

# Shopper Marketing

## Innovative und erfolgreiche Strategien am POS

# 2011

**Finales Programm**

21. und 22. Juni 2011, Kameha Grand Hotel, Bonn

### Die Themen der Veranstaltung:

- Zahlen, Daten, Fakten zum aktuellen Konsumverhalten
- Shopper Insights – Den Shopper und sein Kaufverhalten verstehen lernen
- Inszenierung am POS – Internationale Erfolgsbeispiele
- Erfolgreiches Shopper- und Retailmarketing – Promotions, Convenience und Erlebnis-Shopping
- Kundenkarten und Kundendaten
- + Digitale Medien am POS als große Chance für Handel und Industrie
- Verzahnung von On- und Offline
- Social Commerce als Brücke zwischen Web 2.0 und POS
- Mobile Marketing und Location Based Services
- Digital Signage
- Digitale POS-Trends

Es referieren und diskutieren (u.a.)

adidas



Andreas Weidner,  
Senior Retail Concept  
Manager

Breuninger



Dr. Anke Hoffmann,  
Leitung CRM &  
Strategisches Marketing

Danone



Julia Steiner,  
Category Manager

Dussmann das  
KulturKaufhaus



Julia Claren,  
Geschäftsführerin

Ferrero  
Deutschland



Dr. Alexander Lauer,  
Leiter Category  
Management &  
Shopper Marketing

Hunkemöller



Rune Sølvesteen,  
eCommerce Director  
ad interim

Metro



Frank Rehme,  
Vorstand  
POPAl Digital Dach

National  
Geographic



Sven Thierhoff,  
Global Head of  
Business Development

Nestlé Purina  
PetCare



Thorsten Kern,  
Shopper Insights  
Manager

Thalia



Axel Steuck,  
Leiter Marketing

Trendbüro



Prof.  
Peter Wippermann,  
Gründer und Gesellschafter

WMF



Peter Obeldobel,  
Leiter Geschäftsbereich  
Filialen



## Highlight des Abends: Preisverleihung

„Händler des Jahres – Der Konsumentenpreis für den deutschen Einzelhandel“

Machen Sie mit und werden Sie Deutschlands

„Händler des Jahres 2011“

[www.haendlerdesjahres.de](http://www.haendlerdesjahres.de)

Eine Veranstaltung von:

**management forum**  
Verlagsgruppe Handelsblatt

Partner der Veranstaltung:

**POPAl**  
THE EUROPEAN ASSOCIATION FOR PROMOTING AT RETAIL  
D-A-CH

Sponsor:

**nielsen**

Medienpartner:

**absatzwirtschaft**  
contributo marketing  
**display**

**handelsjournal**  
Office&paper

## 09.00 Kurze Begrüßung durch Management Forum und den Vorsitzenden der Veranstaltung,



**Prof. Dr. Hendrik Schröder,**  
Lehrstuhl für Marketing & Handel,  
Universität Duisburg-Essen

## Shopper Insights – Den Shopper und sein Kaufverhalten verstehen

### 09.15 Der „belagerte“ Konsument – Welche Reize wirken (noch)?



- Wie sieht das aktuelle Konsumverhalten aus?
- Welche Medien beeinflussen die Kaufentscheidung des Konsumenten?
- Wie müssen erfolgreiche Wachstumsstrategien heute aussehen?

**Ralf Weustermann,** Retail- und Shopper-Experte,  
The Nielsen Company Germany

### 09.45 Mehr Erfolg am POS:

#### Erkenntnisse der Neuropsychologie



- Wie Kaufentscheidungen am POS fallen
- Trigger und Prinzipien für mehr Erfolg am POS
- Praxisbeispiele

**Dr. Christian Scheier,** Geschäftsführer,  
decode Marketingberatung

## Inszenierung am POS – Internationale Erfolgsbeispiele

### 10.15 The multi-channel opportunity



**Rune Sølvsteen,**  
eCommerce Director ad interim,  
Hunkemöller

### 10.45 „The whole world is digital...until you walk in a store“ – Synchronisation der digitalen mit der physischen Welt am Beispiel adidas Retail



