

deutscher handelskongress 14

Handel neu denken

Handel & Politik im Dialog



& KONGRESSMESSE Retail World 14


Moderation



Josef Sanktjohanser
Präsident
Handelsverband
Deutschland – HDE



Andrea Nahles
Bundesministerin für
Arbeit und Soziales
SPD



Dr. Barbara Hendricks
Bundesministerin für
Umwelt, Naturschutz,
Bau und
Reaktorsicherheit **SPD**



Alexander Dobrindt
Bundesminister für
Verkehr und digitale
Infrastruktur **CSU**



Matthias Machnig
Bundesministerium für
Wirtschaft und
Energie **SPD**



Dunja Hayali
ZDF

Nationale Top-Speaker u.a.



Riccardo Sperrle
Chief Information Officer
Tengelmann
Warenhandels-gesellschaft
KG



Jürgen Schulte-Laggenbeck
Mitglied des
Vorstands & CFO
Otto Group



Dieter Holzer
CEO
Tom Tailor Group



Claudia Reinery
Vorsitzende der
Geschäftsführung
Parfümerie Douglas GmbH



Christoph E. Rosa
CEO
CBR Fashion Holding
GmbH



Prof. Dr. Werner Reinartz
Direktor
Institut für Handelsforschung
Universität zu Köln

Internationale Top-Speaker u.a.



Jesús Echevarría
Chief Communications &
Corporate Affairs Officer
Inditex Group 




Ian McLeod
Managing Director
Coles Supermarkets
Pty Ltd 



Tom Cole
Ex-Vice Chairman & Chief
Administrative Officer
Macy's Inc. 



Béatrice Guillaume-Grabisch
Vice-President
Zone Europe
Nestlé SA 



Richard Pennycook
Chief Executive
The Co-operative Group 



Rick Batye
Ex-Vice President &
General Manager
AmazonFresh 

Eine gemeinsame Veranstaltung von



Top-Sponsoren



 Dr. Marcus Ackermann bonprix Handelsgesellschaft mbH	 Ralf Ackermann NEV Systemzentrale GmbH/ Nordmann Unternehmensgruppe	 Dr. Clemens Bachmann Tata Consultancy Services	 James Bacos Oliver Wyman	 Rick Batye AmazonFresh (ehem.) 	 Andreas W. Bauer Roland Berger Strategy Consultants	 Matthias Becker wmf group	 Philip Beil Roland Berger Strategy Consultants	 Gerd Bovensiepen PwC	 Dr. Oliver Breiden METRO PROPERTIES / METRO GROUP
 Rachel Callan John Lewis plc 	 Tom Cole Macy's Inc. (ehem.) 	 Alexander Dobrindt Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur 	 Özgür Doğan Hepsiburada 	 Prof. Dr. Marc Drüner Steinbeis-Hochschule Berlin	 Jesús Echevarría Inditex Group 	 Stefan Edl Facebook Deutschland	 Dorothea Ern-Stockum Kurt Salmon Germany GmbH	 Hans-Dieter Ernst Ernsting's family	 Marc Feige Cheil Germany GmbH
 Benjamin Ferreau comosoft GmbH	 Mathias Fiedler MODOMOTO Curated Shopping GmbH	 Andreas Fischer MODOMOTO Curated Shopping GmbH	 Prof. Dr. Johann Füller HYVE AG	 Olaf Gens REWE Group	 Stefan Genth Handelsverband Deutschland – HDE	 Tobias Giese Intershop Communications AG	 Béatrice Guillaume-Grabisch Nestlé SA 	 Till Guthmann Deloitte	 Dunja Hayali ZDF
 Peter Heckmann Strategy&	 Prof. Dr. Gerrit Heinemann Hochschule Niederrhein	 Dr. Barbara Hendricks Bundesministerin für Umwelt 	 Markus Hepp The Boston Consulting Group GmbH	 Gill Hide Tata Consultancy Services 	 Dieter Holzer Tom Tailor Group	 André Kälin Perspectix AG	 Dirk Kemmerer arvato AG	 Katharina Kindrat Cheil Germany GmbH	 Michael Kliger eBay Enterprise
 Christoph Kutmon D. SWAROVSKI KG	 Corinna Lampadius SPIEGEL TV	 Kerstin Lehmann OC&C Strategy Consultants GmbH	 Andreas Leihener DeutschlandCard GmbH	 Hartmut Lösch Favendo GmbH	 Matthias Machnig Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 	 Rainer Maerkle Holtzbrinck Ventures	 Ian McLeod Coles Supermarkets Pty Ltd 	 Merle Meier-Holsten Mondelez Deutschland	 Markus Mischko iglo GmbH
 Rigo Müller C-house Marketing GmbH	 Andrea Nahles Bundesministerin für Arbeit und Soziales 	 Marc Neurath GALERIA Kaufhof GmbH	 Marco Nink Gallup GmbH	 Sebastian Paas KPMG AG Wirtschaftsprüfungs- gesellschaft	 Richard Pennycook The Co-operative Group 	 Peter Pittgens Deutsche Post AG	 Marc Ramelow Modehaus Gustav Ramelow KG	 Stefan Rasch The Boston Consulting Group GmbH	 Prof. Dr. Werner Reinartz Institut für Handelsfor- schung, Universität zu Köln
 Claudia Reinery Parfümerie Douglas GmbH	 Thorsten Rodehüser Mondelez Deutschland	 Christoph E. Rosa CBR Fashion Holding GmbH	 Michael Rumerstorfer Planet Sports GmbH	 Josef Sanktjohanser Handelsverband Deutschland – HDE	 Rupert Schädler Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG	 Uwe Scheuermann Vileda GmbH	 Dr. Andreas Schobert Hornbach-Baumarkt AG	 Prof. Dr. Hendrik Schröder Universität Duisburg-Essen	 Jürgen Schulte-Laggenbeck Otto Group
 Prof. Dr. Stephan Seeck Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin – HTW	 Dr. Dirk Seifert FUDAN University Shanghai	 Susanne Sorg Tchibo GmbH	 Riccardo Sperle Tengelmann Warenhandels-gesellschaft KG	 Dr. Jean-Jacques van Oosten REWE Group	 Christian Vater Spendenbewegung DEUTSCHLAND RUNDET AUF	 Peter von Elm Leffers & Co. GmbH & Co. KG	 Dirk Vonten Samsung Electronics GmbH	 Wolfgang Wanning Team Retail Excellence GmbH	 Egbert Wege Roland Berger Strategy Consultants
 Damian Welch Mars Inc. 	 Nils Winkler Yapital	 Inga Wolf emnos GmbH	 Negin Yeganegy ThoughtWorks 	 Christian Ziegfeld OC&C Strategy Consultants GmbH	 Dr. Stephan Zoll eBay Germany				

Handel neu denken



Sehr geehrte Damen und Herren,

getrieben vom technologischen und gesellschaftlichen Wandel, verändern sich die Strukturen im Handel aktuell mit einer enormen Geschwindigkeit und Komplexität.

Zusätzlich erleichtern diese Veränderungsprozesse auch Herstellern und Dienstleistern die Übernahme von Handelsfunktionen und den direkten Zugang zum Konsumenten. Die klassischen Branchengrenzen weichen weiter auf.

Diesen kontinuierlichen Strukturwandel nicht einfach „nur“ anzunehmen, sondern ihn sich zunutze zu machen und mit innovativen Strategien und außergewöhnlichen Konzepten aktiv zu gestalten, ist jetzt eine der größten Herausforderungen für den deutschen Einzelhandel. Flexibilität, Geschwindigkeit und Innovation zählen in diesem dynamischen Marktumfeld mehr denn je zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren.

Handel neu denken lautet daher das diesjährige Motto, das nicht nur für den Kongress sondern in diesen Tagen für die gesamte Branche gilt.

