

Der Top-Jahreskongress für Handel und Kommunikationswirtschaft in Deutschland!

Handelswerbung Gipfel 2011

Jetzt anmelden
www.conferencegroup.de/hwg11

Handelswerbung wird digital(er) – Die Karten werden neu gemischt!

15./16. März 2011 | Dorint Pallas Hotel | Wiesbaden

Im Fokus:

Retail Business is Local –

Wie Geomarketing und Local Based Advertising die Handelskommunikation revolutionieren werden!

Die Hot-Topics:

- **Handelskommunikation im Umbruch** – Handelswerbung wird digitaler! What's new?
- **Wo liegt die Zukunft in der Handelskommunikation?** – Crossmedia im Fokus: Print, TV, Radio, Out-of-Home und Online – Wie werden die Medienbudgets im Handel zukünftig neu verteilt?
- **Wie sieht ein erfolgreiches Zusammenspiel von Klassik und Online aus?**
- **Wie stellen sich Zeitungen, TV und Radio auf, um in der digitalen Welt wettbewerbsfähig zu sein?**
- **Werden neue Entwicklungen im Geomarketing und Local Based Advertising die Handelswerbung revolutionieren?**
- **Handelswerbung goes digital?** Was leisten Social Media, Facebook, Twitter & Co.?
- **Handelswerbung 2.0** – „Schweinebauch“ trifft Internet!
Der Prospekt per Mausklick – Warum zukünftig immer mehr Konsumenten ihre Werbung „runterladen“ werden!
- **Future Visions** – Wo liegt die Zukunft von Werbung und Kommunikation?

+ **FACHAUSSTELLUNG**
Retail Media 2011
Der Marktplatz für erfolgreiche
Handelskommunikation!

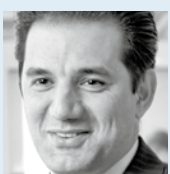
Es referieren und diskutieren:



Michael Melzer,
Geschäftsführer
karstadt.de,
Karstadt
Warenhaus
GmbH



Thorsten Stradt,
Managing
Director
Corporate
Marketing,
OBI Group
Holding GmbH



**Dr. Nektarios
Bakakis**,
Geschäftsführer/
CEO, Knauber
Freizeit GmbH &
Co. KG



Daniel Ohr,
Bereichsleiter
Marketing &
Card, Breuninger
GmbH & Co.



**Carsten
Thierbach**,
Ressortleiter
Werbung,
neckermann.de
GmbH



**Dr. Thomas
Schwetje**,
Mitglied der
Direktion und
Leiter Bereich
Marketing/
Services, Coop
Schweiz



Daniel Kumelis,
Leiter
Marketing und
Kommunikation,
RUNNERS POINT
Warenhandels-
gesellschaft mbH