- adidas Retail - Neue Konzepte und Erfolgsbeispiele
- Digitale Medien im adidas Retail

**Andreas Weidner,** Senior Retail Concept Manager,  
adidas AG

### 11.15 Kaffeepause, Networking und Besuch der POS Expo 2011

## Erfolgreiches Shopper- und Retailmarketing

### 11.45 Was ist Shopping, wer sind die Shopper, wo ist der Shop?



- Multichannel-Shopping ist Channel-Hopping
- Convenience – Mehr als nur ein Wort
- Der Shopper hat die Informationsmacht
- Golocal, Qype & Co – Wer sucht, der findet

**Prof. Dr. Hendrik Schröder,** Lehrstuhl für  
Marketing & Handel, Universität Duisburg-Essen

## TOP 1: Convenience und Erlebnis-Shopping

### 12.15 Kultur leben und erfolgreich verkaufen



- Markenstärke entwickeln durch Vernetzung und stetigen Dialog
- Servicekultur schaffen durch kompetente Mitarbeiter und ein konkurrenzloses Angebot
- Marktpulse setzen durch innovative und individuelle Konzepte

**Julia Claren,** Geschäftsführerin,  
Dussmann das KulturKaufhaus GmbH

### 12.45 Emotionalisierung und Inszenierung am POS



**Peter Obeldobel,**  
Leiter Geschäftsbereich Filialen,  
WMF AG

### 13.15 Mittagspause, Networking und Besuch der POS Expo 2011

## TOP 2: Category Management & Shopper Marketing

### 14.15 Umsatzchancen durch optimales Ladenlayout!



- „Total Store“ als ganzheitlicher Ansatz
- Steuerung des Kundenlaufs durch intelligente Regalanordnung
- Richtige Verteilung von Plan- und Impulskaufkategorien
- DOs and DONT's anhand von Praxisbeispielen

**Dr. Alexander Lauer,** Leiter Category Management & Shopper Marketing, Ferrero Deutschland GmbH

### 14.45 Optimierung des Einkaufserlebnisses in der Kategorie Tiernahrung



- Einführung in die Kategorie Tiernahrung
- Shopper Insights als Basis für gemeinsame Kategorieentwicklung von Handel & Industrie
- (Internationale) Umsetzungsbeispiele am POS

**Thorsten Kern,** Shopper Insight Manager,  
Nestlé Purina PetCare Deutschland

## TOP 3: Kundenkarten und Kundendaten

### 15.15 Erfolgreiches Kundenbindungsmanagement im Luxussegment des Textileinzelhandels



- Kunde, Marke, oder beides?
- Die Kundenkarte – Marketinginstrument oder strategisches Asset?
- Luxus muss eine Geschichte erzählen

**Dr. Anke Hoffmann,** Leitung CRM & Strategisches Marketing, E. Breuninger GmbH & Co.

### 15.45 Fragen und Diskussion

### 16.00 Kaffeepause, Networking und Besuch der POS Expo 2011



Prof. Dr. Hendrik Schröder



Ralf Weustermann



Dr. Christian Scheier



Rune Sølvsteen



Andreas Weidner



Julia Claren



Peter Obeldobel



Dr. Alexander Lauer



Thorsten Kern



Dr. Anke Hoffmann



Julia Steiner

## TOP 4: Shopper Marketing auf allen Kanälen

### 16.30 Promotions – Gottes Weg dir zu sagen, dass du zuviel Geld hast?



- Promotions – Ein Allheilmittel?
- Tailormade Promotions – Strategie der Zukunft?
- Auswege aus dem Teufelskreis

**Julia Steiner**, Category Manager, Danone GmbH  
Lehrbeauftragte für Sales Management, Universität  
Duisburg-Essen

### 17.00 Multi-Channel Management als Herausforderung für den Handel – Wie Sie Synergien zwischen On- und Offline Handel schaffen



- Aktuelle Studienergebnisse zum Multi-Channel Verhalten der Konsumenten
- Warum für den stationären Handel kein Weg an Online vorbeiführt
- Erfolgreiche Strategien anhand von Best Practice Beispielen

