



KOOPERATIONSPARTNER



Consumer 2.0

Vision oder Wirklichkeit?

26. Mai 2011

GS1 Germany Knowledge Center, Köln

Ihr Veranstalter

GS1 Germany hilft Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen für das weltweit überschneidungsfreie Artikelidentsystem GTIN zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response).

GS1 Germany überprüft und entwickelt außerdem Standards, um Mobile Commerce auf multilateraler Ebene in die Praxis umzusetzen. Die Entwicklung der fokussierten Themen „Extended Packaging/Trusted Data“, „Mobile Couponing“ und „Mobile Payment“ wird von relevanten Unternehmen aus Handel, Industrie und Dienstleistung unter der Leitung von GS1 vorangetrieben. Für eine fundierte Basis von Mobile Commerce führt GS1 Germany kontinuierlich Studien sowie Pilotprojekte durch.

Das Kölner Unternehmen GS1 Germany gehört zum internationalen Netzwerk „Global Standards One“ (GS1) und ist die zweitgrößte von mehr als 100 GS1-Länderorganisationen.

Zielgruppe

Die Consumer 2.0 Konferenz richtet sich an alle, die mit modernen Kommunikationsmitteln und -wegen zu tun haben.

- >> Leiter Marketing/Vertrieb
- >> Social Media Manager
- >> IT-Leiter
- >> Handy-Provider
- >> B2C-Manager/Consumer-Manager aus dem Produktmanagement
- >> Agenturen

„Consumer 2.0 – Vision oder Wirklichkeit?“

Mobile Commerce ist inzwischen in aller Munde. Hersteller entwickeln Strategien zur mobilen Markenwelt, der Handel spricht über Mobile Shopping und viele Unternehmen überlegen, wie sie ihre Kunden via Mobile Couponing binden können. Internetfähige Handys und Smartphones haben die Kommunikation in Richtung Verbraucher revolutioniert. Erst kürzlich wurde die Zehnmilliardengrenze an Downloads aus Apples AppStore überschritten und ein Ende ist nicht in Sicht.

Wie Unternehmen Mobile Commerce für sich nutzen können und welche Perspektiven sich auf dem Weg zum Endverbraucher eröffnen, erläutern Experten und Praktiker auf der „Consumer 2.0“. Moderiert von Mobile- und Social Media-Anchorman Ossi Urchs präsentieren App-Anbieter genauso wie Konzerne bis hin zum Mittelstand ihre mobilen Anwendungen.

Diskutieren Sie über die Consumer 2.0 auf twitter: #Con11



Programm Donnerstag, 26. Mai 2011

Moderation

Ossi Urchs, F.F.T. MedienAgentur



09:00 Begrüßungskaffee und Marktplatz

09:30 Begrüßung

Jörg Pretzel, Geschäftsführer,
GS1 Germany GmbH



09:45 Social Web: Der Kunde hat das Wort

Das Social Web (2.0) hat den Austausch zwischen Unternehmen und (potentiellen) Kunden nachhaltig verändert: Der Kunde führt das Wort. Und er entscheidet. Unternehmen müssen also lernen, ihm zunächst einmal genau zu zu hören, um ihn dann auch tatkräftig unterstützen zu können. Wer das schafft gewinnt, wer nicht, hat in der digitalen Wirtschaft mehr als nur einen Kunden verloren.

Ossi Urchs, F.F.T. MedienAgentur



10:15 Kaffeepause und Marktplatz

11:00 BIS 11:50 – VERBREITUNG UND MEDIEN

11:00 Skizze zu Mobile Communication

Überblick über die Player in der „Mobile“ Wertschöpfungskette – Rolle, Positionierung und Aktivitäten. Geschäftsmodelle: von der reinen Information zur erfolgreichen mobilen Transaktion.

Ercan Kilic, Projektleiter MobileCom, GS1 Germany GmbH



11:25 Bild Mobil – Zeitung lesen 2.0

Neue Nutzungsszenarien bringen die Zeitung auf mobile Endgeräte. Die Entwicklung einer Zeitungsmarke im mobilen Endgerätebereich am Beispiel der Marke BILD. Vom Wap-Portal bis zur iPad-App.