Andreas Milles,
Brand &
Communication,
Spreadshirt
GmbH



**Rudolf Peter
Scheben**,
Vice President
Group Marketing
& Group Commu-
nications, Charles
Vögele Trading
AG/Schweiz



**Dr. Joachim
Stoll**,
Geschäfts-
führende
Gesellschafter,
Koffer24 GmbH



Jürgen Brunke,
Centermanager,
Marktplatz
Galerie Bramfeld



**Sebastian
Raßmann**,
Innovation
Advisor, TrendONE

Philipp Keller, Geschäftsführer, Lorey | **Falk Fuhrmann**, Head of Planing, DDB Tribal Group GmbH | **Prof. Dr. Sven Pagel**, Fachbereich Wirtschaft, FH Düsseldorf | **Dr. Thomas Bauer**, McKinsey München
Andreas Fuhlich, Geschäftsleiter, Bauer Media KG | **Alastair Bruce**, Director Retail, Google Deutschland | **Dr. Daniel P. Glasner**, Geschäftsführer, Groupon GmbH | **Florian Dengler**, Executive Creative Director,
MetaDesign AG | **Steffen Rochau**, Senior Social Media Manager, Komdat.com GmbH (ehem. Leiter Video und Social Media Marketing, internetstores AG) | **Jürgen Angenent**, Verkaufsleiter, BBV-Mediengruppe
Christian W. Gaiser, Geschäftsführender Gesellschafter, kaufDA.de | **Joachim Vranken**, Geschäftsführer, kalaydo.de | **Rolf Küppers**, Mitglied der Geschäftsleitung, microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH
Ali Uluileri, Gründer, MeinProspekt.de | **Jens Lönneker**, Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH und Co. KG | **Dietmar Rehker**, geschäftsführender Gesellschafter, K das konsumentenbüro
Norbert Andermann, Geschäftsführung, GFMO OMD Gesellschaft für Media-Optimierung mbH | **Matthias Fallner**, Geschäftsleitung Anzeigen, Mediengruppe Main-Post | **Udo Titze**, Agenturleitung, targetmedia GmbH | **Jürgen Scharrer**,
Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag GmbH | **Marcelo Crescenti**, Herausgeber, Der Handel, Deutscher Fachverlag GmbH | **Achim Himmelreich**, Partner, Mücke Sturm & Company | **Andreas Bahr**, Geschäftsführender
Gesellschafter, Mediaplus Agenturgruppe | **Mark Gregg**, Geschäftsführer, BONAGO Incentive Marketing Group GmbH | **Silke Arnold**, Consultant, EINKAUFKUELL – Produktmanagement, Deutsche Post DHL | **Gabriele Weinreich**,
Consultant, Vertriebsdirektion Zentrales Key Account Management, Deutsche Post DHL | **Markus Engel**, Vorstand, Engel AG – Fachagentur für Haushaltmarketing | **Martin Redl**, Geschäftsführender Gesellschafter, Key Account &
Großkundenbetreuung, GeoMarketing GmbH/Österreich | **Boris Lücke**, Geschäftsführer, Gettings GmbH (E-Plus Tochter) | **Stefan Endrös**, Geschäftsführung, Journal International | **Klaus Gräff**, Geschäftsführer, „BUSINESS TO MEDIA
CONSUMER“/Regiocast-Gruppe | **Rüdiger Konetschny**, Geschäftsführer, Echopark | **Sabine Eckhardt**, Vorsitzende der Geschäftsführung, SevenOne AdFactory GmbH | **Martin Jacobi**, Vorstandsmitglied, Deutscher Dialogmarketing
Verband e.V. (DDV) und Geschäftsführer, Mediengruppe EGRO Direktwerbung GmbH | **Dr. Christian Bachem**, Partner, .companion Strategieberatung | **Oliver Schmidt**, Business Development, Daily Places | **Robert Käfert**, Leiter
Online Marketing, Mister Spex GmbH | **Stephan Spaete**, Managing Director, eBay Advertising Group | **Joachim Pinhammer**, Senior Retail Technology Analyst, Planet Retail (President der Visual Merchandising Initiative e.V.) | **Walter
Gunz**, Gründer, MediaMarkt | **Dr. Florian Resatsch**, Geschäftsführer, servtag GmbH / friendticker | **Birgit Aust**, Geschäftsführerin, TVG mbH | **Bernhard Baer**, Inhaber, baermedia.com



Höhepunkt des Handelswerbe-Gipfels 2011: Preisverleihung MERKUR Award für kreative Handelswerbung

+ **Special Awards Local Heroes und ZMG-Best Sellers Best** – Prämiert werden Handelsunternehmen, die in einem schwierigen Wettbewerbsumfeld neue Wege in der Handelskommunikation gehen!

www.merkuraward.de

Premium Partner:



Partner:



Event-Partner:



Eine Veranstaltung von:

**Lebensmittel
Zeitung**

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

Der Handel.
Das Wirtschaftsmagazin für Handelmanagement

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

VORMITTAG

Moderation:

Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag GmbH
 Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel Deutscher Fachverlag GmbH

9.00 – 9.10 Eröffnung des Handelswerbe-Gipfels 2011 durch die Moderatoren

The Future of Retail Media: Wie sehen Entscheider die Zukunft der Kommunikation?

9.10 – 9.35

Der Handel ist tot, es lebe der Handel!
Über die veränderten strategischen Rahmenbedingungen im Einzelhandel
 Falk Fuhrmann, Head of Planing, DDB Tribal Group GmbH

9.35 – 10.10

The Future of Branding
 Florian Dengler, Executive Creative Director, MetaDesign AG

10.00 – 10.25

Wie funktioniert effiziente Handelswerbung: heute, morgen, übermorgen?
 Walter Gunz, Gründer, MediaMarkt
 Ali Ululieri, Gründer, MeinProspekt.de

10.25 – 10.55 Expertenrunde:

The Future of Retail Media – Was wird die Handelskommunikation von morgen prägen?
 Was erwartet der Handel von seinen Partnern aus der Kommunikations- und Medienbranche?
 Wie hat sich die Medienlandschaft entwickelt? Was sind die aktuellen technologischen Entwicklungen?
 Top-Repräsentanten der Branche diskutieren über die Handelsmedien von morgen

- Klassik – Online – Mobile: Die Medien im Spannungsverhältnis?! – Welchem Medium gehört die Zukunft?
- Herausforderung Handelskommunikation – Was leisten die Medien?
- Welche Relevanz haben die Kanäle innerhalb der verschiedenen Branchen?
- Wie hoch ist der Return on Investment der Marketing-Maßnahmen?