Angesichts dieser Entwicklungen stehen insbesondere folgende Fragestellungen im Mittelpunkt des Deutschen Handelskongresses 2014:

- Was sind die Treiber der Veränderungen?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich aus dem Strukturwandel?
- Wie lassen sich Geschäftsmodelle erfolgreich an die neuen Rahmenbedingungen anpassen?
- Welche Innovationen und Formate braucht der Markt?
- Was will der Kunde?
- Wie sehen Handelsszenarien der Zukunft aus?
- Mit welchen Maßnahmen kann die Politik den Strukturwandel konstruktiv begleiten?

Wir laden Sie herzlich ein, gemeinsam mit uns über diese und weitere hochaktuelle Themen zu diskutieren. Hören Sie visionäre Keynotes, Dialoge zwischen Handel & Politik, spannende CEO-Round Tables und exklusive Best Practices von mehr als **80 nationalen und internationalen Branchenexperten** und sichern Sie sich das Wissen der renommiertesten Handelsspezialisten aus erster Hand.

Die zweitägige hochkarätige und vielfältige Kongressagenda ist wie immer eingebettet in ein spektakuläres Rahmenprogramm mit begleitender Kongressmesse, Verleihung des Deutschen Handelspreises und der legendären Retailers' Night.

Wir freuen uns darauf, Sie am **19. und 20. November 2014** auf Deutschlands Top-Jahreskongress für den Einzelhandel und seine Partner zu begrüßen.

Ihr Kongressbeirat

Der Kongressbeirat



Josef Sanktjohanser
Gesellschafter
PETZ REWE GmbH;
HDE-Präsident



Ernst Läger
Geschäftsf. Gesellschafter
Benno Marstaller KG



Markus Mosa
Vorstandsvorsitzender
EDEKA AG



Friedrich G. Conzen
Inhaber
F.G. Conzen GmbH



Prof. Dr. Timm Homann
CEO
Ernsting's Family
Unternehmensgruppe



Horst Lenk
Inhaber
Mode Lenk GmbH



Lovro Mandac
Vorsitzender der
Geschäftsführung
GALERIA Kaufhof GmbH



Friedhelm Dornseifer
Geschäftsf. Gesellschafter
Unternehmensgruppe
Friedhelm Dornseifer



Robert Andreas Hesse
Inhaber
Möbel Hesse



Dr. Daniel Terberger
Vorstandsvorsitzender
KATAG AG



Steffen Jost
Inhaber
Jakob Jost GmbH



Stefan Genth
HDE-Hauptgeschäftsführer

18. November 2014

RETAIL INNOVATION TOUR BERLIN

Erfahren Sie auf dieser exklusiven Berlin Tour alles über innovative Store Designs und die neuesten Technologien für den PoS.

Entdecken Sie gemeinsam mit unseren Experten die Trendmetropole, blicken Sie hinter die Kulissen der angesagtesten Stores und lassen Sie sich von kreativen Köpfen und Konzepten inspirieren.

Am Vormittag gibt es spannende Vorträge im 25hours Hotel BIKINI BERLIN. Am Nachmittag werden dann innovative Stores und Unternehmen vor Ort besichtigt.

Freuen Sie sich auf folgende Highlights!



Retail
Innovation
Tour 2014

Sichern Sie sich einen der begrenzten Plätze und verbinden Sie den Besuch des Deutschen Handelskongresses mit der Retail Innovation Tour 2014.
Melden Sie sich jetzt an! (Anmeldeformular auf der letzten Seite.)

Das ausführliche Tour-Programm erhalten Sie unter:
www.managementforum.com/innovation-tour

18. November 2014

MICROSOFT @ DHK – DAS VORABEND EVENT ZUM DHK 2014

Am Vorabend des Deutschen Handelskongresses laden die Kongressveranstalter und Microsoft ab 17 Uhr zu einem Treffen „Unter den Linden“ ein: Nutzen Sie im Anschluss an zwei informative und inspirierende Vorträge von Michael Gerling, EHI Retail Institute, und Frank Rehme, gmteam, die Gelegenheit zum Networking.



Bitte melden Sie sich unter
www.j.mp/MicrosoftDHK an.

09.00 – 19.30

KONGRESSMESSE **14**
Retail World

Hier informieren rund 50 Top-Lieferanten, Dienstleister und Beratungsunternehmen über die neuesten Produkte, Services und Strategien für den Handel. Ein informatives Messeprogramm mit Fachvorträgen in der Speakers' Corner runden Ihren Besuch der Retail World ab.



Moderation
Dunja Hayali, ZDF

Top-Themen im Plenum

Saal Maritim

09.00 – 09.10 Eröffnung des Deutschen Handelskongresses 2014

TOP 1 Handel neu denken

09.10 – 09.40 Kongresseröffnung durch den HDE-Präsidenten & Grußwort aus dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Josef Sanktjohanser,¹ Präsident,
Handelsverband Deutschland – HDE

Matthias Machnig,²
Staatssekretär, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie



09.40 – 10.00 Handel 2020 – Wie sich der Einzelhandel entwickelt und was dies für die Innenstädte bedeutet

Prof. Dr. Werner Reinartz, Direktor,
Institut für Handelsforschung, Universität zu Köln



TOP 2 Zusammenarbeit Handel & Hersteller

10.00 – 10.30 Zukunftsfragen an eine erfolgreiche Partnerschaft

- Wie verändert sich die Hersteller-Händlerbeziehung in Abhängigkeit des technologischen und gesellschaftlichen Wandels?
- Was sind die Voraussetzungen für ein effizientes Multikanal Supply Chain Management?
- Welche Rolle spielen Innovationen im Spannungsfeld zwischen Hersteller- und Handelsmarken?
- Welche Auswirkungen haben die steigenden Rohstoff- und Energiepreise?
- Wie lassen sich Synergieeffekte stärken und Reibungsverluste abbauen?

Béatrice Guillaume-Grabisch,
Vice-President Zone Europe, Nestlé SA



TOP 3 Neuausrichtung – Dem Wandel aktiv begegnen

10.30 – 10.50 Coles erfolgreicher Turnaround – Ein Praxisbericht aus Australien

Ian McLeod,
Managing Director, Coles Supermarkets Pty Ltd
(Simultanübersetzung)



10.50 – 11.20 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

TOP 4 Der Einfluss der Digitalisierung auf den Handel

11.20 – 12.00 Digital auf der Fläche – Das neue Einkaufserlebnis
Eine gemeinsame Studie von Kurt Salmon und HDE

IMPULS & DIALOG

- Welche Rolle wird die Fläche in einer Omnichannel-Welt spielen?
- Wie werden mit zunehmender Digitalisierung auf der Fläche Kundenerwartungen und Einkaufsgewohnheiten aussehen?
- Was bedeutet dies für die Handelsformate, für die Mitarbeiter und für die Städte?
- Wie kann der stationäre Handel seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern?
- Welche Herausforderungen ergeben sich für das Handelsmanagement aus „dem neuen Einkaufserlebnis“?

Dorothea Ern-Stockum,¹ Geschäftsführerin,
Kurt Salmon Germany GmbH

Es diskutieren
Tom Cole,² Ex-Vice Chairman & Chief Administrative Officer,
Macy's Inc. (Simultanübersetzung)

Marc Ramelow,³ Geschäftsführer,
Modehaus Gustav Ramelow KG

Riccardo Sperrle,⁴ Chief Information Officer,
Tengelmann Warenhandels-Gesellschaft KG

Dr. Stephan Zoll,⁵ Vice President, eBay Germany



TOP 5 Handel & Politik im Dialog – Part I

12.00 – 13.00 Digitalisierung & Strukturwandel

Herausforderung Infrastruktur – Neue Wege für den Handel

Alexander Dobrindt,¹

Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur

Klimaschutz und demografische Entwicklung – Zwei Herausforderungen für den Handel
Dr. Barbara Hendricks,²

Bundesministerin für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Im Dialog mit
Stefan Genth,³ Hauptgeschäftsführer,
Handelsverband Deutschland – HDE



13.00 – 14.15 Lunch- und Kommunikationspause auf der Retail World

14.00 – 17.30 HDE-Delegierten-Versammlung im Saal Maritim

3 parallele Strategieforen + 1 interaktiver Workshop (Workshop siehe Seite 4)

1 Evolution, Expansion und dann? Wer stagniert und wer wächst flächenbereinigt?

Brasserie



Vorsitz & Moderation: James Bacos,
Global Retail & CPG Practice Leader, Oliver Wyman

14.15 – 14.35

Evolution, Expansion und dann? Wer stagniert und wer wächst flächenbereinigt?

