



ECR live!

Shopper Marketing

Effiziente Kundenansprache im Markt

15./16. November 2011

zu Gast bei der METRO GROUP, Düsseldorf

Zu Gast bei:

METRO GROUP
ZUM HANDELN GESCHAFFEN.

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

ECR live! zu Gast bei der METRO GROUP

METRO GROUP
ZUM HANDELN GESCHAFFEN.

Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2010 einen Umsatz von rund € 67 Mrd. Das Unternehmen ist in 33 Ländern an über 2.100 Standorten tätig und beschäftigt rund 280.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: Metro/Makro Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Real-SB-Warenhäuser, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser.

Die METRO GROUP stellt die Kunden ins Zentrum ihres Handelns. Für die Vertriebslinien bedeutet das eine Ausrichtung ihrer Konzepte an den Lebens- und Einkaufsgewohnheiten ihrer Kunden. Bedarfsgerechte Sortimente, individuelle Beratung, hoher Einkaufskomfort und exklusive Serviceleistungen sind wichtige Erfolgsfaktoren ihrer Kundenansprache.

Lassen auch Sie sich bei ECR live! von den Strategien und Konzepten der METRO GROUP inspirieren!

Zielgruppe

ECR live! richtet sich an **ECR-Anwender der Funktionsbereiche Marketing, Vertrieb, Einkauf, Category Management, Trade Marketing, Marktforschung und Shopper Marketing** aus Handel, Industrie und Dienstleistung.

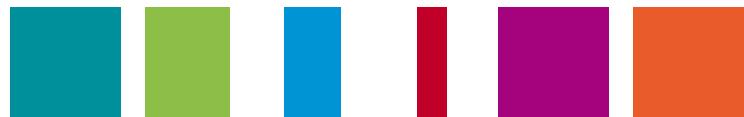
ECR live! Shopper Marketing – Effiziente Kundenansprache im Markt

Strategisches Shopper Marketing bietet immer neue Möglichkeiten, den Kunden dort anzusprechen, wo er seine Kaufentscheidungen trifft. Doch welche Strategien machen die Kunden zu Käufern? Wie unterscheiden sich diese Strategien in verschiedenen Vertriebslinien und wie sieht eigentlich der Shopper der Zukunft aus?

Eine effiziente Kundenansprache im Markt hat viele Facetten. Shopper Insights, Erkenntnisse aus Segmentierungsansätzen und die Definition verschiedener Shopper-Typen sind die Basis für erfolgreiche Shopper-Marketing-Konzepte. Die praktische Umsetzung am Point of Sale sowie die Kundenansprache über neue Technologien geben Handel und Industrie die Möglichkeit, die Shopper für ihre Produkte und Einkaufsstätten zu begeistern.

ECR live! lädt Sie ein, sich über neue Methoden und Erkenntnisse des Shopper Marketings sowie aktuelle Trends des Kaufverhaltens zu informieren. Erfahren Sie von Referenten aus Handel, Industrie, Wissenschaft und Dienstleistung, welches die Instrumente und Erfolgsfaktoren für wirkungsvolles Shopper Marketing sind. Diskutieren Sie, wie Sie durch die Umsetzung von Shopper Insights in erfolgreiche Shopper-Marketing-Kampagnen Kaufimpulse beim Kunden auslösen können. Lassen Sie sich inspirieren von neuen Ideen.

Das Besondere bei ECR live!: Neben zahlreichen Vorträgen können Sie selber aktiv werden. Bei unseren ECR live! Komponenten haben Sie die Gelegenheit zum Ansehen, Anfassen, Ausprobieren und Diskutieren.



Programm Dienstag, 15. November 2011

Moderation: Heiner von Brachel, Director ECR + Event, GS1 Germany GmbH

11:00 Begrüßung

Herr Macho heißt Sie herzlich im Namen der METRO GROUP in Düsseldorf willkommen.