Es diskutieren:

Michael Melzer, Geschäftsführer karstadt.de, Karstadt Warenhaus GmbH
 Dr. Thomas Schwetje, Leiter Marketing / Services, Coop Schweiz/CH
 Florian Dengler, Executive Creative Director, MetaDesign AG
 Andreas Fuhlisch, Geschäftsleiter, Bauer Media KG
 Sabine Eckhardt, Vorsitzende der Geschäftsführung, SevenOne AdFactory GmbH
 Walter Gunz, Gründer, MediaMarkt
Moderation: Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag GmbH

10.55 – 11.25

Kommunikations- und Kaffeepause und **Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

Moderation: Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel, Deutscher Fachverlag GmbH
The Future Debate – Local Based Advertising als Trend für die Handelswerbung heute und morgen

11.25 – 11.50

Local Marketing Excellence – Warum Handelswerbung auch morgen lokale Werbung sein muss!
 Dr. Thomas Bauer, McKinsey & Company

11.50 – 12.15

Lokale kreative Crossmedia-Power
 Jürgen Angenent, Verkaufsleiter, BBV-Mediengruppe

12.15 – 12.40
„unlocking the potential of local marketing“ – Wie Groupon den Markt für lokales Marketing erobert
 Dr. Daniel P. Glasner, CEO, Groupon GmbH

12.40 – 13.10 Diskussion:

Wettstreit um die lokale Nische – Wie der Schatz im lokalen Geschäft endlich gehoben werden kann!
 Regionaler Werbemarkt: Google, Telegate, Kaufda & Co. im Wettbewerb mit den Verlagen
 Hintergrund: Onlinefirmen sehen großes Potenzial im Mittelstand und Verlage fahren online mit angezogener Handbremse

Es diskutieren:

Dr. Daniel P. Glasner, CEO, Groupon GmbH
 Joachim Vranken, Geschäftsführer, kalaydo.de
 Christian W. Gaiser, Geschäftsführender Gesellschafter, kaufDA.de
 Martin Jacobi, Vorstandsmitglied, Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (DDV) und Geschäftsführer, Mediengruppe EGRO Direktwerbung GmbH
 Ali Ululieri, Gründer, MeinProspekt.de
Moderation: Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel Deutscher Fachverlag GmbH

13.10 – 14.15

Kommunikations- und Mittagspause und **Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

NACHMITTAG

Handelswerbung wird digital(er) – Die Karten werden neu gemischt!
 Best Practices aus der Welt der Handelskommunikation

14.15 – 16.10 **2 parallele Super-Sessions: Food & Co. und Fashion**

Super-Session 1: Food & Co. In Zusammenarbeit mit Lebensmittel Zeitung	Super-Session 2: Fashion In Zusammenarbeit mit TextilWirtschaft NEWS FASHION BUSINESS
<p>Moderation: Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel, Deutscher Fachverlag GmbH</p> <p>(Digitale) Handelskommunikation im Wandel – Neue Möglichkeiten, neue Chancen und neue Optimierungspotenziale! Handelswerbung goes local!</p> <p>14.15 – 14.40 Handelswerbung 2.0 – ‚Schweinebauch‘ trifft Internet! Der Prospekt per Mausclick – Internetdienste auf dem Vormarsch Christian W. Gaiser, Geschäftsführender Gesellschafter, kaufDA.de</p> <p>14.40 – 15.10 Integrierte Handelskommunikation am Beispiel Coop Dr. Thomas Schwetje, Mitglied der Direktion und Leiter Bereich Marketing / Services, Coop Schweiz/Schweiz</p> <p>15.10 – 15.40 Erfolgreiche Mediakooperation im Handelsmarketing: Nivea & Einkaufsfaktuell Silke Arnold, Consultant, EINKAUFAKTUELL – Produktmanagement, Deutsche Post DHL Gabriele Weinreich, Consultant, Vertriebsdirektion Zentrales Key Account Management, Deutsche Post DHL</p> <p>15.40 – 16.10 Discountwerbung – der Preis ist alles? Rüdiger Konetschny, Geschäftsführer, Echopark</p>	<p>Moderation: Dr. Christian Bachem, Partner, .companion Strategieberatung</p> <p>(Zielgruppenspezifische) Handelskommunikation im Fashion-Bereich – Branchenspezifische Besonderheiten, Herausforderungen und Erfolgskonzepte</p> <p>14.15 – 14.40 Von Armani bis Zara – unterschiedliche Zielgruppen mit Geomarketing optimal erreichen Rolf Küppers, Mitglied der Geschäftsleitung, microm Micromarketing-Systeme und Consult GmbH</p> <p>14.40 – 15.10 Die Werbung neuer und attraktiver Kunden für den Fachhandel durch den Einsatz von Gutscheinen am Beispiel von Runners Point Daniel Kumelis, Leiter Marketing und Kommunikation, RUNNERS POINT Warenhandels-gesellschaft mbH Mark Gregg, Geschäftsführer, BONAGO Incentive Marketing Group GmbH</p> <p>15.10 – 15.40 Neuer Schwung für die Handelskommunikation durch Image-wechsel und Repositionierung – Am Beispiel Charles Vögele Rudolf Peter Scheben, Vice President Group Marketing und Group Communications, Charles Vögele Trading AG/Schweiz</p> <p>15.40 – 16.10 Erfolgsfaktor Kundenbindung Daniel Ohr, Bereichsleiter Marketing & Card, Breuninger GmbH & Co</p>

