



Zu Gast bei:



# ECR live! Category Management & Shopper Marketing

**Erfolgreiche Shopperansprache über alle Kanäle**

17./18. Oktober 2013 | CCS Congresshalle, Saarbrücken

# ECR live! Category Management & Shopper Marketing

## Erfolgreiche Shopperansprache über alle Kanäle

Den Kunden für sich zu gewinnen und zu binden – dies wird für den Handel bei zunehmendem Wettbewerb und einer sich verändernden Handelslandschaft zu einer immer größeren Herausforderung. Bedürfnisse, Werte und Verhaltensweisen der Shopper ändern sich. Demografischer und technischer Wandel sowie eine erhöhte Transparenz fordern Industrie und Handel, innovative Konzepte zu entwickeln und noch spezifischer auf ihre bestehenden und potenziellen Kunden einzugehen. Category Management und Shopper Marketing sind hierfür die geeigneten Konzepte, um den Kunden ganzheitlich über alle Kanäle anzusprechen.



Wie dies erfolgreich funktioniert und Sie den Wandel im Markt für sich nutzen können, zeigen Ihnen der Gastgeber Globus und viele weitere Referenten aus Handel und Konsumgüterindustrie bei ECR live! in Saarbrücken. Diskutieren Sie mit Category Managern, Experten aus Shopper und Trade Marketing,

Vertrieb sowie Einkäufern aus Handel und Industrie: Wie schaffen Sie es, Ihre Kunden zu loyalen Käufern zu machen? Welche Erfolgsfaktoren gibt es in der Kundenansprache zu beachten? Was hält die Zukunft bereit?

Das Besondere bei ECR live!: Neben zahlreichen Vorträgen können Sie selbst aktiv werden. Bei unseren ECR live! Komponenten haben Sie die Gelegenheit

zum Ansehen, Anfassen, Ausprobieren und Diskutieren. Das parallele ECR live! Forum lädt Sie zur Vertiefung der Inhalte durch interessante Vorträge ein.

## ECR live! zu Gast bei der Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG

Die Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG – eines der größten konzernunabhängigen Familienunternehmen im Handel und Spezialist für die Großfläche – lädt Sie herzlich nach Saarbrücken ein und zeigt Ihnen, wie erfolgreiche Kundenansprache über alle Kanäle funktioniert, welche Innovationen und Trends die Branche bereithält und wie Kunden auch in Zukunft noch begeistert werden können und sich mit dem Unternehmen verbinden.



Lassen auch Sie sich bei ECR live! von den Strategien und Konzepten der Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG 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! Komponenten und ECR live! Forum

- Storecheck im Globus SB-Warenhaus Saarbrücken-Güdingen
- Verkaufen mit Emotionen – die Warenwelten im Haco -Einkaufszentrum
- Design-Thinking-Workshop: Multi-Channel-Retailing und Stammdaten – gut gerüstet für die Zukunft?
- Forum: Der Wandel des Kunden – welche Erwartungen gilt es zu befriedigen? Wie ist er in Zukunft noch zu begeistern?



Eine ausführliche Beschreibung hierzu finden Sie auf Seite 4 und 5

# Donnerstag, 17. Oktober 2013



## Moderation

Heiner von Brachel, ECR-Prozessmanagement,  
GS1 Germany GmbH



11:00

## Begrüßung und Einführung durch die Gastgeber

Thomas Bruch, Geschäftsführender Gesellschafter,  
Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG  
Jörg Pretzel, Geschäftsführer, GS1 Germany GmbH



Thomas Bruch und Jörg Pretzel heißen Sie herzlich im Namen  
von Globus und GS1 Germany in Saarbrücken willkommen.

## **Kunden gewinnen und binden – mit der richtigen Strategie und effektiven CM- und Shopper-Marketing-Konzepten Richtung Zukunft.**



11:15

## Kunden begeistern auf der Großfläche – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren der Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG

Johannes Scupin, Geschäftsführer Vertrieb,  
Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG  
Markus Buntz, Geschäftsführer Sortimentsmanagement  
Food, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG



Praxisbeispiele sollen aufzeigen, was Globus als Großflächenbetreiber für den  
Kunden als attraktive Einkaufsstätte interessant macht und wie die Zusammen-  
arbeit von Vertrieb und Sortimentsmanagement ineinandergreift, um die best-  
mögliche Leistung für die Kunden an jedem Standort zu erreichen.



