent bis zum 10. Oktober 2012 für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den „Deutschen Handelskongress 2012" vor (EZ € 151,– exkl. FS). Weitere Hotelkontingente zu Sonderkonditionen in Berlin finden Sie unter: www.handelskongress.de/anreise/hotels.php

Kongressgebühr & Anmeldebedingungen
Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 1.390,– zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke, Mittagessen sowie die Abendveranstaltung. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,– erhoben, wenn die Absage spätestens bis 24. Oktober 2012 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 24. Oktober 2012 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Datenschutzhinweis
Sie können der werblichen Nutzung Ihrer Daten durch Management Forum jederzeit schriftlich gegenüber Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstr. 50, 60322 Frankfurt, per E-Mail an info@managementforum.com oder per Telefon +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70 widersprechen.

* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.