



Kooperationspartner



BUNDESVERBAND
PARFÜMERIEN E.V.

Cosmetics Conference

28. Oktober 2010

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 in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie Artikel-identensystem 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).

Das privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen mit Sitz in Köln gehört zum internationalen Netzwerk „Global Standards One“ (GS1) und ist die zweitgrößte von mehr als 100 GS1-Länderorganisationen. Paritätische Gesellschafter von GS1 Germany sind der Markenverband und das EHI Retail Institute.

Zur Umsetzung und Verbreitung der beschriebenen Services bietet GS1 Germany als Veranstalter zahlreiche branchenspezifische und -übergreifende Konferenzen und Trainings an.

Zielgruppe

Entscheider und Macher aus den Branchen:

- >> Kosmetikerhersteller
- >> Kosmetikfachhandel
- >> Parfümerien

CEO's und Verantwortliche aus den Bereichen:

- >> Category Management
- >> Key-Account-Management
- >> Einkauf und Vertrieb
- >> Marketing
- >> Logistik
- >> IT



Cosmetics goes ECR

Neue Branchentrends, Best-Practice-Projekte und auf die Branchenbedürfnisse abgestimmte Lösungen entlang der Wertschöpfungskette – dieses und

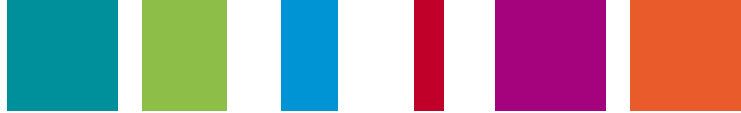
mehr bietet Ihnen GS1 Germany am 28. Oktober 2010 auf der GS1 Cosmetics Conference in Köln.

Die wachsende Flut an Produkt- und Prozessdaten durch Sortimentsvielfalt und ein stark durch Neuheiten getriebenes Kosmetikgeschäft stellt hohe Anforderungen an das Datenmanagement. Die Cosmetics Conference zeigt, wie der Fachhandel und Kosmetikerhersteller die Datenflut kanalisieren können.

Wie der Handel und die Industrie gemeinsam auf Basis von Shopper Insights die Bedürfnisse des Kunden am Point of Sale durch gezieltes Category Management treffsicher befriedigen, ist ein weiterer Themenschwerpunkt. Zudem informiert die Konferenz über die zeitgemäße Kundenansprache durch Mobile Communication im Fachhandel. Auch zum Thema Fälschungssicherheit – besonders brisant für die Premium- und Luxuskosmetik – zeigt die GS1 Cosmetics Conference einen richtungsweisenden Lösungsweg. Die Konferenz ist ein Treffpunkt der Entscheider, Macher und Dienstleister der Premium- und Luxuskosmetikbranche, auf dem Erfahrungen ausgetauscht sowie Kontakte geknüpft und vertieft werden.

Themenschwerpunkte:

- >> Umsetzung des ECR-Gedankens in der Kosmetikbranche
 - >> Effizientes Datenmanagement für Handel und Industrie
 - >> Category Management in der Kosmetikbranche
 - >> Kundenorientierte POS-Gestaltung
 - >> Neue Möglichkeiten in der Kundenansprache
 - >> Fälschungssicherheit in der Kosmetikindustrie
- Freuen Sie sich auf hochkarätige Referenten des Kosmetikmarktes und ihre Best-Practice-Lösungen.



VORABENDVERANSTALTUNG **Mittwoch, 27. Oktober 2010, 19 Uhr**

Zu Gast bei MÄURER & WIRTZ

Get-together im Traditions- haus der Geburtsstätte der Marke 4711



Am Vorabend der Cosmetics Conference 2010 findet das Get-together im Traditions- haus in der Glocken- gasse, der Geburtsstätte der Marke 4711, in Köln statt. Es ist eine der berühmtesten Sehenswürdigkeiten Kölns und gehört zum Kulturschatz der Stadt. **Treffen Sie den Geschäftsführer Herrn Krone.**