- Grenzen der natürlichen Expansionsfähigkeit
- Neue „Lebenszyklusphase“ – Wachstum basierend auf Bestandskundschaft bzw. -fläche
- Schlüssel für Wachstum und Dynamik in der Reifephase
- Learnings von Unternehmen, die es geschafft haben bzw. gerade daran arbeiten
- Wie können traditionelle Händler erfolgreich mit dem Paradigmenwechsel durch E-Commerce umgehen?

James Bacos, Global Retail & CPG Practice Leader,
Oliver Wyman



14.35 – 14.55

Wie gelingt Wachstum in reifen Märkten?

- Produktivitätssteigerung auf bestehender Fläche – Erfahrungen aus dem britischen LEH
- Warum es keine Alternative gibt
- Herausforderungen, notwendige Kultur, Kompetenzen und Erfolgsfaktoren

Richard Pennycook, Chief Executive, The Co-operative Group
(Simultanübersetzung)



14.55 – 15.15

Wie sollten sich traditionelle Handelsunternehmen für die E-Commerce-Herausforderung rüsten?

- Können es sich traditionelle Händler leisten, E-Commerce außen vor zu lassen?
- Welche Fähigkeiten müssen entwickelt werden?
- Welche Chancen und Erfolgsfaktoren gibt es?
- Konkrete Handlungsempfehlungen aus der Praxis

Rick Batye, Ex-Vice President & General Manager, AmazonFresh
(Simultanübersetzung)



15.15 – 15.45

ROUND TABLE

Wie gelingt Wachstum in der Reifephase? Chancen, Strategien und Erfolgsfaktoren

Es diskutieren die Referenten des Strategieforums.
(Simultanübersetzung)

2 Was Kunden wollen und welche Händler sind darauf eingestellt?

Salon Riga



Vorsitz & Moderation: Kerstin Lehmann,
Partner, OC&C Strategy Consultants GmbH

14.15 – 14.45

Was Kunden wollen – Die Ergebnisse des OC&C Proposition-Index 2014

- And the Winner is... – Wie beurteilen die Konsumenten das Leistungsversprechen der 80 führenden deutschen Händler?
- Kanal total – Wie verändert sich die Customer Journey?
- Obenauf – Was sind die neuen Erfolgsfaktoren für stationäre und Online-Formate?
- Die Hausaufgaben – Welche führenden Händler stehen vor ungelösten Herausforderungen?

Christian Ziegfeld, Partner,
OC&C Strategy Consultants GmbH



14.45 – 15.15

Ein Praxisblick auf die Ergebnisse

- Was haben die diesjährigen Gewinner des Proposition Index richtig bzw. besser gemacht als der Wettbewerb?
- Stabilität und Veränderungstoleranz von Propositions – Wie viel Bewegung akzeptieren Kunden? Wie viel regelmäßige Aktualisierung brauchen Propositions?
- Welche Herausforderungen stellt zunehmendes Online-/ Multichannelgeschäft an eine konsistente Proposition? Wie viel „Dehnung“ ist nötig und möglich?

Dr. Marcus Ackermann,¹ Vorsitzender der Geschäftsführung,
bonprix Handelsgesellschaft mbH

Matthias Becker,² President Consumer Goods,
wmf group

Claudia Reinery,³ Vorsitzende der Geschäftsführung, Parfümerie Douglas GmbH

Kerstin Lehmann,⁴ Partner,
OC&C Strategy Consultants GmbH



IMPULSE

15.15 – 15.45

ROUND TABLE

Wie können Händler an ihrer Proposition arbeiten? Welche Erfolgsrezepte und welche Stolperfallen zeigt die Praxis?

Es diskutieren die Referenten des Strategieforums.

3 Modern Retail – Innovative Handelskonzepte im Fokus

Salon Dublin



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

14.15 – 14.25

Modern Retail – Welche Innovationen die Konsumenten vom stationären Handel erwarten
Ergebnisse einer aktuellen Studie von PwC und Strategy&

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



14.25 – 14.45

Trends im Handel – Herausforderungen durch Kunden und Wettbewerber

- Demografischer Wandel, Kundenbedürfnisse, Wettbewerbs-herausforderung, Vertikalisierung und iWorld
- Welche Best Practices gibt es im Handel?
- Antworten der REWE Group auf die Herausforderungen

Olaf Gens, Leiter Corporate Development &
Controlling – Marktforschung, REWE Group



14.45 – 15.05

Next Generation Retail – Der Handel im Wettbewerb zu neuen Geschäftsmodellen

- Die Sicht eines VC Investors auf den Wandel im (Online-)Handel
- Mobile, Social, Curation, Subscription, Multi-Channel, Same-day Delivery, Click-and-Collect, Loyalty, etc. – Welche aktuellen Hot Topics gibt es für Start-ups im Onlinehandel?

Rainer Maerkle, Partner, Holtzbrinck Ventures



15.05 – 15.25

Move Fast. Build Brands. Sell Things.

- Facebooks rasante Entwicklung zum „Mobile First“- Unternehmen spiegelt die Bedürfnisse der Menschen wider
- Im digitalen Zeitalter gewinnt der Aufbau starker Marken über alle Kontaktpunkte hinweg weiter an Gewicht
- Händler müssen dort präsent sein, wo die Menschen die meiste Zeit verbringen – Über alle Endgeräte hinweg

Stefan Edl, Client Partner Retail, Facebook Deutschland



15.25 – 15.45

ROUND TABLE

Innovative Handelskonzepte

Es diskutieren die Referenten des Strategieforums und
Peter Heckmann, Vice President und Retail & Consumer
DACH Leader, Strategy&



WORKSHOP 1

14.15 – 15.45

Teilnehmerzahl begrenzt

Omnichannel-Commerce

Workshopleitung: Tobias Giese, Manager PreSales EMEA, Intershop Communications AG

Salon Paris



Warum Sie jetzt auf die Bremse treten müssen, um morgen mit Sicherheit nicht mehr zu existieren

In diesem interaktiven Praxisworkshop werden die größten Herausforderungen im Omnichannel-Commerce evaluiert und Handlungsempfehlungen abgeleitet. Dabei werden konkrete Lösungsstrategien vorgeschlagen und anhand von jeweiligen Best-Practice-Beispielen u.a. von Majestic Wine und Sport Scheck aufgezeigt, wie und warum welche Strategie zum Erfolg führt.

Darüber hinaus wird ein Einblick in die Trendthematik Experience Driven Commerce gegeben und aufgezeigt, was in Zukunft noch alles denkbar und machbar ist. U.a. ergeben sich durch die Integration des Adobe Experience Managers in die IS7 Commerce-Plattform neue profitable Möglichkeiten für Experience-Driven Commerce.