Silvester Macho, Chief Information Officer, METRO GROUP



11:15 Verschiedene Vertriebslinien – unterschiedliche Kunden

Mit ihren Vertriebslinien Metro Cash & Carry und Real spricht die METRO GROUP unterschiedliche Kunden mit verschiedenen Bedürfnissen an. Welche Strategien die Kunden zu Käufern machen und wie die METRO GROUP ihre Strategien auf die einzelnen Channel ausrichtet, macht Herr Saveuse in seinem Vortrag deutlich. Dabei spielen neue Ladenkonzepte ebenso wie neue Technologien am POS eine wichtige Rolle.

Joël Saveuse, Mitglied des Vorstands der METRO GROUP



11:55 Vor welche Herausforderungen stellt uns der Shopper von morgen?

Ein internationaler Blick in die Zukunft zeigt: Das Kaufverhalten wird sich verändern. Nicht nur Soziodemographie, Einkommen und Altersverteilung der Kunden sind betroffen, auch Entwicklungen zum Mobile Consumer, gestiegene Social-Media-Aktivitäten und nachhaltiger Konsum zwingen die Unternehmen zum Umdenken und zu einer Neuausrichtung auf diese Bedürfnisse. Vor welchen neuen Herausforderungen Handel und Industrie aktuell und zukünftig stehen, zeigt dieser Vortrag. Unter anderem werden dabei auch Ergebnisse der vom Consumer Goods Forum und Capgemini durchgeführten Studie „Future Value Chain 2020“ vorgestellt.

Jörg Pretzel, Geschäftsführer, GS1 Germany GmbH



12:20 Im Dienste des Kunden – die Herausforderungen für die IT

Die Entwicklungen neuer Konzepte und neuer Technologien geschehen mit Ausrichtung auf die Kunden und ihre Bedürfnisse. Welche Anforderungen werden dabei an eine moderne IT in einem internationalen Handelskonzern gestellt? Dieser Vortrag zeigt, wie eine effektive Verbindung zwischen Kunde und Technik erreicht werden kann.

Dr. Gerd Wolfram, Managing Director, METRO SYSTEMS



12:45 Die Zukunft des Einkaufens im Frischerebereich – Shelf Vision

Die gestiegenen Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden an das Einkaufen im Frischerebereich stellen Handel und Industrie vor neue Herausforderungen, die es heute schon zu beantworten gilt. Durch die zunehmende Bedeutung von digitalen Medien im Alltag bieten sich neue Chancen, dem Shopper Informationen, Orientierung und Emotionalisierung zu transportieren. Mit Shelf Vision soll den Kunden die Kaufentscheidung am Frischeregal erleichtert werden. Gleichzeitig wird dem aktuellen Trend Rechnung getragen, dass sich Marketingbudgets von klassischer Werbung hin zu Marketingmaßnahmen, die direkt am POS auf den Käufer wirken, verlagern.

Julia Archer, Head of Category Management, Danone GmbH

Wulff Lucas, Projekte Geschäftsführung Vertrieb Real, METRO GROUP Future Store Initiative



13:15 Mittagspause

14:45 ECR live! Komponenten

Beschreibung siehe nächste Seite



ECR live! Komponenten

14:45 **Promotionmanagement live!**

Viele Wege führen zu einer Promotion – doch wie macht man es richtig? Lernen Sie von den Experten bei Nielsen, der Universität Siegen und GS1 Germany, was konsequente Bewertung und Optimierung von Promotions bedeutet, welche Methoden und Tools geeignet sind und wie es gelingt, die Erkenntnisse für zielgerichtete Promotions zu nutzen.