16.10 – 16.40

Kommunikations- und Kaffeepause und **Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

16.40 – 18.15 **2 parallele Super-Sessions: Local Heroes und Multi-Channel**

Super-Session 3: Local Heroes In Zusammenarbeit mit Der Handel.	Super-Session 4: Multichannel In Zusammenarbeit mit HORIZONT ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN
<p>Moderation: Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel, Deutscher Fachverlag GmbH</p> <p>Local Heroes – Mit kleinem Budget und innovativen Ideen zum Erfolg</p> <p>16.40 – 17.10 Synergieeffekte beim Werbeeinsatz im Off- und Onlinehandel: Multichannel-Handel von Koffer24.de Dr. Joachim Stoll, Geschäftsführender Gesellschafter, Koffer24 GmbH</p> <p>17.10 – 17.40 Erfolgreiche Werbestrategien am Beispiel Lorey Philipp Keller, Geschäftsführer, Lorey</p> <p>17.40 – 18.15 Cross-Channel-Marketing – Die erfolgreiche Verknüpfung klassischer Werbemaßnahmen mit digitalen Medien am Beispiel der Marktplatz Galerie Bramfeld in Hamburg Jürgen Brunke, Centermanager, Marktplatz Galerie Bramfeld</p>	<p>Moderation: Dr. Christian Bachem, Partner, .companion Strategieberatung</p> <p>Profiables und effizientes Multichannel Marketing</p> <p>16.40 – 17.10 Mut und Effizienz im Media-Mix Thorsten Stradt, Managing Director Corporate Marketing, OBI Group Holding GmbH</p> <p>17.10 – 17.40 Vom klassischen Katalogversender zum modernen Online-Händler – ein Zwischenbericht Carsten Thierbach, Ressortleiter Werbung, neckermann.de GmbH</p> <p>17.40 - 18.15 Integriertes Cross-Channel-Marketing im Rahmen einer Multichannel-Strategie – Am Beispiel Karstadt Michael Melzer, Geschäftsführer karstadt.de, Karstadt Warenhaus GmbH</p>

18.15 – 18.45 **Sektempfang und Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

18.45 – 20.30 **Preisverleihung MERKUR Award für kreative Handelswerbung + Special Awards Local Heroes und ZMG-Best Sellers Best**



Eröffnungssprecher:

From Internet to Outernet. Wie sieht der Handel von morgen aus?
 Sebastian Raßmann, Innovation Advisor, TrendONE

Moderation: Alexandra Polzin



ca. 20.30 **Get-together-Party** findet im Anschluss an den ersten Veranstaltungstag des Handelswerbe-Gipfels 2011 statt. Nutzen Sie die Möglichkeit, in geselliger Atmosphäre Ihre Handelskollegen, Partner und Dienstleister zu treffen und Ihr Netzwerk wertvoller Kontakte zu pflegen und auszubauen. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend.