15.45 – 16.30 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

3 parallele Strategieforen + 1 interaktiver Workshop

4 Transformation – Wie Händler erfolgreich ihr Geschäftsmodell an veränderte Rahmenbedingungen anpassen können

Brasserie



Vorsitz & Moderation:

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

16.30 – 17.00

Besondere Herausforderung bei der Transformation eines Handelsunternehmens – Und wie diese gemeistert werden können

- Herausforderung – Verschiedene Mega-Trends wie Digitalisierung und Vertikalisierung verursachen beschleunigte Transformationsdynamik im Handel
- Praxisbeispiele – Erfolgreiche Transformationen balancieren kurzfristige Finanzierungshebel mit mittelfristiger Anpassung des Geschäftsmodells
- Langer Atem – Wie die Veränderung aktiv gemanagt und dauerhaft im Unternehmen verankert werden kann



Stefan Rasch, Senior Partner & Geschäftsführer, The Boston Consulting Group GmbH

17.00 – 17.30

Die Transformation von Coles – Wie andere Händler von den Erfahrungen profitieren können

- Finanzierung – Welche Hebel sich zur kurzfristigen Absicherung des Ertrags als effektiv erwiesen haben
- Neuerfindung – Welche Elemente bei der Definition des neuen Geschäftsmodells erfolgreich waren
- Change Management – Wie die Mitarbeiter auf den Weg mitgenommen werden können



Ian McLeod, Managing Director, Coles Supermarkets Pty Ltd (Simultanübersetzung)

17.30 – 18.00

ROUND TABLE

Wie kann man Transformationen erfolgreich über die verschiedenen Phasen managen?

- Woran erkennt man die Notwendigkeit für eine Transformation – Welche Warnsignale zählen wirklich?
- Welche Voraussetzungen müssen am Beginn einer Transformation geschaffen werden?

Es diskutieren die Referenten des Strategieforums und weitere. (Simultanübersetzung)

5 Omnichannel-Retailing – Multikanalstrategien erfolgreich planen und umsetzen

Salon Riga



Vorsitz & Moderation:

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

16.30 – 17.00

Der Konsument im Fokus – Optimierte Omnichannel-Retailing durch umfassende Customer Insights

- Kunde 3.0 – Wie tickt der Kunde von heute?
- 360° Kundenorientierung durch Multipartner-Bonusprogramme
- Optimierte Omnichannel-Marketing dank branchen- und kanalübergreifender Customer Insights

Dirk Kemmerer,¹ Geschäftsführer & Solution Group Head Digital Marketing DACH, arvato AG
Andreas Leihener,² Leitung Corporate Partner Management & Akquisition & Mitglied der Geschäftsleitung, DeutschlandCard GmbH



17.00 – 17.30

A fresh new look at Omnichannel Retailing

- Vor welchen Herausforderungen stehen online und stationäre Händler beim Eintritt ins Multi-Channel Geschäft?
- Welche Learnings gibt es wechselseitig hinsichtlich der beiden alternativen Vertriebskanäle?
- Wie lassen sich Synergien heben und Barrieren abbauen?
- Welche Erfahrungen hat eBay in der Praxis gesammelt
- Welche Erfahrungen gibt es bei der METRO zum Thema Omnichannel

Dr. Oliver Breiden,¹ Head of Program Office, METRO PROPERTIES / METRO GROUP
Michael Kliger,² Managing Director International, eBay Enterprise



17.30 – 18.00

Strategischer Nutzen eines kanalübergreifenden Bezahlensystems für den Multichannel-Retail

- Erfahrungswerte aus dem Mobile-Payment-Markt – Bezahlen alleine ist unzureichend, Zusatznutzen entscheidend für die Konsumenten
- Best Practice Example – Yapital bei SportScheck

Nils Winkler, CEO, Yapital



6 Reinventing Retail – Die stationäre Antwort auf Online

Salon Dublin



Vorsitz & Moderation:

Andreas W. Bauer, Senior Partner, Roland Berger Strategy Consultants

16.30 – 17.00

Das stationäre Geschäftsmodell der Zukunft – Wie Ihre Flächen erfolgreich bleiben

Ergebnisse einer exklusiven Studie von Roland Berger in Zusammenarbeit mit dem HDE und der HYVE AG

- Frequenzrückgang stoppen, Kundenausschöpfung steigern – Zukunftsorientierte Weiterentwicklung des stationären Modells
- Gründe für die Abwanderung zu Online Pure Playern – Wo hat der stationäre Handel Nachholbedarf?
- Was können stationäre Antworten auf Online sein – Differenziert nach Kundensegmenten, Kaufanlässen und Produktkategorien?

Philip Beil,¹ Senior Partner Consumer Goods & Retail, Roland Berger Strategy Consultants
Egbert Wege,² Partner Consumer Goods & Retail, Roland Berger Strategy Consultants



17.00 – 17.20

The Bright Future of Retail Stores – How the Internet and Highstreet will become friends

- Das Tom Tailor Retail Erfolgsmodell – 22 Quartale like for like Wachstum
- Die Kundenbedürfnisse im Zentrum einer perfekten Kanalintegration

Dieter Holzer, CEO, Tom Tailor Group



17.20 – 17.40

Innovative Ideen und Konzepte für den stationären Handel

- Mittels innovativer Ideen Kunden wieder begeistern
- Konkrete neue Konzepte und Formatideen, die die unerfüllten Kundenbedürfnisse am besten adressieren
- Innovation als Teil des stationären Geschäftsmodells

Prof. Dr. Johann Füller, CEO, HYVE AG



17.40 – 18.00

ROUND TABLE

Stationäre Kundenerlebnisse erfolgreich gestalten

Es diskutieren die Referenten des Strategieforums und

Hans-Dieter Ernst,¹ Vorsitzender der Geschäftsführung, Ernsting's family
Dr. Jean-Jacques van Oosten,² Chief Digital Officer, REWE Group



WORKSHOP 2

16.30 – 18.00

Teilnehmerzahl begrenzt

Zukunft des Retail Marketing

Workshopleitung: Marc Feige,¹ Vice President, Cheil Germany GmbH

Katharina Kindrat,² Marketing Service Manager, Cheil Germany GmbH

Salon Paris



The Future of Retail Marketing

In diesem Workshop wird die Zukunft des Retail Marketings sichtbar gemacht. Basierend auf einer weltweit und in Zusammenarbeit mit TrendOne durchgeführten Studie wurden 13 führende Trends im Retail ausgemacht, die weit über die vielfach zitierten Buzz-Trends wie Omnichannel und Big Data hinausgehen.

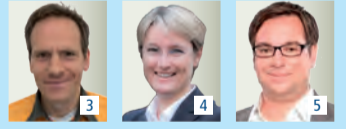
Belegt und anfassbar werden die Trends durch insgesamt 130 Projekte, die es uns in dem Workshop erlauben, ein Zukunftsbild des Retail in 5 Jahren zu skizzieren. Ein Bild, das Ihnen schon heute erlauben wird, Ihre Retail Strategien danach auszurichten.

u.a. mit folgenden Praxisexperten als Co-Referenten:

Dr. Andreas Schobert,³ Leitung E-Business, Hornbach-Baumarkt AG

Susanne Sorg,⁴ Head of Cross Channel, Tchibo GmbH

Dirk Vonten,⁵ Head of Retail Management / Corporate Marketing, Samsung Electronics GmbH



18.00 Sektempfang & Get-Together auf der Retail World

18.30 Business Speed Dating – 45 Minuten • 10 wertvolle Businesskontakte

Saal Berlin Lernen Sie im Anschluss an den ersten Kongresstag unsere hochkarätigen Referenten und Teilnehmer bei einem netten Come-Together kennen. Knüpfen Sie innerhalb von nur **45 Minuten 10 wertvolle Businesskontakte** – das ist Networking pur.



Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel



CEO-Round Table



D. Hayali, Dr. A. Wiele, H.-J. Jakobs (v. l.)



Dr. Michael Otto



Strategieforum

ABENDEVENT deutscher handelspreis 14

19. November 2014 • ab 19.30

Saal Maritim



Erleben Sie die Verleihung des Deutschen Handelspreises 2014 im Rahmen eines glanzvollen Gala-Dinners. Ausgezeichnet werden herausragende Einzelhändler in den Kategorien Mittelstand und Großunternehmen sowie eine Persönlichkeit des deutschen Einzelhandels für ihre außergewöhnliche Managementleistung. Die Nominierung und Auswahl der Preisträger erfolgt durch eine Jury namhafter Branchenvertreter.