Sabine Schnell, Director Analytic Consulting, DACH-Benelux-Osteuropa, The Nielsen Company
Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein und Dr. Gunnar Mau, beide Lehrstuhl für Marketing, Universität Siegen



14:45 **Von gesicherten Erkenntnissen zu erfolgreichen Kampagnen**

Zielgerichtete Shopper-Marketing-Konzepte und -Mechanismen können den Shopper zum Kauf aktivieren. Dieser Workshop stellt vor, wie sich entlang der Shopper Journey generierte Shopper Insights konkret und erfolgreich in Kampagnen am POS umsetzen lassen. In Gruppen erarbeiten Sie aktiv Ihre eigenen Konzepte für die effiziente Kundenansprache und gewinnen Know-how für Ihr eigenes Geschäftsfeld.
Peter Dräger und Gabriele Hunstiger, beide Geschäftsführer, FREY.G2 GmbH



14:45 **Vom globalen Trend zum POS: ein Szenario-workshop zum Einkaufsverhalten der Zukunft**

Für zukunftsorientierte Unternehmen ist es schon heute wichtig zu wissen, wie sich das Einkaufsverhalten verändern wird und welche Trends für den Geschäftserfolg relevant sein werden. Die internationale Studie „Future Value Chain 2020“ vom Consumer Goods Forum und Capgemini zeigt Ihnen verschiedene globale Trends. Unter Anwendung der Szenariotechnik analysieren Sie die Auswirkungen dieser Trends auf Ihr Geschäftsfeld und entwickeln Ansatzpunkte für eigene Lösungen.

Klaus Vogell, Senior Projektmanager, GS1 Germany GmbH
Holger Martens, Vice President, Head of Consumer Industry and Retail, Capgemini Deutschland GmbH



14:45 **METRO GROUP Future Store Reloaded – METRO GROUP und Kunden im Dialog**

Tauchen Sie bei dem Besuch des real- Future Stores ein in die Shopper-Marketing-Welt der METRO GROUP und erleben Sie live! die neuesten Entwicklungen im Bereich der Marketing-Applikationen. Welchen Nutzen haben die neuesten Tools und Techniken im Future Store und welche Auswirkungen haben diese auf die Kundenansprache? Erfahren Sie hautnah, wie aktuelle Research-Erkenntnisse die Storegestaltung und Platzierung verändern und für zielgerichtete Kundenaktivierung am POS und eine effektive Umsetzung von Category Management sorgen. Ideen und Umsetzungen, die Nutzen für die eigene Arbeit bieten!

Marcos Fernández, Project Manager, Corporate Communications, METRO GROUP

Jan Lingenbrinck und sein Guide-Team, METRO GROUP Future Store Initiative



14:45 **Marktbesichtigung live! – Mit Kundenorientierung zu mehr Erfolg am POS**

Shopper Marketing für die Welt der Profikunden! Verschiedene Vertriebslinien erfordern eine spezifische Umsetzung von Shopper Insights. Erleben Sie dies bei einer Marktbesichtigung des Metro Cash & Carry Großmarktes und des Own-Brand Showrooms auf dem Metro Campus. Welche Besonderheiten bietet der Bereich Cash & Carry sowohl für die Umsetzung von Shopper Marketing als auch von Category Management? Wie funktionieren Marketing-Konzepte in diesem besonderen Vertriebslinie? Entdecken Sie außerdem bei dem Besuch des Own-Brand Showrooms live!, wie die METRO GROUP ihre Eigenmarken für die gezielte Ansprache der gewerbetreibenden Kunden nutzt und in Dialog mit ihnen tritt.

Stefan Piepenstock, Geschäftsleiter des Metro Cash & Carry Großmarktes Düsseldorf



Bitte wählen Sie bei Ihrer Anmeldung aus, an welcher live! Komponente Sie teilnehmen möchten. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

17:15 **Check-in Hotels**

Ab 19:30 **Get-together im „EigelStein Düsseldorf“**



Abendveranstaltung

Dienstag, 15. November 2011,
ab 19:30 Uhr

Genießen Sie einen gemütlichen ECR-Networking-Abend im „EigelStein Düsseldorf“. Im „EigelStein“, dem ersten Kölsch-Brauereiausschank in Düsseldorf, erwarten Sie Tradition und Moderne: Rheinische Lebensart mit „Suurbrode“, „Halve Hahn“ und reichlich frischem Kölsch trifft auf aktuelle Spezialitäten, serviert im modernen Brauhausambiente. Und das mitten im Düsseldorfer Medienhafen.