12:00

## Dem Konsumenten auf der Spur – wie Demografie, digitale Technologie und Ressourcenknappheit das Shopper- Verhalten beeinflussen

Jörg Pretzel, Geschäftsführer, GS1 Germany GmbH

Die Ergebnisse vieler Studien zeigen, dass sich das Einkaufsverhalten der  
Verbraucher in Zukunft radikal ändern wird: Neue Technologien, Nachhaltigkeit  
und Demografie stellen Handel und Industrie vor die Herausforderung des  
smarten, kritischen und mobilen Shoppers. Welche Geschäftsmodelle und  
Kommunikationsstrategien muss die Branche hierfür entwickeln?



12:30

## Entwicklung von Warenwelten – Vorstellung des Globus SB-Warenhauses Saarbrücken-Güdingen

Norbert Scheller, Geschäftsleiter des Globus SB-Warenhauses  
in Saarbrücken-Güdingen, GLOBUS Handelshof St. Wendel  
GmbH & Co.KG Betriebsstätte Saarbrücken-Güdingen  
Michael Helfen, Verantwortlicher Globus Sortimentslabor  
Kaiserslautern, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG



Welche Besonderheiten birgt ein Globus SB-Warenhaus in der Grenznähe zu  
Frankreich? Wie wird durch neue Warenwelten die Kundenorientierung  
verbessert? Dieser Vortrag zeigt, wie gut ausgebildete Mitarbeiter als Unter-  
nehmer vor Ort ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg sind. Zudem wird in einzelnen  
Schritten aufgezeigt, wie im Globus Sortimentslabor von der Planung des  
Marktlayouts bis zur Platzierung des einzelnen Artikels die Kundensicht in jede  
Planungsphase zur Gestaltung des Regalbildes einfließt.

13:15

## Mittagspause und Besuch des Marktplatzes

14:45 Uhr

## ECR live! Forum oder ECR live! Komponenten

### ECR live! Forum – Vortragsprogramm (14:45 bis 17:00 Uhr)

**Der Wandel des Kunden – welche Erwartungen gilt es zu befriedigen? Wie ist er in Zukunft noch zu begeistern?**



14:45

#### Shopper Marketing – Revolution oder Evolution? Status quo in der FMCG-Branche



Prof. Dr. Susanne Czech-Winkelmann, Vertriebsmanagement – International Sales Management, Hochschule RheinMain  
Andreas Zillgitt, Senior-Projektmanager, GS1 Germany GmbH  
Rainer Bock, Director Category Management & Trade Marketing, Henkel AG & Co. KGaA



Was ist Shopper Marketing? Was sind die wesentlichen Inhalte von Shopper Marketing? Welche Relevanz hat Shopper Marketing? Wo steht Shopper Marketing in der FMCG-Branche? Antworten auf diese Fragen erhalten Sie auf Basis einer Studie zum Status quo von Shopper Marketing in der FMCG-Branche sowie der Arbeitsergebnisse der ECR- Fachgruppe „Shopper Marketing“.



15:30

#### Der Kundenentscheidungsbaum in der Kategorie Bier regional betrachtet: wie Bier-Shopper in Nord- und in Süddeutschland einkaufen.



Jochen Wienhold, Head of Category Management, Anheuser-Busch InBev Deutschland GmbH & Co.KG  
Claudia Knod, Geschäftsführerin, NORM Research & Consulting GmbH

Das Sortiment in der Warengruppe Bier ist stark regional geprägt. Aber gibt es auch grundsätzliche Unterschiede im Entscheidungsprozess der Shopper? In der Studie wird die Heterogenität der Produktsegmentierung, der relevanten Treiber und der Gebindepräferenzen in den Regionen Nord und Süd gegenübergestellt.