**Adrian Hotz**, Projektmanager, ECC Handel,  
c/o IfH Institut für Handelsforschung GmbH

### 17.30 Verzahnung von Off- und Online Kommunikation in der Kundenansprache

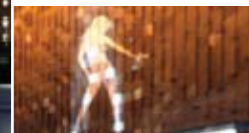


**Axel Steuck**, Leiter Marketing, Thalia

### 18.00 Fragen und Diskussion

### 18.15 Ende des ersten Veranstaltungstages Sekttempfang

### 19.30 Preisverleihung Händler des Jahres



## Highlight des Abends: Preisverleihung „Händler des Jahres 2011“

Seien Sie dabei, wenn im feierlichen Rahmen der Konsumentenpreis „Händler des Jahres 2011“ verliehen wird. Neben dem Gesamtsieger „Ernsting's family“ wurden 2010 folgende Unternehmen ausgezeichnet:



Baby- & Kindermode  
Baufachmärkte  
Bücher und Zeitschriften  
CD, DVD & Games  
Computerbedarf  
Damenmode  
Dessous und Unterwäsche  
Drogerie  
Food to Go  
Garten- und Tierbedarf  
Geschenkartikel  
Haushalts- und Unterhaltungselektronik  
Herrenmode  
Kaufhäuser  
Optiker  
Parfümerie  
Schmuck  
Schuhe  
Spielzeug  
Sport und Freizeit  
Supermärkte  
Telekommunikation  
Wohnen

Ernsting's family  
Bauhaus  
Thalia  
Media Markt  
Media Markt  
Ernsting's family  
Hunkemöller  
dm-drogeriemarkt  
McDonald's  
Fressnapf  
Nanu Nana  
Media Markt  
Esprit  
Galeria Kaufhof  
Fielmann  
Douglas  
Christ  
Deichmann  
Spiele Max  
Intersport  
Lidl  
Saturn  
IKEA

Weitere Informationen zum Konsumentenpreis sowie den Teilnahmemöglichkeiten finden Sie unter: [www.haendlerdesjahres.de](http://www.haendlerdesjahres.de)

Eine Initiative von:



Handelsblatt





**Moderation:**

**Prof. Dr. Hendrik Schröder,**  
Lehrstuhl für Marketing & Handel,  
Universität Duisburg-Essen

## TOP 5: Displays

09.00

**Verpackung macht die Marke**  
**Warum Kundschaft „Kleidung“ sexy findet**

- Die Marke als Leistungsbündel
- Unser Gehirn ist Festplatte der Marke
- Packungsdesign stiftet Orientierung
- Vertraut sein: Der Kunde liebt sich fest
- Vom „äußeren“ zum „inneren Bild“ der Marke
- Packung als „Power-Factor“ am PoS

**Hans-Georg Böcher,** Geschäftsführender Vorstand,  
Deutsches Verpackungsmuseum, Heidelberg



## TOP 6: Keine Angst vorm digitalen Kunden – Neue Medien am POS

### Social Commerce als Brücke zwischen Web 2.0 und POS

09.30

**Der Shopper im Social-Media-Umfeld**

- Veränderung in der Kommunikationskultur
- Veränderung in der Mediennutzung
- Chancen für den Handel

**Frank Rehme,** Vorstand POPAI Digital DACH  
und Innovationsmanager, Metro Group



### Mobile Marketing und Location Based Services

10.00

**Mobile am POS – Möglichkeiten, Ziele, Wirkung**

**Tom Laband,**  
Leiter Mobile Marketing,  
YOC AG



10.30

**Standortbasierte Dienste als große Chance für  
den Handel**

- Vom Push zum Pull
- Werbung regional aussteuern – standortgenau
- Der Prospekt per Mausklick – lokale Internetdienste  
auf dem Vormarsch

**Christian Gaiser,** Geschäftsführender  
Gesellschafter, kaufDa



11.00

**Fragen und Diskussion**

11.15

**Kaffeepause, Networking und  
Besuch der POS Expo 2011**

## Digital Signage – Bewegtbild am POS

11.45

**Hardware-Konzept vs. Kreativ-Idee.**  
**Neue Digitalisierung braucht neue Kreativität!**

Wie die rasante Entwicklung intelligenter  
Technologie im Handel durch intelligente  
Kommunikation bedient werden muss