EigelStein Düsseldorf

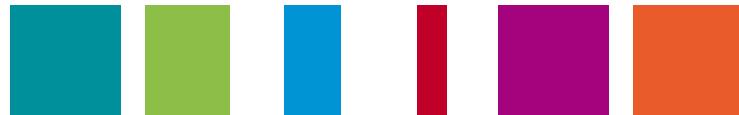
Hammer Str. 17

40219 Düsseldorf

T +49 (0)211 602 74 77

www.eigelstein-duesseldorf.de

EIGELSTEIN
GAFFEL KÖLSCH BRAUEREIAUSSCHANK



Programm Mittwoch, 16. November 2011

08:30 **Begrüßungskaffee**

09:00 **Begrüßung und Zusammenfassung des ersten Konferenztages**

Heiner von Brachel, Director ECR + Event, GS1 Germany GmbH



09:15 **Collaborative Shopper Marketing – Vorstellung und Diskussion von Shopper-Segmentierungen**

Zielgerichtetes Shopper Marketing als Grundlage für eine erfolgreiche Kundenansprache im Markt. Wie betrachten Handel und Industrie die aktuellen Entwicklungen im Shopper Marketing, wie unterscheiden und ergänzen sich ihre Sichtweisen? Was sind die Instrumente und Erfolgsfaktoren für wirkungsvolles Shopper Marketing? Verändert sich hierbei die Zusammenarbeit von Handel und Industrie? Henkel, Nestlé und Real präsentieren, wie neu gewonnene Shopper Insights, Erkenntnisse aus Segmentierungsansätzen und die Definition verschiedener Shopper-Typen für eine effiziente Kundenansprache genutzt werden können:

Einkaufsverhalten unter der Lupe – Shopper-Segmentierung als Basis für eine zielgerichtete Kundenansprache

Rainer Bock, Director Category Management & Trade Marketing, Henkel AG & Co. KGaA



Die Nestlé Ernährungsstudie – Anwendungserfahrung einer Shopper-Segmentierung

Michael Lomberg, Group Category Manager, Nestlé Deutschland AG



Customer centric retailing@real – Insights basierte Strategien am POS

Marcel Uphues, Head of Customer Information Management, Real SB-Warenhaus GmbH



Eine abschließende Diskussion stellt die verschiedenen Ansätze noch einmal gegenüber und ordnet sie methodisch ein.

10:30 **Kaffeepause**

11:00 **Erfolg durch gezielte Shopper-Ansprache**

Starke Insights, die das individuelle Shopper-Verhalten berücksichtigen, sind die Basis erfolgreicher Konzepte am POS. Was treibt die Kaufentscheidung in unterschiedlichen Einkaufskanälen/ Kategorien? Anhand von zwei Beispielen wird gezeigt, wie zielgruppenorientierte Ansprache in konkrete Maßnahmen am POS übersetzt wird.

Stephanie Siedhoff, Customer Marketing Manager, Unilever Deutschland GmbH



11:30 **Metro Cash & Carry macht gemeinsam mit MARS den Metro Cash & Carry-Außendienst fit**

Metro Cash & Carry: von Profis für Profis, Sortimentskompetenz und konsequente Kundenorientierung. Mit MARS hat Metro Cash & Carry diesen Ansatz nun gemeinsam verfolgt. In bedeutenden Impuls-Warenguppen wie Süßware und Getränke schult Metro Cash & Carry zusammen mit Industriepartnern ihren Außendienst. MARS Chocolate ist für Metro Cash & Carry langjähriger Category Management Partner in der Süßware und zeigt, wie sich Konzepte nachhaltig am POS umsetzen lassen.