Nutzen Sie die einzigartige Atmosphäre zwischen Tradition und Moderne, um Ihre Kontakte zu erweitern und neue Ideen und Impressionen aus der Kosmetikbranche auszutauschen. Stimmen Sie sich mit uns gemeinsam auf eine spannende Cosmetics Conference ein. **Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.**

Programm **Donnerstag, 28. Oktober 2010**

09:30 **Begrüßungskaffee und Marktplatz**

10:00 **Einführung durch den Moderator**

Dr. Gunnar Mau, Psychologe, Partner und Metho- denspezialist, Shoppermetrics GmbH & Co. KG und Wissenschaftler an der Universität Siegen



10:15 **Die ECR-Philosophie in der Kosmetikbranche**

Notwendigkeit und Nutzen von ECR in der Kosmetikbranche aus Sicht des VKE – Kosmetik- verbandes. Was wurde bislang in die Wege geleitet, um innerbetriebliche und zwischenbetriebliche Wert- schöpfungsketten effizienter zu gestalten?

Martin Ruppmann, Geschäftsführer, VKE – Kosmetikverband



10:30 **Konsumenten berühren – mit packendem Packaging**

Als Markenbotschafter im Regal schafft ein punktgenaues Verpackungskonzept nicht nur Orientierung, sondern gleichzeitig ein sinnliches und hochemotionales Einkaufserlebnis. Den Spagat zwischen rangeübergreifender Wiedererkennbarkeit



und Produktdifferenzierung im Sinne der Kunden- bedürfnisse zu bewältigen stellt eine Herausforde- rung dar.

Luc Bütz, General Manager, WINcommunication

11:00 **Artikelstammdaten: Bedeutung von Qualität und Zugriff für In dustrie und Handel im selektiven Kosmetikmarkt**

Stammdaten gewinnen als Basis für den gesamten Informationsaustausch zwischen Industrie und Handel rasant an Bedeutung. Themen wie Listung, Category Management, Artikelkennzeichen, Listung von Testern und Testmus- tern und deren Erfolgsmessung am POS können ohne einen vereinheitlichten Branchenstandard für den elektronischen Stammdatenaustausch nur mit hohem manuellem Aufwand umgesetzt werden.

Ralph Schreiner, Coty Prestige, a Division of Coty Germany GmbH

Stephan Kurzhöfer, Bereichsleiter Logistik, Parfümerie Douglas GmbH



11:30 **Kaffeepause und Marktplatz**

12:00 **Starke Marken noch stärker machen – Messbare Mehrwerte entlang der gesamten Wertschöpfungskette**

Um die eigenen Markenziele zu erreichen, sind in der Beauty & Cosmetics-Branche messbare Mehrwerte für den Endkunden essentiell – nicht nur am POS, sondern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Aus der Dienstleistungsperspektive stellt arvato anhand von Praxisbeispielen dar, wie bereits in zwischengelagerten Prozessen kundenorientierte Mehrwerte geschaffen werden können.

Sebastian Altrogge, Business Development, arvato distribution GmbH

Patric Hoffmann, Vice President Consumer Goods, arvato distribution GmbH



12:30 **Category Management für selektiv vertriebene Kosmetikprodukte – Erwartungen und Herausforderungen**

Welche Anforderungen und Erwartungen hat die selektive Kosmetikbranche an Category Management? Wie betreibt MÄURER & WIRTZ Category Management im Beauty-Duftbereich und wie lässt sich dieser Category Management-Ansatz auf selektiv vertriebene Kosmetikprodukte übertragen? Ein erstes Resümee des Arbeitskreises Category Management des VKE – Kosmetikverbandes.

Robert Maier-Laske, Leiter CM-POS-Management, MÄURER & WIRTZ GmbH & Co. KG



13:00 **Mittagessen und Marktplatz**



14:00 **Shopper-Insights als Erfolgsbasis für den POS**

Über ein besseres Shopper-Verständnis lässt sich eine nachhaltige Performanceverbesserung am POS erreichen. Durch Anwendung profunder Verfahren erfährt man, wie der Shopper am POS tickt, was (un)bewusst entschieden wird. In welche Segmente teilt der Shopper das Sortiment auf? Inwiefern gibt es Verhaltensunterschiede zwischen den Subkategorien? Wie wichtig ist die Verpackung für die Entscheidungsfindung? Welche Relevanz hat die Marke? ...

Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG



14:30 **Win at the Shelf: Trend automatische Regaloptimierung!**

„Erfolgreiche Regaloptimierungsinitiativen führten zu Umsatzsteigerungen von 10-20 % durch die Berücksichtigung von lokalen Gegebenheiten“, ermittelte zuletzt ein Forschungsunternehmen. Vor allem für Neueinführungen ist die optimale Platzierung einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Regalplanung wird auch in der Kosmetikbranche zum Schlüssel für ein effektives Category Management. Aldata veranschaulicht den Trend zur automatischen Regaloptimierung anhand von Praxisbeispielen aus über 60 Unternehmen.

Udo Preuss, Sales Director Apollo, Aldata Retail Solutions



15:00 **Kundenorientierte Sortimente und effiziente Umsetzung!**

Der Parfüm/Kosmetik-Einzelhandel braucht eine transparente, nachvollziehbare Sortimentslogik, die sich auf Zielgruppen ausrichtet und messbare Erfolge erzielt. Zielsetzung für das Category Management ist dabei die Reduzierung der Sortimentskomplexität und Optimierung aller beteiligten Prozesse.

Ein Praxisbeispiel aus dem Travel Retail.
Katja Diehr, Head of Category Management Perfume, Gebr. Heinemann KG



15:30 **Kaffeepause und Marktplatz**

16:00 **Nichts bleibt, wie es ist: Zeitgemäße Kundenansprache im Web 2.0**



Social Media ist in aller Munde, Smartphones erobern die Welt, klassische Medien allein können eine effektive Kundenansprache nicht mehr leisten. Der Anspruch der Konsumentin wächst: Schnell, zuverlässig, kompetent, umfassend, mobil und individuell sollen die Informationen sein. Der beauty locator, als innovative Web 2.0-Plattform für Kosmetik-Marken und Parfümerien, bietet eine umfassende Lösung an.

Christian Waas, Geschäftsführer, Christian Waas Marketing Kommunikation

Martin Rüdell-Overkämping, Geschäftsführender Inhaber, Parfümerie Rüdell



16:30 **Kampf den Produktpiraten in der Kosmetik!**



Die Steigerungsrate der beschlagnahmten Produkte an den EU-Grenzen beläuft sich auf über 260%! Eine besorgniserregende Zahl, die Unternehmen dazu bewegt, Produktfälschern den Kampf anzusagen. Ein wirksames Instrument, um gefälschte Produkte leichter aufzuspüren, ist die Serialisierung in Kombination mit Tracking & Tracing. Auch Unternehmen der Kosmetikbranche können hiermit ihren Markenwert erhöhen, indem sie ihren Partnern und Kunden eine sichere Identifizierung und Authentifizierung ihrer Produkte ermöglichen und somit Produktpiraten das Verbreiten von Fälschungen deutlich erschweren.

Michaela Hähn, Senior-Projektmanagerin, GS1 Germany GmbH

16:50 **Zusammenfassung durch den Moderator**



Dr. Gunnar Mau, Psychologe, Partner und Methodenspezialist, Shoppermetrics GmbH & Co. KG und Wissenschaftler an der Universität Siegen

17:15 **Ende der Veranstaltung**

Kooperationspartner



Sponsoren



Abendveranstaltung zu Gast bei



Mit freundlicher Unterstützung von



Medienpartner



DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE PARFÜMERIEBRANCHE



Veranstaltungsort

GS1 Germany Knowledge Center

Stolberger Straße 108
50933 Köln

Das GS1 Germany Knowledge Center

Treffen. Tagen. Trainieren.

Mit unserem GS1 Germany Knowledge Center sind wir auf mehr als 1.000 qm Ihr Partner für Weiterbildung und Expertentreffs rund um die Wertschöpfungskette: modern, kompetent und ergebnisorientiert. Hier vermitteln wir Ihnen Fachwissen in zielgruppengerechten Schulungen und Trainings.

