



Shopper Experience,
Category Management
und mehr.

23.-24. Mai 2023

Maritim Hotel, Darmstadt

ecrlive.de

Zu Gast bei:



Das wird Sie erwarten:

Einstieg – ECR live! 2023 03

Programm – ECR live! Tag 1..... 04
Alle Informationen rund um den 1. Konferenztag

Programm – ECR live! Tag 2..... 08
Alle Informationen und Veranstaltungen rund um den 2. Konferenztag

Danke!..... 11
Alle Sponsoren & Partner unserer Konferenz auf einen Blick

Anmeldung12
Überblick unseres Angebotes

Unsere Ansprechpartner:innen.....13
Überblick und Ansprechpartner:innen für alle Bereiche, bei möglichen Rückfragen.

ECR live! 2023



Erleben Sie echte Nachhaltigkeit bei Alnatura: Vom 23. – 24. Mai 2023 treffen wir uns im Maritim Hotel Darmstadt und am Alnatura Campus. Wir möchten Ihnen Inspiration, Wissen und Austausch bieten. Zwei Tage, an denen wir über Nachhaltigkeit im Konsum, Zukunftskonzepte für Handel und Hersteller – online wie offline – und Kategorie-Visionen diskutieren.

Natürlich dürfen dabei die interaktiven live! Komponenten nicht fehlen: Wir sind zu Gast am Alnatura Campus, besuchen einen Alnatura Super Natur Markt und schaffen mit verschiedenen Workshops und Diskussionen den Rahmen für Interaktion und Austausch.

Was Sie erwartet

- ♥ Verfolgen Sie interessante Beiträge, lernen Sie von Best-Practice-Beispielen und erhalten noch mehr Insights durch Live-Komponenten mit dem Gastgeber Alnatura und Anderen.
- ♥ Nehmen Sie Anregungen, neues Wissen und viel Inspiration für eine erfolgreiche Shopper Experience mit.

Wen Sie treffen

Alle aus Handel, Industrie und Dienstleistung, die Shopper lieben, die sich für sinnvolles Handeln interessieren und an einem gemeinsamen Wertschöpfungsnetzwerk arbeiten. GS1 Germany und Alnatura laden Sie ein zum Austausch mit Expert:innen aus den Bereichen:

- ♥ Category Management – online wie offline
- ♥ Einkauf
- ♥ Vertrieb
- ♥ Key Account Management
- ♥ Marketing
- ♥ Shopper Marketing
- ♥ Trade Marketing
- ♥ Marktforschung
- ♥ E-Commerce / Omnichannel Retailing

Alnatura

Seit der Gründung vor über 35 Jahren bestimmt die Unternehmensvision „Sinnvoll für Mensch und Erde“ das Denken und Handeln von Alnatura. Durch den konsequenten Handel mit Bio-Produkten fördert das Unternehmen den klimaschonenden Bio-Landbau und ermöglicht den Menschen einen genussvollen und gleichzeitig nachhaltigen Konsum.

Du möchtest mehr über Alnatura erfahren?
Hier klicken für weitere Informationen.

Das Besondere an ECR live!: Praxis, Praxis, Praxis

Zusätzlich zu den zahlreichen Vorträgen haben Sie die Möglichkeit, bei live!-Komponenten selbst aktiv zu werden.

ECR live! Komponenten:

Live-Komponente 1:
Besichtigung Alnatura Campus
Entdeckungspfad und Arbeitswelt

Live-Komponente 2:
Besichtigung Alnatura Super
Natur Markt und Gläserner
Globus, Eschborn

Live-Komponente 3:
Besichtigung Alnatura
Verteilzentrum Lorsch

**Unsere Workshops
für die zwei Tage:**

- Workshop 1:** Der Shopper im Verpackungsdschungel
- Workshop 2:** Impulsworkshop Trends
- Workshop 3:** Zurück aus der Zukunft: CM 2033 – KI als „Prozess-Booster“

Dienstag,
23. Mai 2023



🕒 09:30 – 09:40

Begrüßung durch GS1 Germany und den Gastgeber



Petra Schäfer
Geschäftsführerin,
Alnatura Produktions-
und Handels GmbH



Inga Natrop
Senior Manager Shopper Experience
GS1 Germany GmbH



Birgit Schröder
Lead Education &
Consulting Services
GS1 Germany GmbH

🕒 09:40 – 10:15

Nachhaltigkeit neu denken

Die Transformation in eine nachhaltige Wirtschaft kann nach unseren Erfahrungen und Erkenntnissen nur durch eine Erweiterung der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit erreicht werden. Neben der ökologischen, ökonomischen und sozialen, ist die Beachtung der Sinn-Dimension wesentlich. Alnatura schaut auf fast 40 Jahre Erfahrung bei der erfolgreichen Umsetzung einer Vier-Dimensionen-Nachhaltigkeit.