Mit freundlicher Unterstützung von





Preisverleihung MERKUR Award
für kreative Handelswerbung + Special Awards
Local Heroes und ZMG-Best Sellers Best



Einsendeschluss: 1. Februar 2011

Ein besonderer Höhepunkt des 3. Handelswerbe-Gipfels sind die Auszeichnungen „MERKUR Award“ und die Special Awards Local Heroes und ZMG-Best Sellers Best unter Moderation von Alexandra Polzin. Prämiiert werden Handelsunternehmen, denen es besonders überzeugend gelingt, mit kreativer Werbung ihre Marke zu emotionalisieren oder attraktiv zu präsentieren. Die Kategorien: Print/Zeitungen, TV/Radio, Out-of-Home und Online.

Die Preisträger 2010:

Fressnapf (Kategorien TV + Out-of-Home), Otto Group (Kategorien Print + Online), IKEA (Kategorie Radio), Möbel Kraft (Kategorie Local Heroes), C&A (Kategorie ZMG-Best Sellers Best).

Die Preisträger 2009:

Hornbach (Kategorie Print), Obi (Kategorie TV/Funk), Globus (Kategorie Online), Edeka Melic (Kategorie Local Heroes), Edeka (Kategorie ZMG-Best Sellers Best).

www.merkuraward.de

Die Jury:



- 1 **Manfred Mandel**, real, - | 2 **Thorsten Rolfes**, C&A | 3 **Anja Müller**, Otto Group
4 **Burkhard Mensing**, Rossmann | 5 **Robert Köhler**, Bauhaus | 6 **Roger Ulke**, Konsum Dresden
7 **Dr. Gunnar George**, Möbel Kraft | 8 **Jesko Perrey**, McKinsey & Company | 9 **Stefan Kolle**, Kolle Rebbe | 10 **Markus Ruppe**, ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft | 11 **Markus Gotta**, HORIZONT
12 **Marcelo Crescenti**, Der Handel

Eventpartner: Journal International
IHR PUBLISHING PARTNER

Das Programm des 3. Handelswerbe-Gipfels 2011

2. Veranstaltungstag, 16. März 2011

9.00 – 10.30 **2 parallele Fachkonferenzen zu den wichtigsten Handelsmedien:**
Print/Zeitungen und TV/Bewegt看

Fachkonferenz 1: Print/Zeitungen
in Zusammenarbeit mit

Moderation: Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag GmbH

9.00 – 9.45
Wirkungen der Werbemedien von der Kaufabsicht zum Kauf
Jens Lönneker, Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH und Co. KG

9.45 – 10.30
Die Zeitungen in der crossmedialen Kommunikation
• Die originäre Kraft der Zeitungen
• Konzepte für Zeitung plus
• Zeitung: Print plus Online
• Der optimale Media-Mix

Norbert Andermann, Geschäftsführung, GFMO OMD Gesellschaft für Media-Optimierung mbH
Dietmar Rehker, geschäftsführender Gesellschafter, K das konsumentenbüro
Matthias Faller, Geschäftsleitung Anzeigen, Mediengruppe Main-Post
Jens Lönneker, Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH und Co. KG

Fachkonferenz 2: TV/Bewegt看
Moderation: Stefan Endrös, Geschäftsführung, Journal International

9.00 – 9.30
Blick hinter die Kulissen: Bewegt看 erobert Online
Andreas Milles, Brand & Communication, Spreadshirt GmbH

9.30 – 10.00
Mediamix: TV & YouTube – Steigerung der Reichweite
• Ergebnisse der Marktforschungstudie über das Zusammenspiel von TV und YouTube
• Mehr Kosteneffizienz durch Crossmedia
• Die Rolle von YouTube im Mediaplan
• z.B. Coca-Cola, L'Oréal, Nike

Alastair Bruce, Director Retail, Google Deutschland
10.00 – 10.30
TV-Werbung als Frequenzbringer des Handels
Andreas Bahr, Geschäftsführender Gesellschafter, Mediaplus Agenturgruppe

10.30 – 11.00
Kommunikations- und Kaffeepause und **Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

11.00 – 12.30 **2 parallele Fachkonferenzen zu den wichtigsten Handelsmedien:**
Online und Digital Signage/Visual Merchandising

Fachkonferenz 3: Online
Moderation: Dr. Christian Bachem, Partner, .companion Strategieberatung

11.00 – 11.30 Impulsbeitrag
Handelswerbung wird digital(er). Sind Groupon, kauf.da & Co. erst der Anfang?
• Digital, lokal, social. Der neue Dreiklang erfolgreicher Handelswerbung?
• Welche Relevanz haben die neuen Angebote für Käufer und Händler?
• Google Reloaded? Fehler im digitalen Marketing, aus denen Händler lernen sollten