Marc Petschulat, Produktmanager Mobile Competence Center Objektbetreuung DIE WELT, Hamburger Abendblatt, Berliner Morgenpost, Axel Springer Verlag



11:50 BIS 12:15 – MARKE

11:50 Mobile Markenstrategie bei Coca-Cola

Michael Willeke, Director Marketing
Communications, Coca-Cola GmbH



12:15 Mittagspause und Marktplatz

13:45 BIS 14:25 – MOBILE COUPONING

13:45 Elevator Pitch: Mobile Couponing

In je fünfminütigen Slots werden die App-Lösungen der Anbieter von Mobile Couponing als Live-Demo gezeigt.



Rainer Otterbein, Managing Director, Catalina Marketing
Deutschland GmbH;

Felix Schul, Geschäftsführer, Coupies GmbH;

Steffen Böning, Geschäftsführer, gettings GmbH;

André Reif, CEO, MyMobai GmbH;

Georg von Waldenfels, Geschäftsführer, Ib-lab GmbH

14:25 BIS 15:15 – HANDEL

14:25 **Handelsstrategie zum Consumer 2.0 im Hause Metro**



Mobile Communication ist seit vielen Jahren Teil der Metro-Strategie gegenüber dem Endverbraucher. Das Erfolgsrezept lautet hinhören und die Wünsche des Konsumenten in vorhandene Kommunikationskanäle und Verkaufspolitik integrieren.

Jens Eckoldt, Head of Innovation Projects bei der METRO SYSTEMS und Head of Partnermanagement METRO GROUP Future Store Initiative

14:50 **Chancen und Risiken des mobilen Online Shoppings für die Lebensmittelbranche**



Der Lebensmittel Online Handel ist in Deutschland (noch) ein Nischensegment. Ausgehend von der Annahme, dass es „nur“ an den fehlenden Lösungen liegt und nicht an der fehlenden Nachfrage, stellt einer der führenden Lebensmittel Online Shops saymo.de seine Erfahrungen mit dem mobilen Lebensmittel Online Shopping vor.

Mohammed Mosavi, Geschäftsführer, saymo GmbH

15:15 **Kaffeepause und Marktplatz**

16:00 BIS 17:00 – KONSUMENT

16:00 **Social Media Revolution – facebook, twitter & Co. verstehen oder untergehen**



Das Web 2.0 mit seinen Social Media ist mehr als ein neuer Kanal, es ist eine Kommunikationsrevolution, die Marktbeziehungen grundlegend und nachhaltig verändert! Wie geht man mit Kunden als den neuen Massenmedien um?

Prof. Dr. Klemens Skibicki, Wissenschaftlicher Direktor, dikri (Deutsches Institut für Kommunikation und Recht im Internet)

16:35 **Mobile Browsing – Marketing-Erfolg messbar machen**



Kaufentscheidungsprozesse in den neuen Medien – welche Anforderungen werden an die Kundenkommunikation und die Marktforschung gestellt? Was sind die Auswirkungen auf das Multichannel-Retailing?

Thomas Bachl, Managing Director, GfK Panel Services Deutschland

17:00 **Moderation: Diskussion, Fragen und Zusammenfassung des Tages**



Ossi Urchs, F.F.T. MedienAgentur

17:30 **Ende der Veranstaltung**

Medienpartner



Sponsoren und Kooperationspartner

1eEurope Deutschland GmbH

Location Based Services -
(I-VENUES und KidSpotter)



1eEurope ist IT-Dienstleister und bietet mit seinem Lösungskonzept I-VENUES (www.I-VENUES.com) flexible Möglichkeiten zur Umsetzung und Nutzung mobiler standortbezogener Dienste. Mit I-VENUES können, neben dem Tracking, mobile Anwender jederzeit und an jedem Ort Informationen abrufen oder aktiv mit Informationen versorgt werden. In der Ausprägung KidSpotter (www.KidSpotter.com), dem weltweit ersten Indoor- und Outdoor-Tracking-System zum Thema Kindersicherheit, werden Kinder und deren Eltern in Bereichen mit hoher Kundenfrequenz wie Vergnügungsparks, Freizeiteinrichtungen oder Shopping Malls begleitet. www.1eEurope.de; T +49 (0)7031 46 17 3-0