Value Chain *live!* Lernen am lebensechten Modell

Ein in dieser Form einzigartiges Highlight erwartet den Gast in der ersten Etage: Unter der Fragestellung „Wissen Sie, welche Anforderungen der Markt von morgen für Sie bereithält?“ erleben die Besucher die Wertschöpfungskette live.

Auf mehr als 200 qm werden neue Logistik- und Technologielösungen gezeigt und wird die reibungslose Vernetzung durch GS1-Standards demonstriert. Schwerpunkte bilden neben EPC/RFID-Techniken z.B. auch Category Management-Anwendungen und zukunftsgerichtete Einsatzbereiche des Barcodes. Darüber hinaus geben die GS1-Standards Antworten zu Tracking & Tracing: von Produktion, Etikettierung, Ein- und Auslagerung über Warenausgang, Transport und Vereinnahmung bis hin zu Verkaufsfläche, POS, Artikelsicherung und Rücknahme.

Die Detailtiefe der Ausstellungs- und Lernmodule ist variabel und jede Komponente beliebig verknüpf- bzw. austauschbar. So lassen sich Trends und Entwicklungen rasch aufgreifen. GS1-Experten erläutern im Rahmen individueller Führungen, welche Standards unternehmensinterne Prozessabläufe verbessern, wo die Besonderheiten im jeweiligen Sektor liegen und wie sich hoch- und ultrahochfrequenzbasierte RFID-Geräte unterscheiden.



Datum

28. Oktober 2010

Veranstaltungsort

GS1 Germany Knowledge Center, Köln

Teilnahmegebühren

€ 549,- zzgl. der gesetzl. MwSt.

Ermäßigte Teilnahmegebühr

€ 495,- zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 10. September 2010. Weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhalten einen Rabatt von € 100,-. € 449,- zzgl. der gesetzl. MwSt. für Mitglieder der kooperierenden Verbände. Weitere Teilnehmer aus dem Mitgliedsunternehmen erhalten einen Rabatt von € 100,-. Im Preis der Teilnahmegebühr sind Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränke enthalten.

Veranstalter

GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln
Jörg Lamberg, T +49 (0)221 947 14-536, F +49 (0)221 947 14-595
E-Mail: lamberg@gs1-germany.de

Hotel

Für die Teilnehmer steht ein Einzelzimmerkontingent inklusive Frühstücksbuffet im nahegelegenen „Mercure Hotel Köln Junkersdorf 3* Superior“ zur Verfügung. Für Reservierungen wenden Sie sich bitte an:

H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH
Sabrina Tadics, T +49 (0)221 947 14-283, F +49 (0)221 947 14-590
E-Mail: sabrina.tadics@hut-gmbh.net; Web: www.hut-gmbh.net

Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Eine kostenfreie Stornierung ist bis zum 30. September 2010 möglich; sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen nach dem 30. September 2010 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Programmänderungen aus dringlichem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Anmeldung (auch unter www.gs1-germany.de)

Vorabendveranstaltung: Get-together

27. Oktober 2010, 4711 – Glockengasse 4, Köln

GS1 Cosmetics Conference

28. Oktober 2010, GS1 Germany Knowledge Center, Köln

Bitte ausfüllen und faxen an:

GS1 Germany GmbH, F +49 (0)221 947 14-595

Branchen:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Kosmetikindustrie | <input type="checkbox"/> Logistik-Dienstleister |
| <input type="checkbox"/> Kosmetikfachhandel/Parfümerie | <input type="checkbox"/> Beratungsunternehmen |
| <input type="checkbox"/> IT-Dienstleister | <input type="checkbox"/> Verbände |
| <input type="checkbox"/> Sonstige _____ | |

GLN (falls vorhanden)

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma/Institution

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

- Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich zur Konferenz an.
- Ich nehme an der Vorabendveranstaltung am 27. Oktober 2010 in der Glockengasse teil. Für Kongressteilnehmer ist die Teilnahme kostenfrei. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Datum

Stempel/Unterschrift

Cosmetics Conference

28. Oktober 2010

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