Prof. Dr. Götz E. Rehn
Gründer und Geschäftsführer
Alnatura Produktions- und Handels GmbH

🕒 10:15 – 10:45

Responsibilisierung ganzheitlich gedacht – Warum es trotzdem Funktion und Emotion braucht

Auch in Zeiten der Inflation ist Nachhaltigkeit weiterhin relevant. Allerdings treten im Vergleich zur Pandemie Zeit wieder andere Themen wie der Preis in den Vordergrund. Umso wesentlicher ist es ein ganzheitliches Konzept für nachhaltige Produkte zu haben, um den Shopper zu überzeugen. Neben dem nachhaltigen Aspekt an sich sind die Grundfunktion als auch die Emotionalisierung entscheidend.



Hanna Kehl
Insights Director | Consumer
Panels & Services, GfK Germany



Anna-Katharina Kraus
Commercial Director Advanced Solutions |
Consumer Panels & Services, GfK Germany

🕒 10:45 – 11:15

Kaffeepause und Besuch des Marktplatzes



🕒 11:15 – 11:45

Hochland Category Vision Cheese & beyond: Wachstum mit System!

Wie generiert man Wachstum, wenn der Endverbraucher satt ist? Die Formulierung einer Category Vision war für Hochland die Basis zur Identifikation von Wachstumstreibern und zur Ableitung von Genussideen, die über den Tellerrand hinausgehen.



Nicole Hüsche
Category & Shopper
Insights Manager
Hochland Deutschland GmbH

🕒 11:45 – 12:15

Geht da noch was? Veränderung im Shopperverhalten braucht Zeit! Am Beispiel der Kategorie „plant based“.

The plantly butchers beleuchtet die Kategorie „plant-based“ aus Shopperperspektive und zeigt u. a. auf, wie sich die Veränderungen der Verbrauchergewohnheiten auf das Wachstum auswirken.



Marc Rhode
Leitung Category Management/Field Management
The Plantly Butchers GmbH & Co. KG

🕒 12:15 – 12:45

Flink Retail Media – Promotion Taktiken im Q-Commerce

Promotiontaktiken sind für Flink ein wichtiger Hebel, um Shopper zu aktivieren. Shopper Insights und Erfolgsmessung bilden die Basis für die Bewertung und Entwicklung von Mechaniken im Higher und Lower Funnel.



Julian Altmann
Head of Retail Media Deutschland
Flink SE



Daniel Reinhard
Commercial Director Deutschland
Flink SE

🕒 12:45 – 14:15

Mittagspause



🕒 14:15 – 17:50

Parallel: ECR live! Breakout-Session, ECR live! Workshops, ECR live!-Komponenten

Das Besondere an ECR live!: Praxis, Praxis, Praxis! Sie haben die Möglichkeit nach Ihren Interessensgebieten selbst aktiv zu werden oder Impulse mitzunehmen. Sie entscheiden! Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Die Registrierung erfolgt nach Eingang der Anmeldung.

🕒 14:15

Abfahrt zur ECR live! Breakout-Session, zum ECR live! Workshop und zu den ECR live! Live-Komponenten am Alnatura Campus

🕒 14:40

Begrüßung am Campus

🕒 14:50 – 17:30

ECR live! Breakout Session - Shopperaktivierung durch Digitalisierung

ECR live! Breakout Session. Freuen Sie sich auf Impulse und Insights u. a. von:



So wird der stationäre Handel so digital wie E-Commerce



Automatisiert, nachhaltig und digital messbar – die revolutionären Möglichkeiten bei der Warenpräsentation am POS



Von der Idee zum Erfolg: Wie Alnatura mit standort-basiertem Category Management den Biohandel neu definiert



D2C Direct to Consumer: wie Cura Cosmetics und Judith Williams den Schritt zu D2C gewagt hat



Sei wie Tante Emma: Kenne Deine Kundschaft! Die Customer Journey von heute.