Durch den Abend führt **Corinna Lampadius**, SPIEGEL TV

Ein weiterer emotionaler Höhepunkt des Abends ist die Kür des Gesichts des Handels, einem offenen Ausschreibungswettbewerb des Handelsverbands Deutschland (HDE), an dem alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Einzelhandels teilnehmen können. Bewerben Sie sich jetzt! Weitere Informationen und Teilnehmerbewerbung unter: www.einzelhandel.de/gesicht



Die Preisträger 2013: Thomas Busch, Penelope Wasyluk, Musikhaus Thomann

Lassen Sie sich überraschen, wer 2014 die Gewinner der begehrten Auszeichnungen sind ...

... 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.



Gala-Dinner



Eventsponsor

KONGRESSMESSE Retail World 14

19. November 2014 • 9.00 – 19.30
20. November 2014 • 9.00 – 16.00



Zentraler Branchentreff mit Top-Themen, guten Referenten und einem angenehmen Rahmen zum Erfahrungsaustausch und Networking.
Marcel Leskow, PwC

Auf der Retail World 2014 treffen Sie in exklusivem Umfeld auf die Entscheidungsträger des deutschen Einzelhandels!

Nutzen Sie als Aussteller die Retail World und ...

- präsentieren Sie sich als kompetenter Partner und Lösungsanbieter,
- stärken Sie Ihre bestehenden Geschäftsbeziehungen,
- knüpfen Sie neue Businesskontakte,
- steigern Sie Ihre Bekanntheit im Markt und
- vermeiden Sie dabei unnötige Streuverluste!

Erstmals errichten wir auf der Retail World 2014 eine **Speakers' Corner**, auf der Sie sich **inhaltlich mit einem Fachvortrag** dem hochkarätigen Kongresspublikum und den **externen Messebesuchern präsentieren** können.



Gerne beraten wir Sie auch zu einem **Sponsoring** des Deutschen Handelskongresses und berücksichtigen dabei Ihre individuellen Marketing- und Vertriebsziele.

Ihre Ansprechpartnerin



Marylka Abraham,
Senior Sales Manager
Sponsoring & Ausstellung
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 75
E-Mail: abraham@managementforum.com

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

20. November 2014

09.00 – 16.00

KONGRESSMESSE
Retail World 14

Hier informieren rund 50 Top-Lieferanten, Dienstleister und Beratungsunternehmen über die neuesten Produkte, Services und Strategien für den Handel. Ein informatives Messeprogramm mit Fachvorträgen in der Speakers' Corner runden Ihren Besuch der Retail World ab.



Moderation
Dunja Hayali, ZDF

Top-Themen im Plenum

Saal Maritim

TOP 6 CFO Agenda 2020

09.00 – 09.30 Digitalisierung und andere Herausforderungen

Jürgen Schulte-Laggenbeck, Mitglied des Vorstands & CFO,
Otto Group



TOP 7 Modern Retail – Best Performer im Fokus

09.30 – 10.10 New Benchmarks in Fashion-Retail – The Story of INDITEX

Jesús Echevarría, Chief Communications & Corporate Affairs Officer,
Inditex Group
(Vortrag in englischer Sprache)



10.10 – 10.40 Innovationsmanagement in disruptiven Märkten – Das Unternehmerprinzip der CBR Gruppe

Christoph E. Rosa, CEO,
CBR Fashion Holding GmbH



TOP 8 Social Retail – Verantwortlich Handeln

10.40 – 11.00 Sichtbar, transparent, nachhaltig – Die bewegende Partnerschaft von DEUTSCHLAND RUNDET AUF und Kaufland

Rupert Schädler,¹ Vorstand Ware International,
Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG
Christian Vater,² Gründer,
Spendenbewegung DEUTSCHLAND RUNDET AUF



11.00 – 11.45 Kaffee- und Kommunikationspause auf der Retail World

11.45 – 13.15 6 parallele Praxisforen (Detaillierte Informationen siehe Seite 6)

Brasserie	Salon Paris	Salon Riga
1 Consumer Insights	2 Handel & seine Partner	3 Handelsmarketing
Salon Moskau	Salon Wien	Salon Dublin
4 Handelslogistik & ECR	5 Globale Märkte	6 Digital Retail

13.15 – 14.15 Lunch- und Kommunikationspause auf der Retail World

TOP 9 Handel & Politik im Dialog – Part II

14.15 – 15.15 Gute Arbeit – Zur Rolle der Beschäftigungspolitik im Handel

Josef Sanktjohanser,¹
Präsident, Handelsverband Deutschland – HDE
Andrea Nahles,²
Bundesministerin für Arbeit und Soziales



15.15 Ende des „Deutschen Handelskongresses 2014“



6 parallele Praxisforen

1 Consumer Insights

Brasserie

Vorsitz & Moderation: Prof. Dr. Marc Drüner, Institut für Marketing und Innovationsmanagement, Steinbeis-Hochschule Berlin



11.45 – 12.15

Von „Big Data“ zu „Smart Data“ – Konkreter Nutzen aus der Datenflut

- Big Data – Konkret in Zahlen und Fakten
- Big Data zentral – Abteilungsübergreifende Prozesse miteinander vernetzen
- Big Data Transfer – Feedback aus den Vertriebskanälen zur effizienteren Nutzung nachgelagerter und zukünftiger Werbemaßnahmen wie z.B. einer POS 3D App

Ralf Ackermann,¹ Organisationsleitung, NEV Systemzentrale/Nordmann Unternehmensgruppe
Benjamin Ferreau,² Head of Sales, comosoft GmbH



12.15 – 12.45

Kundensegmentierung als Erfolgsmodell – Wohin geht die Reise?

- Wie verändern sich die Kundenwünsche und welche Auswirkungen hat dieser Wandel auf den Marketing-Mix?
- Wie nutzt GALERIA Kaufhof die Vielfalt der Multichannel-Kanäle und was bringt die Zukunft?
- Der „kundenzentrische Ansatz“ von GALERIA Kaufhof – Planung, Umsetzung, Ergebnisse und Ausblick

Marc Neurath,¹ Head of CRM, GALERIA Kaufhof GmbH
Inga Wolf,² Senior Manager Analytics, emnos GmbH



12.45 – 13.15

Curated Shopping – Gemeinsam mit dem Kunden wachsen

- Wie gelingt es individuelle Kundenprofile zu erstellen?
- Wie nimmt MODOMOTO Kundenbedürfnisse wahr und setzt sie in Produkte um?
- Warum Maschinen keinen Stil haben

Mathias Fiedler,¹ CTO & Co-Gründer, MODOMOTO Curated Shopping GmbH
Andreas Fischer,² Geschäftsführer & Co-Gründer, MODOMOTO Curated Shopping GmbH



4 Handelslogistik & ECR

Salon Moskau

Vorsitz & Moderation: Prof. Dr. Stephan Seeck, Professor für Logistik und Supply Chain Management, Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin – HTW



11.45 – 12.15

Wohin entwickelt sich die Handelslogistik?

- Ergebnisse und Interpretationen zur aktuellen Studie Handelslogistik
- Was sind die Faktoren einer erfolgreichen Handelslogistik?
- Welche Trends werden die Entwicklungen in der Handelslogistik bestimmen?

Prof. Dr. Stephan Seeck, Professor für Logistik und Supply Chain Management, Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin – HTW

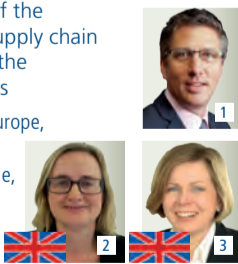


12.15 – 12.45

Interconnected retail – Transforming the retail supply chain to meet the demands of omnichannel retailing

- Meeting the demands of the connected customer means retailers need to work towards transparency across their supply chain
- Supporting an integrated channel approach is an essential ingredient for an effective and profitable fulfilment strategy
- Insights „from the field“ – hear how one of the leading UK retailers is transforming their supply chain
- Learn about German retailers' priorities in the advancement of omnichannel supply chains

Dr. Clemens Bachmann,¹ Retail Lead Central Europe, Tata Consultancy Services
Rachel Callan,² Business Lead Pioneer Programme, John Lewis plc
Gill Hide,³ Head of Retail Europe, Tata Consultancy Services
(Vortrag in englischer Sprache)



12.45 – 13.15

Supply Chain Excellence – Wie funktioniert effizientes Lieferkettenmanagement?