16:15

#### E-Commerce – den Shopper gemeinsam begeistern



Arnd Hutmacher, Shopper Activation Manager Digital Strategist, Nestlé Deutschland AG – Corporate CCSD  
Michael Lomberg, Group Category Manager, Nestlé Deutschland AG

E-Commerce funktioniert – aber anders. Im digitalen Umfeld ändern sich das Verhalten der Shopper und ihre Motive. Es ergeben sich Chancen, die Handel und Industrie gemeinsam nutzen können. Lassen Sie uns den Shopper verstehen und die resultierenden Potenziale angehen.

17:00

#### Ende des ECR live! Forums

**Bitte wählen Sie bei Ihrer Anmeldung aus, ob Sie am ECR live! Forum teilnehmen möchten.**

**Alternativ haben Sie auch die Möglichkeit, an einer der ECR live! Komponenten (siehe rechte Seite) teilzunehmen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.**



## ECR live! Komponenten – Workshop & Storechecks (14:45 bis 18:15 Uhr)



14:45

### Storecheck im Globus SB-Warenhaus Saarbrücken-Güdingen

Norbert Scheller, Geschäftsleiter des Globus SB-Warenhauses in Saarbrücken-Güdingen, GLOBUS Handelshof St. Wendel GmbH & Co. KG Betriebsstätte Saarbrücken-Güdingen

Bei einem Rundgang durch das grenznahe Globus SB-Warenhaus Saarbrücken-Güdingen lernen Sie dessen Besonderheiten kennen und sehen, wie die im Sortimentslabor entwickelten Warenwelten vor Ort umgesetzt wurden.



14:45

### Verkaufen mit Emotionen – die Warenwelten im HACO-Einkaufszentrum

Susanne Birtel, Geschäftsführende Gesellschafterin, HACO Center GmbH & Co. KG

Wer den Verbraucher heute erreichen will, muss ihn berühren. Zum einen durch die persönliche, kompetente Kundenansprache und zum anderen durch eine faszinierende Darstellung der Warenwelten. Genau das ist der Fokus bei HACO, dem Erlebnis-Einkaufszentrum in Wadern. Auf über 11.000 m<sup>2</sup> werden Emotionen geweckt durch überraschende Präsentationen und eine ungewöhnliche Zusammenstellung der Produkte zu neuen Erlebniswelten. Bei HACO gliedern sich diese in fünf Welten: Modewelt, größtes INTERSPORT-Haus im Saarland, InStyle (Young Fashion & Shoes), LebensArt (schöne Dinge für zuhause) und REWE-Frischemarkt. Erleben Sie diese live! beim Storecheck.

17:00 bzw. 18:15

## Ende des ECR live! Forums bzw. der ECR live! Komponenten, Check-in Hotels

Ab 19:30

## Abendveranstaltung im Ratskeller Saarbrücken



14:45

### Design-Thinking-Workshop: Multi-Channel-Retailing und Stammdaten – gut gerüstet für die Zukunft?

Alexander Kurtzahn, Director Industry Solutions Trade, SAP Deutschland AG & Co. KG

Design Thinking ist eine Methode zur Lösung komplexer Probleme und Schaffung neuer Ideen. Durch die Kombination aus unterschiedlichen Menschen, kreativem Raum und einem iterativen Ansatz sollen Innovationen geschaffen und eine konkrete Problemstellung gelöst werden. Dieser Workshop hat zum Ziel, die Frage „Was für Auswirkungen hat das Multichannel-Umfeld auf die Geschäftsprozesse von Handel und Industrie und das Kundenverhalten? Welche Rolle spielen Stammdaten?“ zu bearbeiten und Ideen zur Lösung zu generieren.

18:15

## Ende der ECR live! Komponenten

**Bitte wählen Sie bei Ihrer Anmeldung aus, an welcher der ECR live! Komponenten Sie teilnehmen möchten. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.**

**Alternativ haben Sie auch die Möglichkeit, am ECR live! Forum (siehe linke Seite) teilzunehmen.**

# Abendveranstaltung

Donnerstag, 17. Oktober 2013,  
ab 19:30 Uhr im Ratskeller Saarbrücken

Direkt im Herzen Saarbrückens liegt der Ratskeller – ein traditionsreiches Restaurant mit über 100-jähriger Geschichte und modernem Ambiente. Genießen Sie hier einen entspannten ECR-Networking-Abend mit regionalen Spezialitäten, Musik und guten Gesprächen.