Dr. Christian Bachem, Partner, .companion Strategieberatung

11.30 – 12.00
Erfolgreich werben und verkaufen auf Facebook
Steffen Rochau, Senior Social Media Manager, Komdat.com GmbH (ehem. Leiter Video und Social Media Marketing, internetstores AG)

12.00 – 12.30
Brand Commerce
• Vermarktungspotenzial von Werbung in E-Commerce-Umfeldern
• Shopping-affine Kunden zielgenau erreichen
• Chancen und Herausforderungen von Kooperationen
Stephan Spaete, Managing Director, eBay Advertising Group

Fachkonferenz 4: Digital Signage/ Visual Merchandising
in Zusammenarbeit mit

Moderation: Joachim Pinhammer, Senior Retail Technology Analyst, Planet Retail (President der Visual Merchandising Initiative e.V.)

11.00 – 11.30 Impulsbeitrag
Bewegt看 im Handel: Visual Merchandising/ Digital Signage – Trends, Einsatzfelder und Wirkungsweise digitaler Bewegt看medien
Prof. Dr. Sven Pagel, Fachbereich Wirtschaft, FH Düsseldorf

11.30 – 12.00
Reisebüro der Zukunft – Service 2.0
Birgit Aust, Geschäftsführerin, TVG mbH
Bernhard Baer, Inhaber, baermedia.com

12.00 – 12.30
Kundeninspiration und -begeisterung durch Visual Merchandising am Beispiel Knauber
Dr. Nektarios Bakakis, Geschäftsführer/CEO, Knauber Freizeit GmbH & Co. KG

12.30 – 13.30
Kommunikations- und Mittagspause und **Besuch der Fachausstellung Retail Media 2011**

13.30 – 15.30 **2 parallele Idea Labs zur Zukunft der Handelskommunikation:**
Geo-/Local Marketing und Mobile/Location Based Advertisement

Idea Lab 1: Geo- und Local Marketing revolutionieren die Handelskommunikation: Was sind die neuen Entwicklungen?
Moderation: Markus Engel, Vorstand, Engel AG – Fachagentur für Haushaltmarketing

13.30 – 14.00
Location Based Marketing: Gläsern sind unsere Kunden schon lange – Jetzt wissen wir auch, wo die Gläser stehen
Martin Redl, Geschäftsführender Gesellschafter, Key Account & Großkundenbetreuung, GeoMarketing GmbH, Österreich

14.00 – 14.30
Der Gewinner des Wettbewerbs „Handzettel der Zukunft“ zeigt praxistaugliche Lösungen:
• Mehrwerte über direkte digitale Vernetzung vom Prospekt in die mobile Online-Welt via Smartphone.
• Aufwertung des traditionellen Werbemittels „Handzettel“ durch sinnvollen digitalen Zusatznutzen und Sicherung als relevantes Bindeglied zwischen stationärem Geschäft und der mobilen Online-Welt.
• Wie die Social Network-Idee auch offline im Laden funktioniert.

Udo Titze, Agenturleitung, targetmedia GmbH

14.30 – 15.00
Geomarketing par excellence: Mit Online, Mobile und Radio – dem medialen Zukunftsgespinn – auf Erfolgskurs

• Wie Radio erfolgsversprechend in die Handelskommunikationsstrategie eingebunden werden kann!
• Best Practices zum meistgenutzten Medium für unterwegs (egal, ob analoges UKW-Radio oder digitales Webradio) – und auf der „letzten Meile“ vor der Einkaufsstätte!

Klaus Gräff, Geschäftsführer, „BUSINESS TO MEDIA CONSUMER“/ Regiocast-Gruppe

15.00 – 15.30
Geomarketing mit Smartphones: Die Verbindung von offline, online und mobiler Welt für das Handelsmarketing
Dr. Florian Resatsch, Geschäftsführer, servtag GmbH / friendticker

Idea Lab 2: Mobile und Location Based Advertising werden die nächsten Blockbuster im Netz
Moderation: Achim Himmelreich, Partner, Mücke Sturm & Company

13.30 – 14.00
Location Based Services (LBS) – Das Missing Link zwischen E-Commerce und Point-of-Sale
Wie mit LBS die Lücke zwischen Online und POS geschlossen wird!
Achim Himmelreich, Partner, Mücke Sturm & Company

14.00 – 14.30
Location Based Services am Beispiel Mister Spex – Brillen neu
Robert Käfert, Leiter Online Marketing, Mister Spex GmbH