Andrea Schwotzer, Category Manager Chocolate, MARS GmbH

Arkadius Seidel, Hauptabteilungsleiter Customer Target Group Management Trader, Metro Cash & Carry Deutschland GmbH



12:00 **Pasta liebt Sauce – Shopper-Marketing-Kooperation zwischen Edeka Nolte, GfK & Barilla Deutschland**

Wie kann ein zielgruppenorientiertes Shopper Marketing Kaufbarrieren innerhalb der Kategorien Pasta & Pastasaucen überwinden und Kategoriewachstum generieren? Die gewonnenen Erkenntnisse über das Kaufverhalten der verschiedenen Shopper-Typen stellen die Grundlage für das vorliegende Gemeinschaftsprojekt dar. Die praktische Umsetzung der Shopper-Marketing-Maßnahmen entlang des „Path of Purchase“ sowie der konkrete Nutzen für den Shopper, den Händler und den Hersteller werden in diesem Vortrag dargestellt.

Mirko Schmidt, Key Account Management – Germany, Barilla Deutschland GmbH

Stefan Schemann, Senior Marketing Consultant GfK SE, GfK Panel Services Deutschland

Andreas Nolte, Geschäftsführer, August Nolte aktiv markt GmbH



12:45 **Mittagspause**



14:15 **Effizientes Shopper Marketing und nachhaltige Kundenansprache**

70 % aller Kaufentscheidungen fallen direkt am Point of Sale! Denken Sie auch, dass eine einfache Zweitplatzierung ausreicht, dieses Potenzial auszuschöpfen? Wir stellen Ihnen vor, wie Sie gemeinsam mit Ihren Handelspartnern Ihre Shopper effizienter und nachhaltiger am Point of Sale ansprechen können. Angefangen vom Shoppervverständnis und der Konzeptentwicklung bis zur Umsetzung analysieren wir eine konkrete Fallstudie und arbeiten die Erfolgsfaktoren heraus.

Christian Buller, Marketing Manager Global Customer Business Development, Procter & Gamble



14:45 **Mobile Commerce als neue Chance für den stationären Handel**

Smartphones sind die Personal Computer von heute geworden und erfahren eine rasante Verbreitung. Ausführliche Informationen und Transparenz über Angebote und Preise, gepaart mit der Vernetzung von sozialen Medien, bedeuten eine neue Herausforderung für den stationären Handel. Allerdings stellen lokal genutzte Smartphones im lokalen Store eine Kombination dar, die neue Möglichkeiten der personalisierten Kundenansprache bietet. Intelligent eingesetzt ist es eine effiziente Antwort auf die Virtualisierung des Handels.

Frank Rehme, Innovation Manager, METRO SYSTEMS



15:30 **Fragen und Antworten/Zusammenfassung der Veranstaltung**

Heiner von Brachel, Director ECR + Event, GS1 Germany GmbH



15:45 **Ende der Veranstaltung**



Sponsoren und Kooperationspartner

Aldata



Aldata ist weltweit führend in der Optimierung von Handel und Distribution. Unsere Software-Lösungen unterstützen Händler, Distributoren und Hersteller bei der maßgeblichen Verbesserung ihrer Geschäftsergebnisse. Wir optimieren Warengruppen, Fläche, Beschaffung und Logistik sowie die Kundenansprache.

www.aldata.com/de, apollo.de@aldata.com

Capgemini



Mit 115.000 Mitarbeitern in 40 Ländern und einem Jahresumsatz von 8,7 Mrd. € (2010) ist Capgemini einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Outsourcing-Dienstleistungen. Gemeinsam mit seinen Kunden erstellt Capgemini Geschäfts- und Technologie-lösungen, die passgenau auf die individuellen Anforderungen zugeschnitten sind.

www.de.capgemini.com

Checkpoint Systems GmbH



Checkpoint Systems, weltweit führend für Lösungen zum Warenschwund-Management, zur Warenbestandsübersicht und zur Bekleidungsauszeichnung, ist spezialisiert auf die Quellensicherung von Konsumgütern, elektronische Artikelsicherung (EAS), RFID und Verkaufsförderung. Mit Niederlassungen in über 30 Ländern verfügt Checkpoint über ein globales Fertigungs-, Vertriebs- und Servicenetzwerk.