Arthur D. Little GmbH



Arthur D. Little ist eines der weltweit führenden Managementberatungsunternehmen mit Fokus auf Strategie in Verbindung mit Innovations- und Technologiemanagement. Arthur D. Little arbeitet mit einem tiefgreifenden Industrieverständnis, innovativen Managementmethoden und mit Beratern, die über eine langjährige Erfahrungsbasis verfügen. Das Unternehmen wurde 1886 durch den MIT-Professor Arthur Dehon Little in Cambridge, Massachusetts, gegründet und ist damit die erste Unternehmensberatung der Welt. Seit Mai 2002 ist Arthur D. Little Mitglied im Altran-Verbund, einem weltweiten Netzwerk von hoch spezialisierten Technologieunternehmen. www.arthurdlittle.com

Catalina Marketing Deutschland GmbH



Catalina bietet für intelligentes CRM die weltweit größte warenkorbbasierte Shopper-Datenbank. Immer mehr Markenartikler und Handelsunternehmen profitieren von dieser Möglichkeit, Kunden basierend auf ihrem aktuellen Einkauf individuell mit Coupon-Botschaften direkt am POS anzusprechen und deren Kaufverhalten messbar zu verändern. In 2011 wird Catalina die Reichweite auf über 700 Mio. erfasste Warenkörbe in Deutschland ausbauen.

www.catalinamarketing.de, T +49 (0)6172 789 81-0

acardo technologies AG, Dortmund



acardo technologies AG ist ein führender Anbieter von innovativen Marketing- und IT-Dienstleistungen im Lebensmittelhandel. Wir beraten die größten Handelsunternehmen und Konsumgüterhersteller Deutschlands bei der Konzeption, Abwicklung und Analyse von Verkaufsförderungsaktionen. Als Experte im Bereich Kundenbindung/-gewinnung bietet acardo Lösungen für intelligentes Couponing- und Mobile-Marketing zur individuellen Kundenansprache an.

www.acardo.com, T +49 (0)231 58 44 97-0

CAS Concepts and Solutions AG



Die CAS Concepts and Solutions AG ist seit mehr als 20 Jahren kompetenter Partner für Ihre IT-Projekte. Als Mitglied im SAP PartnerEdge Programm sowie IBM Premier Business Partner unterstützen wir Sie in der Planung und Umsetzung Ihrer individuellen Lösung und beraten Sie herstellerunabhängig für den optimalen Einsatz von Applikationen und Plattformen.

CAS Concepts and Solutions AG, Am Hehsel 40, D-22339 Hamburg
Tel.: +49 (40)53 89 94-0, Fax: +49-40-53 89 94-33
www.c-a-s.de

GfK Panel Services Deutschland



Bei GfK Panel Services Deutschland liefern wir unseren Kunden Informationen, die auf kontinuierlichen Erhebungen und Analysen von Einkaufsentscheidungen und Verhaltensweisen von Verbrauchern basieren. Unsere Informations- und Beratungsdienstleistungen betreffen alle schnellebigen Konsumgüter sowie zahlreiche Gebrauchsgüter und Dienstleistungen. Es werden Kennziffern zur Entwicklung von Marken und Produkten, zum Käuferkreis der eigenen und der Wettbewerbsprodukte, zu Markenloyalität und Einkaufsstättenpräferenz, zur Wirkung von Preisveränderungen sowie Promotion- und Werbeaktivitäten ausgewiesen. Hierfür berichten täglich der GfK in Deutschland 30.000 Haushalte. T +49 (0)911 395 33 61, Panel.Services@gfk.com

Sponsoren und Kooperationspartner

is4 IT-Services for Consumer Products & IT-Providers GmbH & Co. KG



is4 ist der IT-Dienstleister zur Umsetzung der ECR-Strategie von Konsumgüterherstellern. Unser ganzheitlicher Ansatz integriert die Informationsflüsse vom Endverbraucher über Marktforschungs- und Scannerdaten bis in die Supply Chain Ihres Unternehmens. Unsere Lösungen zum Management von Endverbraucherkontakten unter Web 2.0-Aspekten sind xpressCSI, is4 Produktapp, Tamtamy.