Lassen Sie unsere Teilnehmer wissen, wie Sie die Supply Chain in Ihrem Handelsunternehmen erfolgreich optimiert haben. Für eine inhaltliche Mitwirkung wenden Sie sich bitte an Nesrin S. Tawfik, Senior-Projektleiterin „Deutscher Handelskongress“ tawfik@managementforum.com

2 Handel & seine Partner

Salon Paris

Vorsitz & Moderation: Wolfgang Wanning, Geschäftsführer, Team Retail Excellence GmbH



11.45 – 12.15

Wertschöpfungspartner Handel & Industrie – Eine Perspektive für den Non-Food Bereich von Vileda

- Was erwarten wir vom Handel?
- Wie lassen sich Kunden-Lieferantenbeziehungen optimal gestalten?
- Wie können Handel und Hersteller gemeinsam die Markenpräsenz am POS verbessern?
- Wie verändert sich die Rolle zwischen Handel und Hersteller zukünftig?

Uwe Scheuermann, Geschäftsführer, Vileda GmbH



12.15 – 12.45

Supplier Engagement – Fallstudie zum Beziehungsmanagement von Mars

- Steigende Abhängigkeit produzierender Unternehmen von den eigenen Zulieferern
- Was können wir als Mars tun, damit uns Zulieferer künftig bevorzugt behandeln?
- Entwicklung und Implementierung eines Instruments zur Messung und Steuerung der Qualität der Kunden-Lieferanten-Beziehung
- Erkenntnisse aus Dialog-Runden mit Mitarbeitern und Zulieferern
- Untersuchung und Optimierung von Geschäftsprozessen
- Entwicklungsmöglichkeiten für Einkaufsmanager

Marco Nink,¹ Senior Practice Consultant, Gallup GmbH
Damian Welch,² Global Engagement Director, Mars Inc.
(Vortrag in englischer Sprache)



12.45 – 13.15

Field Marketing im Retail-Vertrieb – Der iglo-case

- iglo – Die Herausforderungen in der TKK-Abteilung
- Marken-Präsenz, Visibility und Shopper-Marketing – Das iglo-Marktplatz-Konzept
- Effizienz und Flexibilität am POS – Die iglo-Field Salesforce von C-house
- Potenzial-basierte Sales Force Steuerung – Der iglo-Case

Markus Mischko,¹ Geschäftsführer Sales, iglo GmbH
Rigo Müller,² Inhaber & Geschäftsführer, C-house Marketing GmbH



5 Globale Märkte

Salon Wien

Vorsitz & Moderation: Till Guthmann, Director, Strategy & Operations, Deloitte



11.45 – 12.15

Erfolgreiche globale Expansion – Leitfaden in Kooperation mit dem HDE Unternehmer berichten

- Hidden Heroes – Die Wachstumsmärkte der Zukunft
- Do's and Don'ts – Erfahrungen aus der Praxis der globalen Expansion
- A Guide to Success – Der Weg durch den Dschungel von Steuern, Regulierung, Infrastruktur, Sicherheit und Korruption

Till Guthmann, Director Strategy & Operations, Deloitte



12.15 – 12.45

Visual Merchandising – 2014 and beyond

- Story Telling – Planung und Umsetzung der Produktstrategie am PoP
- Think Global, Act Local – Visual Merchandising international bis regional
- Visual Merchandising – nicht nur schön, sondern auch sinnvoll

André Kälin,¹ Geschäftsführer, Perspectix AG
Christoph Kutmon,² Projektleiter, D. SWAROVSKI KG



12.45 – 13.15

Walmart's neuer Schlüssel zum Erfolg in Asien – YIHAODIAN

- Warum hat Walmart seine Asien-Strategie geändert?
- Wer sind die Entscheidungsträger bei Walmart für diesen strategischen Schwenk?
- Was sind die Erfolgsfaktoren von Walmart's YIHAODIAN und wer sind die Schlüsselfiguren?
- Key Learnings aus Walmart's neuer Markt-Erschließung – Strategische Erfolgsfaktoren

Dr. Dirk Seifert, Leiter internationale Forschungsgruppe Retail, E-Commerce & M-Commerce, FUDAN University Shanghai



3 Handelsmarketing

Salon Riga

Vorsitz & Moderation: Prof. Dr. Hendrik Schröder, Lehrstuhl für Marketing & Handel, Universität Duisburg-Essen



11.45 – 12.15

Erfolgreicher Kundendialog in einer Omnichannel-Einkaufswelt

- Neue Trends für einen erfolgreichen Kundendialog im Handel
- Know your customer – Kundenbedürfnisse im Handel als Herausforderung
- Individualisierte Kundenansprache und effiziente Verzahnung von online und offline Medien als Erfolgsfaktoren

Peter Pittgens, Geschäftsbereichsleiter Produktmanagement Dialogmarketing, Deutsche Post AG



12.15 – 12.45

Von den Alpen ins Social Web – Die Marke Milka als Life Brand im digitalen Zeitalter

- Wertebasierte Markenführung – Der Schlüssel zur langfristigen Markenbindung
- Best Practice – Aktivierende 360 Grad Kommunikation
- Innovative Weiterentwicklung einer Traditionsmarke – Moderne Marke mit starken Wurzeln
- Mehrwert für Handelspartner am POS – Reichweite und Frequenz auf der Fläche

Merle Meier-Holsten,¹ Managerin Marketing Milka, Mondelez Deutschland
Thorsten Rodehüser,² Vertriebsgeschäftsführer Süßware, Mondelez Deutschland



12.45 – 13.15

Crosschannel-Marketing – Medien- und Kampagnensteuerung in einer multimedialen Welt

Ein Praxisbericht von Planet Sports

Michael Rumerstorfer, Vorsitzender der Geschäftsführung, Planet Sports GmbH



6 Digital Retail

Salon Dublin

Vorsitz & Moderation: Sebastian Paas, Partner, Consulting, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



11.45 – 12.15

Weichenstellung für die Digitalisierung im Handel – Herausforderungen für das gesamte Unternehmen

- Ausrichtung des Geschäftsmodells – Digital Strategy?
- Anpassung und Flexibilisierung der Geschäftsprozesse – Digital Company?
- Auswahl und Einbindung neuer Technologien und der „richtigen“ Partner – Digital Solutions?
- Herausforderungen für das Management, die Mitarbeiter und Kunden – Digital Workplace and Digital Entrepreneur?

Sebastian Paas, Partner, Consulting, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



12.15 – 12.45

Next generation market place – A responsive business model to meet customer needs

- How can online retailers maintain their market leadership and stay ahead not just of the competition but also customer demand
- How Hepsiburada lets customers' needs drive their business by building a capability that allows them to rapidly respond to opportunities – What can retailers learn from that?
- Challenges and uncertainties that a business faces during this journey of transformation

Özgür Doğan,¹ Chief Marketing Officer, Hepsiburada
Negin Yeganegyan,² Client Principal, ThoughtWorks
(Vortrag in englischer Sprache)



12.45 – 13.15

iBeacons – Proximity Marketing und Indoor Navigation im Handel

- Erste Erfahrungen und Ergebnisse im Einsatz bei Leffers
- Personalisierte Kundenansprache
- Verkaufsförderung in Echtzeit
- Stammkunden erkennen und belohnen
- Indoor Navigation
- Erkennen was der Kunde will – Verweildauer, Besuche, Wege
- Mobile Payment

Hartmut Lösch,¹ Vertriebsdirektor, Favendo GmbH
Peter von Elm,² Geschäftsführer, Leffers & Co. GmbH & Co. KG



Top-Sponsoren



Die Deutsche Post ist mit ihrem umfassenden Leistungsspektrum in den Bereichen Briefkommunikation, e-commerce und Paket der kompetente Partner des Handels. Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu umweltfreundlichen und maßgeschneiderten Lösungen. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.