**Ralf Schliephake,** Produkt- und Vermarktungs-  
management, Out-of-Home Media,  
Telekom Deutschland GmbH –  
Zentrum Mehrwertdienste



**Dr. Andreas Koller,** Managing Director,  
people interactive GmbH

## TOP 7: Shopper Trends 2021

12.15

**Vom Point of Purchase zur kulturellen  
Erlebnisstätte**

**Sven Thierhoff,**  
Global Head of Business Development,  
National Geographic Store, Barcelona



12.45

**Augmented Retail – Wie mobiles Internet,  
Social Media und Geolocation das Shopping  
verändern**

**Prof. Peter Wippermann,**  
Gründer und Gesellschafter,  
Trendbüro



13.30

**Fragen und Diskussion**

13.45

**Mittagspause, Networking und  
Besuch der POS Expo 2011**

15.00

**Ende des Shopper Marketing Kongresses 2011  
und der POS Expo 2011**

## Exklusiv für Sie als Teilnehmer!

Kostenfreier Zugang zu den Vorträgen des  
parallel stattfindenden STORES-Kongresses!  
Weitere Informationen unter:



### Zielgruppe:

**Die Veranstaltung richtet sich u.a. an die Vorstände, Geschäftsführer sowie das leitende Management der Bereiche:**

- Marketing
- Shopper Marketing
- Marktforschung
- POS-Marketing
- Handels-Marketing
- In Store-Marketing
- Category Management
- Produkt-Marketing
- Shopper Insights



Adrian  
Hotz



Axel  
Steuck



Hans-Georg  
Böcher



Frank  
Rehme



Tom  
Laband



Christian  
Gaiser



Ralf  
Schliephake



Dr. Andreas  
Koller



Sven  
Thierhoff



Prof. Peter  
Wippermann

# Grußwort des Veranstalters:

Sehr geehrte Damen und Herren,

immer mehr Unternehmen schichten Ihre Budgets ins Shopper Marketing um. Denn in einer immer stärker fragmentierten Medienlandschaft gewinnt die Botschaft am POS, dem Ort der Kaufentscheidung, mehr und mehr an Relevanz. Professionelles POS- und Shopper-Marketing ermöglichen Handel als auch Industrie neue Chancen, in den nächsten Jahren Wachstum zu generieren.

- Doch durch welche Vermarktungsstrategien überzeugt und begeistert man den Shopper?
- Was bewegt Menschen dazu, ein bestimmtes Produkt zu kaufen?
- Wie relevant sind die neuen Medien für den POS?
- Auf welche Weise informiert sich der Shopper?

Diesen und vielen weiteren Fragen rund um das Thema Shopper- und POS-Marketing widmet sich der Shopper Marketing Kongress 2011, der am 21. und 22. Juni im Kameha Grand Hotel in Bonn stattfindet.

Seien Sie dabei, wenn zahlreiche Experten unter dem Motto:

## **Innovative und erfolgreiche Strategien am POS**

diskutieren. Verpassen Sie nicht diesen Branchentreff und nutzen die Gelegenheit, geschäftliche Kontakte zu knüpfen und zu pflegen.

Wir freuen uns auf Sie.

Stefanie Pracht  
Geschäftsführerin

Barbara Wiestler  
Projektleitung

## Partner:



**POPAI D-A-CH Digital** ist eine Arbeitsgruppe Verband POPAI „Point of Purchase Advertising International“. Der Verband setzt sich seit seiner

Gründung 1936 in den USA für die POP Interessen von Industrie, Handel, POS-Produzenten und Dienstleistern ein. Auf nationaler und internationaler Ebene ermöglicht POPAI den interdisziplinären Informations- und Erfahrungsaustausch für seine weltweit mehr als 2000 Mitglieder, davon 1000 in Europa. Als global agierende Non-Profit Organisation versteht sich POPAI heute als das Kompetenzcenter und die umfassende Kommunikationsplattform für „Marketing at Retail“.