14.30 – 15.00
Das verlängerte Schaufenster – vom Handydisplay ins Geschäft mit einem Click und ein paar Schritten
Boris Lücke, Geschäftsführer, Gettings GmbH (E-Plus Tochter)

15.00 – 15.30
Check-In, QR-Code & Co. – Welche Chancen bieten Mobile Marketing dem Point of Sale

• Aktuelle Entwicklungen zur erfolgreichen Nutzung von Location Based Services (LBS). Best Practices aus USA und Deutschland
• Wie löst man den Medienbruch zwischen mobilem Internet und stationärem Handel vor Ort?
• LBS als Instrument der Echtzeit – Kommunikation mit dem Kunden am POS?
• Was kann ich als Händler mit den Check-in Informationen machen?
• Wie definiert der stationäre Handel Erfolg am POS?

Oliver Schmidt, Business Development, Daily Places

ca. 15.30 Abschluss des **3. Handelswerbe-Gipfels 2011**



Einladung zum **Handelswerbe Gipfel 2011**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Zeitung ist laut Nielsen Media Research auch in diesem Jahr beliebtester Werbeträger für den Einzelhandel in Deutschland. Doch klassische Werbeformen wie Flyer, Kataloge und Anzeigen verlieren im deutschen Einzelhandel immer mehr an Bedeutung.

Laut dem aktuellen EHI Marketingmonitor werden nur noch 58 % der Werbeetats in traditionelle Handelswerbung investiert. 2007 waren es noch 70 %. Der Handel schichtet seine Budgets zunehmend in die digitale Welt um. Denn: Hier liegen enorme Wachstumspotenziale und die Händler können im Web direkt über Online-Shops verkaufen. Auch die klassischen Medien sind dabei, attraktive, digitale Angebote zu entwickeln und Crossmedia-Lösungen anzubieten. Die Veranstalter – HORIZONT, Der Handel und die Conference Group – haben diese Entwicklung zum Anlass genommen und den 3. Handelswerbe-Gipfel unter das Motto gestellt:

Handelswerbung wird digital(er) – Die Karten werden neu gemischt!

Im Fokus: Retail Business is Local – Wie Geomarketing und Local Based Advertising die Handelskommunikation revolutionieren werden!

Fakt ist: Will der Handel auch zukünftig seine Werbebotschaften erfolgversprechend beim Konsumenten positionieren, kommt er an den technischen Entwicklungen wie Smartphones & Co. nicht mehr vorbei. Denn: Lokales Marketing erfährt durch die Digitalisierung insbesondere für den Handel eine völlig neue Dimension. Denkt man nur an die Suche nach Produkten im Netz, Preisvergleiche, Social Communities, E-Shopping und die Verlängerung durch das mobile Internet, so bieten sich eine Vielzahl an neuen Möglichkeiten durch die der Kunde abgeholt werden kann.

Auch das Zusammenwirken von Geomarketing und Local Based Marketing nimmt eine immer größere Bedeutung in der punktgenauen Werbung – vor allem bei der lokalen Kundenansprache über Prospekte und Printanzeigen – ein. Local Marketing Excellence heißt ein neuer McKinsey Ansatz, der hilft die Effektivität und Effizienz lokaler Handelswerbung zu steigern.

In der Verbindung lokaler Geomarketingdaten mit Handyortungsdaten sehen Experten den großen Hype im mobilen Internet. Local Based Advertising nämlich die Möglichkeit dem Konsumenten punktgenau Werbung und Coupons auf sein Handy zu schicken und ihn damit in den Laden zu „locken“.

Der Handelswerbe-Gipfel 2011 stellt Ihnen punktgenau die neuen Trends in der Handelswerbung sowie die Potenziale für die Kommunikation von morgen vor. Profitieren Sie von neuen Impulsen, Denkanstößen und Ideen, die Sie benötigen, um auch zukünftig erfolgreich zu sein.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme am **15. und 16. März 2011** auf dem **3. Handelswerbe-Gipfel 2011** in Wiesbaden.

Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer, HORIZONT

Marcelo Crescenti
Chefredakteur, Der Handel

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer, The Conference Group

+ Fachausstellung Retail Media 2011

Der Marktplatz für erfolgreiche Handelskommunikation!