Die DeutschlandCard GmbH bietet mit ihrem Multipartner-Bonusprogramm Unternehmen ein effektives Multichannel-Instrument zur Kundengewinnung und Kundenentwicklung. Unter dem Motto „Punkte dich glücklich“ sammeln mehr als 14 Millionen DeutschlandCard Teilnehmer online und offline bei den Partnerunternehmen Bonuspunkte, die anschließend an der Kasse mit den Einkäufen verrechnet oder gegen Prämien eingetauscht werden können. Dies sorgt für eine rasche Vertiefung der Kundenbeziehung und ist ein entscheidender Vorteil bei der Neukundengewinnung. Teilnehmende Unternehmen erlangen durch das Programm wertvolle kanal- und branchenübergreifende Customer Insights, die die Grundlage für wirkungsvolles Multichannel-Marketing bilden. Partnerunternehmen verzeichnen so eine erhöhte Einkaufsfrequenz und eine messbare Umsatzsteigerung – zurückzuführen auf zufriedene Kunden und die Zugkraft eines etablierten, nationalen Programms.



Kurt Salmon ist ein global agierendes Management-Consulting-Unternehmen mit tiefer, praxisnaher Branchenexpertise und Spezialisierung fokussiert auf Konsumgüter und Handel. Kurt Salmon erzielt messbare Ergebnisse für die Branchenführer von heute und morgen. Kurt Salmon entwickelt nachhaltig erfolgreiche Konzepte und Implementierungen in allen Fragen der Wertschöpfungskette von Strategie bis zu Operations und Implementierung. Zu der Strategiearbeit gehören Konsumentensegmentierung, Markt- und Positionierungsstrategie, Vertriebs- und Formatsstrategie sowie Business Model Transformationen inkl. Vertikalisierung sowie Omnichannel-Strategie und Operationalisierung. Die Operations Services umfassen die gesamte Wertschöpfungskette von Planung, Entwicklung, Beschaffung bis hin zu Supply Chain, Logistik, Vertrieb und IT. Kurt Salmon – Success for what's next.



Oliver Wyman ist eine international führende Managementberatung mit weltweit 3.000 Mitarbeitern in mehr als 50 Büros in 25 Ländern. Seit mehr als 25 Jahren sind Einzelhandel und Konsumgüterhersteller weltweite Branchenschwerpunkte. Wir verbinden ausgeprägte Branchenspezialisierung mit hoher Methodenkompetenz für nachhaltige, messbare Ergebnisverbesserungen. www.oliverwyman.de



Das PwC Competence Center Retail & Consumer Deutschland ist ein interdisziplinäres Team aus Branchenspezialisten mit langjähriger Prüfungs- und Beratungserfahrung im Handel und in der Konsumgüterindustrie. Durch den Zusammenschluss mit Strategy&, ehemals Booz & Company, bieten wir unseren Kunden Beratung von der Strategie bis zur Umsetzung. Mit Teams in über 50 Ländern entwickeln wir Lösungen zu Ihren zentralen Herausforderungen. Wir unterstützen Sie insbesondere bei der „Digitalen Transformation“, der Erschließung neuer Vertriebskanäle und Absatzmärkte, dem Cross-/Multichannel-Management, dem Einsatz von Social Media, der Umsetzung Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie, der Optimierung Ihrer Geschäftsprozesse, der Implementierung von Compliance-Programmen, der Steuerplanung und natürlich bei der Jahresabschlussprüfung. Hier finden Sie unsere Ansprechpartner und aktuelle Publikationen und Veranstaltungen: www.pwc.de/handel



Roland Berger Strategy Consultants, 1967 gegründet, ist eine weltweit führende Strategieberatung. Mit rund 2.700 Mitarbeitern und 51 Büros in 36 Ländern sind wir in den wichtigsten Märkten erfolgreich aktiv. Unser Kompetenzzentrum Consumer Goods & Retail berät international führende Handels- und Konsumgüterunternehmen. Das Beratungsangebot umfasst strategische Wachstums- und Effizienzthemen, z. B. Customer Centric und Multichannel Retailing, Supply Chain und Instore-Prozesse, Pricing und Marketingeffizienz. Gemeinsam mit unseren Klienten entwickeln wir maßgeschneiderte, kreative Konzepte. Besonders wichtig ist uns die Begleitung der Umsetzungsphase. Unser Beratungsansatz gründet dabei insbesondere auf der unternehmerischen Persönlichkeit, Integrität und Individualität unserer Berater: „It's character that creates impact“.



Yapital ist das erste europäische, bargeldlose Crosschannel-Payment über alle Kanäle hinweg: stationär, mobil, online sowie per Rechnung. Die Handhabung ist einfach, schnell und sicher: Nach der Online-Registrierung kann der Nutzer sofort über alle Kanäle hinweg mit Yapital Zahlungen vornehmen, Geld senden und empfangen. Für Geschäftskunden ist Yapital eine garantierte Zahlart – das gibt Prozess-Sicherheit und senkt administrative Kosten. Zudem deckt Yapital nahtlos alle Handels- und Servicekanäle ab und erlaubt es so, Marketingkanäle zu Vertriebskanälen zu machen. Geschäftskunden können daher mit Yapital nicht nur Kosten reduzieren, sondern gleichzeitig Umsatzpotentiale erschließen. Yapital wurde 2011 als hundertprozentige Tochter der Otto-Group gegründet. Die Yapital Financial AG ist in Luxemburg als eGeld-Institut lizenziert.

Sponsoren



1973 gegründet, hat sich Cheil zur internationalen Network-Agentur entwickelt. Mit Hauptsitz in der Technologie-Metropole Seoul, vertreten in 44 Ländern und weltweit über 5.000 Mitarbeitern steht Cheil für integrierte Retail Experiences, die auf innovative Weise Technologie mit Kreativität verbinden. Cheil Deutschland arbeitet für Kunden wie Samsung, Deutsche Bahn, DHL, Lufthansa und Coca-Cola.



Sales-Outsourcing, Sales Services und POS-Marketing. C-house gehört zu den bundesweit leistungsfähigsten Field-Marketing-Agenturen Deutschlands. Das Unternehmen verfügt über langjährige Erfahrung in Sales-Outsourcing, Sales Services und POS-Marketing. Kunden sind viele bekannte Markenartikel mit Vertriebsfokus auf den deutschen LEH- und CE-Markt. Eine konsequente Positionierung über Qualität und Erfahrung mündet in nachhaltig gesteigerten Ergebnissen und langfristiger Zusammenarbeit mit vielen namhaften Unternehmen.



Die comosoft GmbH gehört zu den weltweit führenden Anbietern von PIM-, Content-Management- und Database-Publishing-Systemen. 1994 gegründet, blickt comosoft auf eine mittlerweile über 20-jährige Erfolgsgeschichte in der datenbankgestützten Medienproduktion für den Handel (Versand-, Stationärer- und Multichannel-Handel) zurück. Mit dem Hauptprodukt LAGO und einer auf KMU's zugeschnittenen Lösung portlight®, bietet comosoft die perfekte(n) Lösung(en) für den Handel.