## Sponsor:



**The Nielsen Company** (NYSE: NLSN) ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führender Marktposition in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Erhebung von Mediadaten

in TV, Online, Mobile und anderen Medien, Fachmessen sowie weiteren verwandten Bereichen. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern präsent mit Hauptsitz in New York (USA). In Deutschland ist Nielsen mit drei Standorten (Frankfurt, Hamburg, München) und einem ganzheitlichen Portfolio in der Markt-, Konsumenten- und Medienforschung vertreten.

## Medienpartner:



**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.



**display** – der marktführende Titel im Bereich Warenpräsentationen – informiert über den PoS, stellt Display-Hersteller vor, berichtet über Markenartikler und deren erfolgreiche PoS-Lösungen sowie über Trends im Handel.



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](http://www.handelsjournal.de)



**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](http://www.officeandpaper.de)

## Begleitende Kongressmesse: POS Expo 2011

### Doppelt so viel Kundenpotential

Erstmalig treffen Sie dieses Jahr auf die Teilnehmer der parallel stattfindenden Kongresse: Shopper Marketing 2011 und STORES 2011! Nutzen Sie die Chance, dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen und realisieren Sie so wertvolle zukünftige Geschäftskontakte.

Möchten Sie als Sponsor oder Aussteller auf dem Shopper Marketing Kongress 2011 dabei sein? Dann fordern Sie noch heute unverbindlich Ihr persönliches Angebot an!

### Kontakt:

**Alexandra Hebig**, Sales Manager Sponsoring & Ausstellung  
Telefon: 069/2424-4783  
[hebig@managementforum.com](mailto:hebig@managementforum.com)



# Anmeldeformular

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main



INFOPOST  
Ein Service der Deutschen Post  
ALLEMAGNE Port payé

Bei einer Anmeldung über dieses Formular erhalten Sie durch unseren Partner **POPAI** einen **Sonderpreis von 990,- EUR**.

Der Top-Kongress für Verkaufsförderung und Shopper Insights

## Shopper Marketing

Innovative und erfolgreiche Strategien am POS

# 2011

Finales Programm

21. und 22. Juni, Kameha Grand Hotel, Bonn

## Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich / wir uns an zum **Shopper Marketing Kongress 2011** am 21. und 22. Juni 2011, € 1.290,- zzgl. MwSt. p.P. (inkl. Preisverleihung Händler des Jahres)
- Ja, als Dankeschön möchte ich kostenlos 3 Ausgaben der „absatzwirtschaft“ inkl. Online-Archiv erhalten. Mit der Übermittlung meiner Daten an den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH zum Zwecke der Zustellung bin ich einverstanden. Das Abonnement endet automatisch.
- Ja, hiermit melde ich mich an zur **Preisverleihung Händler des Jahres** am 21. Juni 2011, € 190,- zzgl. MwSt. p.P.
- Ja, wir sind an einer Beteiligung als **Sponsor oder Aussteller** am Shopper Marketing Kongress 2011 interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich Informationen zu.

1. Name  Vorname   
Position  Abteilung   
Telefon\*  Fax

E-Mail\*   
\* 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.

Firma   
Straße   
PLZ  Ort

2. Name  Vorname   
Position  Abteilung   
Telefon\*  Fax

E-Mail\*   
\* 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.

3. Name  Vorname   
Position  Abteilung   
Telefon\*  Fax

E-Mail\*   
\* 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.

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  
Internet: www.managementforum.com

### Veranstaltungsort:

Hotel Kameha Grand Bonn  
Am Bonner Bogen 1, 53227 Bonn  
Tel.: +49 (0) 228 / 4334 - 5000  
Fax: +49 (0) 228 / 4334 - 5005  
E-Mail: info@kamehagrand.com  
EZ: € 175,- inkl. Frühstück

### Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung **direkt** im Hotel unter Berufung auf den „Shopper Marketing Kongress 2011“ vor.

### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.290,- € 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 und das Mittagessen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- erhoben, wenn die Absage spätestens bis 24. Mai 2011 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 24. Mai 2011 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

### Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. DSGVO) widersprechen.

### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.

**Exklusiv für Sie als Teilnehmer!**  
Kostenfreier Zugang zu den Vorträgen des parallel stattfindenden STORES-Kongresses!