www.checkpointsystems.com, Dirk.Endlich@eur.checkpt.com

FREY.G2 GmbH THE SHOPPERMARKETING AGENCY



Bei FREY.G2 steht der Shopper im Mittelpunkt. Mit POS-Marketing-Kampagnen und Shopper Marketing für Industrie und Handel in nahezu allen Vertriebslinien aktivieren wir Kunden auf ihrer Shopper-Journey zum Kauf. Unsere Konzepte basieren auf umfassendem Know-how, Shopper- und Retail-Insights. Mehr als 80 Awards in den letzten 25 Jahren belegen unsere Kreativität und Effektivität.

www.frey-g2.com, info@frey-g2.com

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 schnellleibigen Konsumgüter sowie zahlreiche Gebrauchsgüter und Dienstleistungen. Hierfür berichten täglich der GfK in Deutschland 30.000 Haushalte.

www.gfkps.com, panel.services@gfk.com

Is4 IT-Services GmbH & Co. KG



is4 ist der IT-Dienstleister für ECR-Prozesse bei Herstellern. Basierend auf SAP und CAS verfolgen wir die Wertschöpfungskette vom Endverbraucher über den Handel bis in die Supply Chain des Produzenten. is4-Kunden nutzen ihr aktuelles Wissen über Stimmungen von Konsumenten und Marktgeschehen zur Optimierung ihrer Bestände und des Budgeteinsatzes für Handelsaktionen auf reale Bedarfe.

www.is-4.de, info@is-4.de

Sponsoren und Kooperationspartner

Nedap Deutschland GmbH



Nedap Retail ist ein führender Anbieter von innovativen und nachhaltigen Lösungen für Retail Management und elektronische Artikelsicherung. Die Lösungen von Nedap basieren auf über 30-jähriger Erfahrung mit RF und RFID Technik und zahlreichen Patenten. Nedap Systeme sind zukunftssicher (RFID kompatibel), kosteneffizient und umweltfreundlich.

www.nedap-retail.com, info@nedap.de

The Nielsen Company



Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führenden Marktpositionen in den Bereichen Marketing- und Verbraucherinformationen, Erhebung von Mediadaten in TV, Online, Mobile und anderen Medien sowie weiteren verwandten Bereichen. Das Unternehmen ist in mehr als 100 Ländern präsent.

www.de.nielsen.com, irene.salzmann@nielsen.com

POS TUNING Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG



POSTUNING ist der Profi für die Optimierung der Warenpräsentation am Point of Sale. Mit strategischen Entwicklungen werden dem Kunden Lösungen geboten zur optimalen Warenpräsentation, Verbesserung des Einkaufskomforts für die Konsumenten, Erhöhung von Verkaufserfolgen, Minimierung der Regalpflege-Aufwendungen und Reduzierung der Diebstahlquote... für mehr Erfolg am Point of Sale.

www.postuning.com, info@postuning.com

SCA Packaging Deutschland Stiftung & Co. KG



SCA Packaging ist einer der führenden Hersteller von aufmerksamkeitsstarken Displays, innovativen Konsumgüterverpackungen sowie Industrie-, Gefahr- und Schwergutverpackungen aus Wellpappe. In Deutschland arbeiten rund 2.300 Mitarbeiter an über 20 Standorten daran, aus den Anforderungen unserer Kunden kreative Verpackungslösungen zu entwickeln. Vielfalt ist unsere Natur!

www.scapackaging.de, contact.sales@sca.com

Tobii Technology GmbH



Tobii Technology ist Marktführer für Soft- und Hardwarelösungen in den Bereichen Eyetracking und Augensteuerung. Unsere Produkte werden nicht nur in der Wissenschaft, der kommerziellen Marktforschung und in Usability-Studien vielfach eingesetzt, sondern auch von Menschen mit körperlichen Einschränkungen als Kommunikationsmittel geschätzt.

www.tobii.com, sales.de@tobii.com

Medienpartner:



**Lebensmittel
Zeitung**

Datum

15. November 2011, 11:00–17:15 Uhr
(anschließend Get-together)

16. November 2011, 09:00–15:45 Uhr

Veranstaltungsort

METRO GROUP Trainingscenter

Metro-Straße 1

40235 Düsseldorf



Teilnahmegebühr

€ 749,- zzgl. MwSt.