Deloitte erbringt spezialisierte Dienstleistungen für den Handel aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften steht Deloitte in mehr als 150 Ländern Kunden bei der Bewältigung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen zur Seite. www.deloitte.com/de



emos ist zusammen mit seiner Schwestergesellschaft PAYBACK Teil der American Express Gruppe. Der Spezialist von Kauf- und Datenanalysen bietet das Know-how und die Lösungen für Einzelhändler und ihre Partnerlieferanten, damit sie fundierte Entscheidungen in den Bereichen Marketing, Merchandising, Preisbildung und Verkaufsförderung treffen können. Weitere Informationen unter: www.emnos.com



Gallup ist eine forschungsbasierte Managementberatung und Spezialist für die Schnittstelle zwischen Ökonomie und Psychologie mit mehr als 40 Niederlassungen und 2.100 Mitarbeitern. Die Beratungsleistungen des Unternehmens konzentrieren sich dabei auf die Performance-Optimierung: talentbasierte Personalauswahl, Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung, Mitarbeiter- und Kundenbindung sowie Supplier Engagement.



Die Hermes Transport Logistics GmbH bietet Ihnen national wie international eine umfangreiche Leistungspalette logistischer Services aus einer Hand. Ob Beschaffungs- und Distributionsverkehre, Produktionsbelieferung oder Just-in-Time-Lösungen: Als flexibler Logistikpartner stellen wir uns individuell auf unsere Kunden und ihre Bedürfnisse ein – branchennah und verlässlich.



Intershop ist der weltweit einzige unabhängige Anbieter von Enterprise-Lösungen für den Omnichannel Commerce. Von unseren Innovationen profitieren inzwischen weltweit mehr als 500 große und mittelständische Unternehmen. Zu ihnen zählen unter anderem HP, BMW, Bosch und Deutsche Telekom. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland und unterhält Niederlassungen in den USA, Europa, Australien und China.



Jägermeister

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 7 im „Impact“-Ranking der internationalen Premiumspirituosen.



KPMG: Globales Know-how für Unternehmen vor Ort – KPMG ist ein weltweites Netzwerk rechtlich selbstständiger Firmen mit mehr als 155.000 Mitarbeitern in 155 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 8.700 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax und Advisory gegliedert. www.kpmg.de



Perspectix optimiert seit 1996 die Vermarktung, den Vertrieb und die Projektierung erklärungsintensiver Produkte in verschiedenen Branchen. Mit der P'X5 Store Solution bietet Perspectix eine Lösung an, welche die Prozesse des Retailers vom ersten Gedanken an eine Filiale bis zur Warenbewirtschaftung unterstützt.



S-CARD Service, eine 100%-ige Tochtergesellschaft des Deutschen Sparkassenverbands, ist zentraler Ansprechpartner der Sparkassen-Finanzgruppe für den modernen Zahlungsverkehr. Das Expertenteam, bestehend aus Projektmanagern, Karten-, IT- und Marketingspezialisten, unterstützt bei zahlreichen Zahlungsverkehrsprojekten. Neben dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband, den Regionalverbänden und Sparkassen profitieren auch Unternehmen z.B. aus Handel, Verkehrsbetriebe, Automatenbetreiber.



Salesforce.com ist der weltweit führende Anbieter von CRM-Software für das Management der Kundenbeziehungen. Die Customer Success Plattform vereint Vertrieb, Service, Marketing, Anwendungsentwicklung und Business Analytics auf einer gemeinsamen Plattform – dadurch können sich Handelsunternehmen auf völlig neue Art und Weise mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern vernetzen.



Die Social Network Group (SNG) 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.



Bereits seit über 10 Jahren erfolgreich im Markt tätig, sind wir im Bereich Videoproduktion das Unternehmen der ersten Stunde. Viele große Marken und erfolgreiche Unternehmen sind mit uns gemeinsam den Weg ins Bewegtbild gegangen. Sommer & Co. steht für kreative Konzepte und individuelle Beratung, Innovation und Kundenorientierung, Fachkompetenz und Qualität, Erfahrung und Zuverlässigkeit sowie Lösungs- und Umsetzungsorientierung. Zu unseren Kunden gehören Unternehmen wie Melitta, Samsung, Tesa, Otto Versand, Deutsche Telekom, Deutsche Post, JVC und viele weitere bekannte Markenartikel.



Tata Consultancy Services (TCS) ist einer der weltweit führenden IT-Dienstleister. Seit fast 20 Jahren arbeiten wir erfolgreich mit renommierten Handelsunternehmen zusammen und unterstützen diese bei der Optimierung ihrer Geschäftsprozesse. Unser Portfolio reicht dabei von klassischen IT-Lösungen bis hin zu handelspezifischen Nischenangeboten. Unser Gesamtumsatz 2013 belief sich auf 13,4 Milliarden US-Dollar.

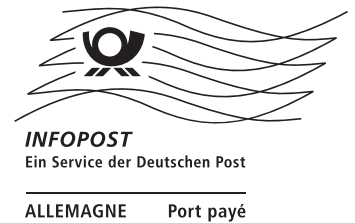


Wir sind ein IT-Unternehmen – und eine Gemeinschaft von engagierten, zielorientierten Menschen. Wir denken disruptiv und entwickeln so Lösungen, die den höchsten Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden. Dabei verlieren wir nie das Ziel aus den Augen, die IT-Branche zu revolutionieren und die Gesellschaft zu ändern – zum Guten.

Kooperations- und Medienpartnern:



deutscher handelskongress 14



Erleben Sie auf dem Deutschen Handelskongress 2014

- Vision:** Keynotes & CEO-Round Tables
- Diskussion:** Handel & Politik im Dialog
- Information:** 12 Strategie- & Praxisforen
- Interaktion:** Workshops & Business Speed Dating
- Inspiration:** Kongressmesse Retail World
- Emotion:** Verleihung des Deutschen Handelspreises & Retailers' Night

Seien auch Sie dabei, wenn sich das Who is Who der Handelsbranche in Berlin trifft!

19. und 20. November 2014 · Maritim Hotel Berlin · www.handelskongress.de

Eine gemeinsame Veranstaltung von



Internet

Fax-Anmeldung: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99

JA, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Deutschen Handelskongress 2014

- am 19. und 20. November 2014 (€ 1.490,- zzgl. MwSt. p. P.).
- Ich nutze den **Sonderpreis für Einzelhandelsunternehmen** (€ 990,- 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, hiermit melde ich mich/melden wir uns **zusätzlich** zur Teilnahme am Deutschen Handelskongress zur **Retail Innovation Tour** am 18. November 2014 an zum **Sonder-Zusatzpreis** von € 490,- zzgl. MwSt. p. P.
- Ich/wir nehme/n teil am Gala-Dinner zum **Deutschen Handelspreis 2014** am Abend des 19. November 2014. (Die Teilnahme ist in der Kongressgebühr enthalten.)
- Wir sind an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten** im Rahmen des Deutschen Handelskongresses 2014 interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.
- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zur **Retail Innovation Tour** am 18. November 2014 zum Preis von € 890,- zzgl. MwSt. p. P. **Frühbucherpreis bis zum 30. September 2014: € 790,- zzgl. MwSt. p. P.**



1. Name / Vorname	
Position	Telefon*
E-Mail*	Fax
2. Name / Vorname	
Position	Telefon*
E-Mail*	Fax
3. Name / Vorname	
Position	Telefon*
E-Mail*	Fax
Firma	
Straße	PLZ
Datum	Unterschrift

-15 %

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

19. und 20. November 2014
 Maritim Hotel Berlin · Stauffenbergstraße 26 · 10785 Berlin
 Tel.: +49 (0) 30 / 20 33 - 44 10 · E-Mail: reservierung.ber@maritim.de

Zimmerreservierung

Das Hotel hält ein begrenztes Zimmerkontingent bis zum 8. Oktober 2014 für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den „Deutschen Handelskongress 2014“ vor (EZ € 155,- exkl. FS).

Kongressgebühr & Anmeldebedingungen

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 1.490,- 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 Abendveranstaltungen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, sofern auf der Rechnung kein anderes Zahlungsziel ausgewiesen ist. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- erhoben, wenn die Absage spätestens bis 22. Oktober 2014 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 22. Oktober 2014 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.