Auf der **Fachausstellung Retail Media 2011** haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner des Handels die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen vorzustellen:

- Print
- Corporate Publishing
- TV
- Digital Signage
- Radio
- Marktforschung
- Online
- Consulting

Die Leistungsschau bietet Ihnen somit eine einmalige und hochrelevante Plattform, sich den wichtigsten Mediaentscheidern im Handel als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie unverbindlich weitere Informationen an bei Frau Nadine Binder, The Conference Group, unter Telefon 0 69 / 75 95 – 30 21, per E-Mail nadine.binder@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende Faxnummer: **0 69 / 75 95 – 30 20**.

Die Partner des 3. Handelswerbe-Gipfels 2011

Premium Partner:



EINKAUFAKTUELL: 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 bis zu 18,5 Mio. Haushalte* in den größten Ballungsräumen. Mehr dazu unter: www.einkaufaktuell.de

* Die Zustellung von **EINKAUFAKTUELL** ist abhängig von den gebuchten Prospektverteilgebieten. Bei Belegung mit einer Beilage behalten wir uns die Beigabe des Trägermediums vor. Feiertagsregelung und Sonderzustellung vorbehalten. Werbeverweigerer ausgenommen. (Ab 19.03.11 mit 18,5 Mio. Haushalten – mit dem Gebiet Kassel/Göttingen.)



Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft (Frankfurt am Main) ist der zentrale Marketing-Dienstleister der Zeitungsverlage. Sie bietet Forschung, Planung und Beratung. Sie unterstützt Werbekunden und Agenturen mit praxisorientierten Dienstleistungen von der Mediaplanung bis zur Werbewirkungskontrolle: www.DIE-ZEITUNGEN.de

Partner:



Die BONAGO Incentive Marketing Group GmbH, ein Tochterunternehmen der Hubert Burda Media, ist der Experte beim Einsatz von Prämien, Gutscheinen und Incentives. Wir bieten maßgeschneiderte Gutscheinelösungen für alle Budgets und Zielgruppen. www.bonago.de



VMI ist eine Initiative von Handel, Industrie und Dienstleistern mit dem Ziel, die Kundenansprache durch Einbindung der Sinne zu verbessern. Sie versteht sich als Netzwerk, veranstaltet Workshops, Seminare und Vor-Ort-Veranstaltungen, erkennt aktuelle Trends und hält Kontakt zu Forschung, Wissenschaft und Presse. www.visual-merchandising-initiative.org

Event-Partner:



Fax-Anmeldung: 0 69/75 95 30 30

- Ja**, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum **3. Handelswerbe-Gipfel 2011** am 15./16. März 2011.
- 790,00 Euro zzgl. MwSt. für Teilnehmer aus dem Handel
- 1.190,00 Euro zzgl. MwSt. für sonstige Teilnehmer

Jetzt anmelden und Teilnahme sichern!
www.conferencegroup.de/hwg11

- Ja**, ich bin/wir sind interessiert an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten**. Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.
- Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro (plus MwSt.). (199,- Euro, plus MwSt. für Studenten)

- 15 %

1. Name	2. Name	3. Name
_____	_____	_____
Vorname	Vorname	Vorname
_____	_____	_____
Position	Position	Position
_____	_____	_____
Firma	Firma	Firma
_____	_____	_____
Straße Hausnummer	Straße Hausnummer	Straße Hausnummer
_____	_____	_____
PLZ Ort	PLZ Ort	PLZ Ort
_____	_____	_____
Telefon Fax	Telefon Fax	Telefon Fax
_____	_____	_____
E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*
_____	_____	_____
Datum Unterschrift Firmenstempel		

***Ja**, ich möchte zukünftig den E-Mail-Newsletter erhalten und über weitere Veranstaltungen von der Conference Group informiert werden.

So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH,
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main

per Telefon: 0 69/75 95 30 36

per Telefax: 0 69/75 95 30 30

per E-Mail: info@conferencegroup.de

per Internet: www.conferencegroup.de/hwg11

Termin und Ort:

15./16. März 2011
Dorint Pallas Hotel Wiesbaden
Auguste-Viktoria Straße 15
65185 Wiesbaden

Telefon: 0611/33 06 - 0

Fax: 0611/33 06 - 10 00

E-Mail: reservierung.wiesbaden@dorint.com

www.hotel-wiesbaden.dorint.com

EZ: 143,- Euro inkl. Frühstück

DZ: 165,- Euro inkl. Frühstück

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Handelswerbe-Gipfel 2011“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 790,- zzgl. 19% MwSt. pro Person für Teilnehmer aus dem Handel und € 1.190,- zzgl. 19% MwSt. pro Person für sonstige Teilnehmer. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung.

Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.