Vom Verkäufer zum Berater – wovon viele träumen, ist dank SAM* längst Realität



🕒 14:50 – 17:30

Workshop 1 – Der Shopper im Verpackungsdschungel

Verpackte Biogurke oder unverpackte konventionelle Gurke? Verpackung, insbesondere Plastik, ist für den Shopper ein emotionales Thema.

Lassen Sie uns gemeinsam einen Blick auf dieses komplexe Thema werfen und diskutieren, welche Rolle Verpackung und Nachhaltigkeit im Produktentwicklungsprozess und für die Kaufentscheidung des Shoppers am POS spielen.



Isabell Kuhl
Abeilungsverantwortliche Qualitätsmanagement
Alnatura Produktions- und Handels GmbH



Sarah Grede
Senior Manager Sustainability
GSI Germany GmbH



Julia Linder
Manager Shopper Experience
GSI Germany GmbH



🕒 14:50 – 17:30

2. Live Komponente: Storecheck Alnatura Super Natur Markt und Gläserner Globus, Eschborn

Alnatura Super Natur Markt:

Aktuell gibt es deutschlandweit 150 Alnatura Super Natur Märkte in 72 Städten in 14 Bundesländern. In den Alnatura Märkten finden Kundinnen und Kunden ein Bio-Lebensmittel-Sortiment von rund 6.000 Artikeln – davon über 1.300 Alnatura Produkte – sowie Naturtextilien in Bio-Qualität und Naturkosmetik.

Die Ladeneinrichtung besteht vorwiegend aus dem nachwachsenden Rohstoff Holz, aus Natursteinfliesen und recycelten Materialien. Das Fichten- und Buchenholz für die Regale stammt aus Deutschland und wird in Südhessen verarbeitet.

Gläserner Globus:

Sie wollten schon immer einen Blick hinter die Kulissen einer großen Markthalle werfen – dann sind Sie in unserer Markthalle in Eschborn genau richtig.

Bei unserem Gläsernen GLOBUS erhalten Sie einen spannenden Einblick in unsere verschiedensten Warenbereiche. Von unserer Obst und Gemüse-Abteilung bis hin zu unseren hauseigenen Produktionsbereichen – wie unserer Metzgerei und Meisterbäckerei.



Steffen Stoldt
Geschäftsleiter
GLOBUS Handelshof St.
Wendel GmbH & Co. KG
Markthalle Eschborn



Tristan Six
Bereichsleiter
GLOBUS Handelshof St.
Wendel GmbH & Co. KG
Markthalle Eschborn



🕒 ab 19:00

Abendveranstaltung im tibits

Freuen Sie sich auf einen tollen Networking-Abend direkt auf dem Alnatura Campus. Erleben Sie, wie Genuss und Nachhaltigkeit auf unvergessliche Art und Weise im Einklang sind. Das tibits verspricht viel kulinarische Inspiration in lockerer Atmosphäre zum perfekten Austausch.

tibits Darmstadt

Eschollbrücker Straße 65,
Alnatura Campus
64295 Darmstadt

🕒 14:50 – 17:30

1. Live Komponente: Besichtigung Alnatura Campus Entdeckungspfad & Arbeitswelt

Der Alnatura Campus ist auf einem ehemaligen Kasernengelände errichtet worden. Das früher militärisch genutzte Gelände hat Alnatura von einer brachliegenden versiegelten Fläche in ein offenes, gemeinschaftliches und ökologisch wertvolles Areal verwandelt.

Das gesamte Gelände ist rund 5,5 Hektar groß und öffentlich zugänglich, um als Erholungs-, Lern- und Begegnungsort zu dienen. Die stadtnahe Naturerholungslandschaft umfasst neben dem Unternehmenssitz von Alnatura auch einen öffentlichen Kindergarten. Für Besucherinnen und Besucher gibt es zudem unter anderem das vegetarische Bio-Restaurant „tibits“ sowie zahlreiche Schul- und Erlebnispfad, die die Entstehung von Bio-Lebensmitteln von der Aussaat bis zum fertigen Produkt auf rund 20.000 Quadratmetern veranschaulichen.