www.is-4.de

Ib-lab GmbH



Die Ib-lab GmbH versteht sich als Spezialist für mobile Lösungen mit den Schwerpunkten iPhone-, iPad- und Android-Applikationen sowie Location Based Services (LBS). Zu den Kunden gehören namhafte Medien- und Markenunternehmen. Erst jüngst haben Ib-lab und acardo technologies ihre Kompetenzen und die bisherige Zusammenarbeit in einer strategischen Kooperation gebündelt. Ziel ist die Ausweitung und Standardisierung der gemeinsam entwickelten offenen Mobile Couponing Lösung open wallet. Hinter Ib-lab stehen namhafte internationale Investoren, darunter der bekannte Schweizer Internet-Unternehmer Joachim Schoss, u. a. Gründer der Scout24-Gruppe.

www.Ib-lab.de

MyMobai GmbH



Die MyMobai GmbH ist der Marktführer im Mobile Couponing. Mit einer Reichweite von 1,86 Millionen Nutzern werden Rabattcoupons für Marken, Einzelhändler und Serviceanbieter in Mobile Apps und Mobile Websites integriert. Konsumenten können die Coupons bei allen teilnehmenden Geschäften und Dienstleistern einlösen. MyMobai wurde 2008 von André Reif und André Richter gegründet.

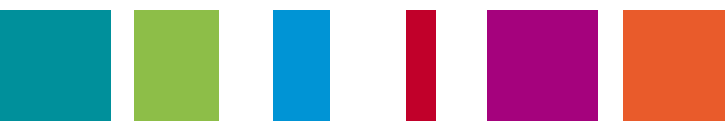
*MyMobai GmbH, André Reif, Brühl 52, D-04109 Leipzig,
T +49 (0)351 888 27 27-0, F +49 (0)351 888 27 25,
andre.reif@mymobai.de, www.mymobai.com*

nexum AG



Die nexum AG ist Beratung und Agentur für digitale Medien. Die Leistungen umfassen Beratung und Konzeption, Design, Entwicklung, Marketing Services, Redaktion und Projektmanagement. Themenfelder der nexum AG sind E-Commerce, Online Marketing, Websites und Content Management. Zu den Kunden gehören u. a. Continental, Coop Schweiz, FIFA, Lufthansa, Mexx, Otto Group, Panasonic, Penny, Sony Europe, Sportfive, Telefónica o2 Germany, ThyssenKrupp sowie Borussia Mönchengladbach.

www.nexum.de



SA2 Worldsinc GmbH

SA2 Worldsinc und ist ein führender Anbieter von integrierten Datenmanagement-Lösungen für den Handel. Mit Expertise in den drei Bereichen Global Data Synchronization (GDS), Product Information Management (PIM) und Electronic Data Interchange (EDI) versetzt SA2 Worldsinc Unternehmen aus Handel und Industrie in die Lage, Kernprozesse im Management von Produkt-, Stamm- und Transaktionsdaten effizient abzubilden und umzusetzen. Weltweit nutzen mehr als 6.800 Unternehmen die Lösungen und Services von SA2 Worldsinc, darunter 50 der größten Händler.

www.sa2worldsync.com, info@sa2worldsync.com



SAS Institute GmbH

SAS hilft Ihnen die Kaufwahrscheinlichkeit für bestimmte Kundensegmente nach konkreten Vorhersagemodellen zu evaluieren, um daraus Cross- und Up Selling-Potenziale abzuleiten. Bieten Sie das richtige Angebot zum passenden Zeitpunkt im richtigen Kommunikationskanal, z. B. über iPad und Co. an? Sprechen Sie mit uns: fdirnberger@ger.sas.com oder +49 (0)6221 415-123

www.sas.de



The Nielsen Company

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). Weitere Informationen finden Sie im Internet unter

www.nielsen.com



PROZEUS – Prozesse und Standards

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unterstützt PROZEUS die eBusiness-Kompetenz mittelständischer Unternehmen durch integrierte **PROZEsse Und** etablierte eBusiness-**Standards**. PROZEUS versteht sich als Anlaufstelle für KMU aus Industrie, Konsumgüterwirtschaft und Handel. PROZEUS wird betrieben von GS1 Germany und IW Consult, Tochterunternehmen des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln.

www.prozeus.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Consumer 2.0

Vision oder Wirklichkeit?

26. Mai 2011

GS1 Germany Knowledge Center, Köln



Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T +49 (0)221 947 14-0
F +49 (0)221 947 14-990
info@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de