Ermäßigte Teilnahmegebühr

€ 649,- zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 20. September 2011 (im Preis inbegriffen sind Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränke sowie das Get-together am Ende des ersten Veranstaltungstages)

Hotel

Zur Buchung eines Hotelzimmers wenden Sie sich bitte an:
H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH,
Petra Lange, E-Mail: petra.lange@hut-gmbh.net,
T +49 (0)221 947 14-282, F +49 (0)221 947 14-590
www.hut-gmbh.net

ACHTUNG: Auf Grund der am 16. November 2011 beginnenden Messe MEDICA ist die Hotelzimmersituation in Düsseldorf angespannt. Buchen Sie daher schnellstmöglich ein Zimmer.

Veranstalter

GS1 Germany GmbH
Maarweg 133, 50825 Köln

Ansprechpartner:

Miriam Becker

T +49 (0)163 771 29 42, E-Mail: becker@gs1-germany.de

Christina Reepel

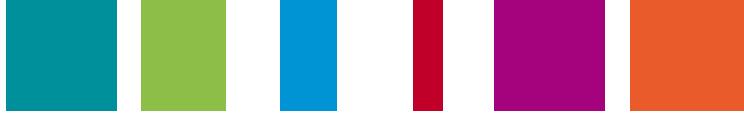
T +49 (0)221 947 14-421, E-Mail: reepel@gs1-germany.de

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 18. Oktober 2011 möglich, sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen nach dem 18. Oktober 2011 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Programmänderungen und die Absage der Veranstaltung aus dringlichem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Bei Ausfall einer Veranstaltung werden bereits gezahlte Gebühren zurückerstattet.

Datenschutzhinweis:

GS1 Germany nutzt Ihre Daten über die Vertragserfüllung hinaus auch zur Werbung für eigene Zwecke. Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln, T +49 (0)221 947 14-0, F +49 (0)221 947 14-990, E-Mail: widerspruch@gs1-germany.de (verantwortlich i. S. d. BDSG) widersprechen.



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

ECR live! Shopper Marketing

15./16. November 2011

zu Gast bei der METRO GROUP in Düsseldorf

Funktion/Branchen:

- | | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Category Management | <input type="checkbox"/> Trade Marketing | <input type="checkbox"/> Marketing | <input type="checkbox"/> Vertrieb |
| <input type="checkbox"/> Einkauf | <input type="checkbox"/> Marktforschung | <input type="checkbox"/> Shopper Marketing | <input type="checkbox"/> Handel |
| <input type="checkbox"/> Industrie | <input type="checkbox"/> Dienstleistungsunternehmen | <input type="checkbox"/> Sonstige _____ | |

GLN (falls vorhanden)

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma/Institution

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Bitte ausfüllen und faxen an:

GS1 Germany GmbH, F +49 (0)221 947 14-565

Ich nehme an der folgenden **ECR live! Komponente** am 15. November 2011 ab 14:45 Uhr teil (die Teilnehmerzahl ist begrenzt):

- METRO GROUP Future Store Reloaded
- Marktbesichtigung live! – Mit Kundenorientierung zu mehr Erfolg am POS
- Promotionmanagement live!
- Von gesicherten Erkenntnissen zu erfolgreichen Kampagnen
- Vom globalen Trend zum POS: ein Szenarioworkshop zum Einkaufsverhalten der Zukunft

Abendveranstaltung am 15. November 2011

- Ich nehme am Get-together im „Eigelstein“ um 19:30 Uhr teil.
- Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich zur Konferenz an.
- Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten an Sponsoren der Veranstaltung für Werbemaßnahmen weitergegeben werden können.

Datum

Stempel/Unterschrift

ECR live!

Shopper Marketing

Effiziente Kundenansprache im Markt

15./16. November 2011

zu Gast bei der METRO GROUP, Düsseldorf



 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