🕒 14:30 – 17:50

3. Live Komponente: Besichtigung Alnatura Verteilzentrum Lorsch

Über das Alnatura Verteilzentrum in Lorsch werden die 150 Alnatura Super Natur Märkte sowie Handelspartner in Deutschland und Europa versorgt. 2014 wurde das Verteilzentrum um das zum Zeitpunkt des Baus weltweit größte Hochregallager aus Holz erweitert. Auf 9.700 Quadratmetern bietet das Verteilzentrum für mehr als 32.000 Paletten Platz. Die Fassade und die Regale bestehen aus rund 5.000 Kubikmetern PEFC-zertifiziertem Lärchen- beziehungsweise Fichtenholz. Pro Tag werden und 3.500 Paletten ein- und ausgelagert.

Die Versenkung des Hochregallagers um 2,5 Meter ins Erdreich und die Lage des Verteilzentrums in der Rheinebene ermöglichten ein besonderes Kühl- und Klimatisierungskonzept: Das Grundwasser umspült die Bodenplatte und führt zu einer weitgehend konstanten Bodentemperatur, es ist keine künstliche Klimatisierung bzw. Beheizung notwendig.

Auf dem Dach des Verteilzentrums befindet sich auf rund 7.800 Quadratmetern eine Photovoltaikanlage. Außerdem bezieht Alnatura Ökostrom aus Wasserkraft von den Elektrizitätswerken Schönau. Im gesamten Verteilzentrum kommt nur LED-Beleuchtung zum Einsatz.

Mittwoch,
24. Mai 2023



🕒 09:00

Begrüßungskaffee und Besuch des Marktplatzes



🕒 09:30 – 09:40

Begrüßung, Wrap up 1. Tag



Inga Natrop
Senior Manager Shopper Experience,
GSI Germany GmbH

🕒 09:40 – 10:10

Wachstum und Innovation im Handel – wie tegut... mit neuen Konzepten Bekanntheit und Neukundengewinnung steigert

Neukunden erreicht tegut... durch Bedienung der verschiedenen Vertriebsformate und den Ausbau innovativer Konzepte an neuen Standorten. Neben der Umsetzung von Kooperationen im E-Commerce bedient tegut... mit dem teo-Konzept Kunden auf der Kleinstfläche. Das spannende Zusammenspiel zwischen Kundenbedürfnissen und Innovationen werden am Beispiel von tegut... teo erläutert.



Lisa Bädecker
Projektentwicklerin
tegut... teo

🕒 10:10 – 10:40

no planet b Upcycling Beauty – Wie mit Lehrlingen, Gründern und bisher ungenutzten Ressourcen eine neue dm-Kooperationsmarke entsteht

no planet b ist keine reine Start-up Marke, aber auch keine klassische dm-Eigenmarke. Als Kooperationsmarke verbindet no planet b das Beste aus beiden Welten. Denn das Ziel ist ehrgeizig. no planet b will das Upcycling in die Beauty Welt bringen. Für die Marke heißt Ressourcenschonung, mit dem zu arbeiten, was schon da ist. no planet b ist eine Marke für und von der nächsten Generation. Denn die Lehrlinge von dm sind ein aktiver Teil der Markenentwicklung.



Sebastian Wölke
Gründer und Geschäftsführer
no planet b Upcycling Beauty



Franziska Lickteig
Drogistin und Teil des Projektteams no planet b
dm-drogerie markt Deutschland

🕒 10:40 – 11:10

Gelebte Wertschöpfungspartnerschaft

Wie gelingt es nachhaltig entlang der kompletten Wertschöpfungskette vom Feld bis auf den Tisch zu wirtschaften? Im Fokus steht ein kundenzentriertes, effizientes und wirtschaftliches Handeln ohne Verzicht auf Nachhaltigkeit. Dies gelingt in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit – dem Miteinander und Füreinander Leisten – aller Akteure in Industrie und Handel.



Petra Schäfer
Geschäftsführerin,
Alnatura Produktions- und Handels GmbH

🕒 11:10 – 11:45

Kaffeepause und Besuch des Marktplatzes



Parallel: ECR live! Breakout-Session, ECR live! Workshops

Das Besondere an ECR live!: Praxis, Praxis, Praxis! Sie haben die Möglichkeit nach Ihren Interessensgebieten selbst aktiv zu werden oder Impulse mitzunehmen. Sie entscheiden!

🕒 11:45 – 13:15

ECR live! Breakout Session



Was Shopper wollen – Eine Kundenzufriedenheitsstudie im deutschen Online-Handel



Messenger-basierter Kundendialog als Erfolgsfaktor im Einzelhandel



Real-time POS-sensorics & data science for optimized business decisions



25 years Yagora - Nachhaltiges Wachstum für Handel & Hersteller durch Shopper-Fokussierung und innovative Forschungsmethoden

🕒 11:45 – 13:15

Workshop 2 – Impulsworkshop Trends

Trends beschäftigen uns mehr denn je. Wir wollen nicht nur auf Basis vergangenheitsorientierter Daten arbeiten, sondern den Blick nach vorne schärfen.

Meta- und Megatrends, aber vor allem Shopper- und Retailtrends.

Diskutieren wir gemeinsam die wichtigen Trends unserer Branche und lassen Sie uns brainstormen, wie wir sie auf Handels- und Herstellerseite nutzen oder sogar mitgestalten können.



Inga Natrop
Senior Manager Shopper Experience
GSI Germany GmbH



Alexandra Borowski
Senior Manager Shopper Experience
GSI Germany

🕒 11:45 – 13:15

Workshop 3 – Zurück aus der Zukunft: CM 2033 – KI als „Prozess-Booster“

Wir führen in einem praxisnahen Workshop durch die mögliche Entwicklung und Nutzung von KI im CM entlang des 8-Schritte-Prozesses. Mit Szenarien konkretisieren und veranschaulichen wir unseren zukünftigen Arbeitsalltag im CM. Basis für den Workshop ist das gemeinsame Projekt der Partner EDEKA Südwest, Ferrero, SAS und GSI Germany. Nehmen Sie teil, um gemeinsam mit uns die Zukunft zu gestalten!



Lukas Kaiser
Leitung Sortiments- und Werbedienstleistungen
EDEKA Südwest Stiftung & Co. KG



Oliver Strohmeyer
Sr. Industry Consultant
SAS Institute GmbH



Victoria Niebur
Junior Manager Shopper Experience
GSI Germany GmbH



Miriam Geppert
Senior Manager Team Shopper Experience
GSI Germany GmbH

🕒 13:15 – 14:30

Mittagspause und Besuch des Marktplatzes



🕒 14:30 – 15:00

Talk: Trends, Zukunftskonzepte und Kooperation



Birgit Schröder
Lead Education & Consulting Services, Shopper Experience, GS1 Germany GmbH



Isis Scherpel
Geschäftsführerin, Back BORD Mühlenbäckerei GmbH & Co. KG



Sebastian Wölke
Gründer und Geschäftsführer, no planet b Upcycling Beauty



Petra Schäfer
Geschäftsführerin, Alnatura Produktions- und Handels GmbH



Johannes Aumann
Prokurist/Bereichsleiter Unternehmensentwicklung | Nachhaltigkeit | Marketing, J. Bünting Beteiligungs AG

🕒 15:00 – 15:30

Mehr Wertschöpfung durch anlassbezogene Cross-Category Promotions.

Wachstum & Wertschöpfung für Shopper & Handel durch anlassbezogene Cross-Category Promotions. Coca-Cola & Kraft Heinz zeigen im Rahmen einer FMCG-Partnerschaft, wie das Handelsthema Grillen nachhaltig aktiviert werden kann & dem Shopper eine besondere Experience geboten wird.



Jonas Emden
Senior Channel Marketing Manager / Commercial Development, Coca-Cola Europacific Partners Deutschland



Tanja Markovic
Category Management & Trade Marketing Lead G-A-S, Kraft Heinz

🕒 15:30 – 16:00

GLOBUS – Expansion mit Kundenfokus – Chancen und Herausforderungen im Beziehungsaufbau zwischen Händler und Kunde.

Der Vortrag gibt Einblicke in die historische Expansion des Lebensmitteleinzelhändlers Globus durch die Übernahme zahlreicher Real-Märkte. Trotz der Erschließung neuer Regionen und der Implementierung neuer Methoden bleibt Globus seinen Wurzeln als traditioneller Händler mit einem unerschütterlichen Fokus auf den Kunden treu. Der Vortrag zeigt die Herausforderungen und Chancen auf, die mit dem Aufbau von Spitzenkundenbeziehungen durch Spitzenleistung in diesen neuen Bereichen verbunden sind.



Frederik Grosserohde
Leitung Integration Impuls GLOBUS Markthallen Holding GmbH & Co. KG



Matthias Immesberger
Bereichsleitung Sortimentsmanagement Obst & Gemüse, Blumen & Pflanzen Impuls GLOBUS Markthallen Holding GmbH & Co. KG

🕒 16:00 – 16:05

Wrap Up ECR live 2023



Inga Natrop
Senior Manager Shopper Experience GS1 Germany GmbH

Sponsoren

DANKE!

Wir bedanken uns bei unseren Sponsoren.

Unsere Gold Sponsoren.



gfk.com



postuning.de



captana.io



hoffrogge.com



yagora.com



slace.com



symphonyai.com



adesso.de



sas.com



blueyonder.com

Unsere Silber Sponsoren



salesforce.com

Unsere Bronze Sponsoren



ncr.com



topcom.de

Unseren Medienpartner.



lebensmittelzeitung.net



stores-shops.de



handelsjournal.de

Möchten Sie Sponsor oder Partner werden?

Nutzen Sie Ihre Chance und präsentieren Sie Ihr Unternehmen bei unserem Event. Kontaktieren Sie Sebastian Schnitzler und informieren Sie sich über Ihre verschiedenen Möglichkeiten als Partner und Sponsor. Nähere Informationen zum Sponsoringangebot finden Sie [hier](#).



Sebastian Schnitzler | Lead Partner Engagement
T +49 221 94714-276 | E sebastian.schnitzler@gs1.de

Anmeldung

Überblick unseres Angebotes



23. Mai 2023, 09:30 – 17:30 Uhr

(ab 19:00 Uhr, Abendveranstaltung im tibits, Eschollbrücker Straße 65, 64295 Darmstadt)

24. Mai 2023, 09:30 – 16:05 Uhr

Veranstaltungsort

Maritim Hotel Darmstadt
Rheinstraße 105
64295 Darmstadt

Teilnahmegebühr und -bedingungen

Normaltarif*

1.199,- € zzgl. der gesetzl. MwSt.

Normaltarif inkl. 10% Solution Partner Rabatt*

bis zum 11. April 2023*

1.079,- € zzgl. der gesetzl. MwSt.

Alumnitarif für Absolvent:innen

zum Zertifizierten GS1 Category Manager®,
Zertifizierten GS1 Online Category Manager®
und Zertifizierten GS1 Category Manager® Nonfood
999,- € zzgl. der gesetzl. MwSt.

*Die angegebenen Preise gelten pro Person.



JETZT ANMELDEN!

www.ecrlive.de

Ansprechpartner:innen

Unsere Ansprechpartner:innen

Veranstalter

GS1 Germany GmbH | Maarweg 133 | 50825 Köln

Projektleitung



Jörg Lamberg
Tel.: +49 221 94714-537
E-Mail: joerg.lamberg@gs1.de

Programm



Inga Natrop
Tel.: +49 221 94714-434
E-Mail: inga.natrop@gs1.de

Partner Engagement



Sebastian Schnitzler
Tel.: +49 221 94714-276
E-Mail: sebastian.schnitzler@gs1.de

Teilnehmer-Management



Sabine von Bank
Tel.: +49 221 94714-510
E-Mail: sabine.vonbank@gs1.de

Hotelzimmerbuchung

Wir haben für Sie ein Zimmerkontingent reserviert.
Weitere Informationen sowie das Buchungsformular
finden Sie auf der **Website der H.U.T.**

Sarah Stollenwerk | H.U.T. GmbH

Tel.: +49 179 4229958

E-Mail: sarah.stollenwerk@hut-gmbh.net

Stornierungsbedingungen

Eine kostenfreie Stornierung ist bis zum **23. April 2023** möglich; sie muss **schriftlich** erfolgen. Bei Absagen nach dem 23. April 2023 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden.

Die vollständigen Geschäfts- und Teilnahmebedingungen als Download.



ECRlive!

Das Event für echte Shopperliebe

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln

T +49 221 94714-0

F +49 221 94714-990

E info@gs1.de

www.gs1.de

**PERSÖNLICH,
INSPIRIEREND,
VOR ORT**