## Ratskeller Saarbrücken

Rathausplatz 1  
66111 Saarbrücken  
T +49 681 9101-708  
[www.ratskeller-saarbruecken.de](http://www.ratskeller-saarbruecken.de)



Medienpartner



**Lebensmittel  
Zeitung**

# Freitag, 18. Oktober 2013

08:30

## Begrüßungskaffee und Besuch des Marktplatzes



09:00

## Begrüßung und Zusammenfassung des ersten Konferenztages

Heiner von Brachel, ECR-Prozessmanagement,  
GS1 Germany GmbH

### Der Handel als Solution Provider – so funktionieren effektive Shopperansprache und Category Management an POS und Multi Channel



09:15

## Der Kunde als Category Manager im Online-LEH

Karsten Schaal, CEO, food.de/food direkt GmbH  
Simon Ball, KAM eCommerce, Mondelez Deutschland GmbH



Ist im Online-LEH alles anders? Oder kopiert man lieber den klassischen Handel? Braucht es ein Category Management beim Einkaufen über Google & Co.? Mit food.de gibt es einen deutschlandweiten Onlinesupermarkt, der seit 2012 Erfahrungen sammelt. Neue und alte Weisheiten werden auf den Prüfstand gestellt durch den Gründer und CEO von food.de.



09:45

## Omnichannel-Handel – Herausforderungen für die Kundenansprache

Michael Kliger, Managing Director International,  
eBay Enterprise

Immer mehr Konsumenten benutzen eine Vielzahl an Kanälen, um ihre Kaufentscheidungen zu treffen und ihre Käufe abzuwickeln. Die mobile Revolution ermöglicht es den Kunden, nahtlos zwischen Endgeräten und Kauforten zu wechseln. Nur Händler, die diese Kanalvielfalt im Kundenmanagement und in der Warendistribution beherrschen, können das Wachstum der neuen Kanäle auch in nachhaltige Gewinne übersetzen.

10:30

## Kaffeepause und Besuch des Marktplatzes

### Wie nachhaltig will es der Kunde? Richtige Informationen zur richtigen Zeit am richtigen Ort – die Kunden nachhaltig begeistern



11:15

## Perspektiven schaffen – Zukunft gestalten



Graciela Bruch, Globus-Stiftung  
Wolfgang Commenda, Globus-Stiftung



Die gemeinnützige Globus-Stiftung fördert Projekte zur Unterstützung benachteiligter Jugendlicher im In- und Ausland. Dieser Vortrag legt die Ziele und Förderschwerpunkte der Globus-Stiftung dar und zeigt die Umsetzung dieser Ziele anhand aktueller Beispiele von Hilfsprojekten im In- und Ausland.



11:45

## Der Weg zu nachhaltigem Konsum

Franz Speer, Director Industry Affairs International Sales Unit, Henkel AG & Co. KGaA Laundry and Home Care

Die Relevanz, nachhaltiger zu wirtschaften und nachhaltiger zu konsumieren, wird uns täglich in den aktuellen Nachrichten vor Augen geführt. Berichte über Veränderungen der Großwetterlage mit großem Unwetterpotenzial werden gefolgt von Hauseinstürzen von Textilfabriken in Pakistan und enden in den sattsam bekannten Fleischskandalen. Die Beispiele zeigen, dass wir unser Konsumverhalten drastisch ändern müssen, um unseren Einfluss auf die Umwelt zu reduzieren. Franz Speer wird anhand der Kategorie Waschmittel aufzeigen, wie so ein Weg konkret beschritten werden kann.

12:15

## Diskussionsrunde zu Verantwortung und Nachhaltigkeit am POS

Moderation: Jörg Pretzel, Geschäftsführer, GS1 Germany GmbH  
Thomas Bruch, Geschäftsführender Gesellschafter, Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG  
Wolfgang Commenda, Globus-Stiftung  
Franz Speer, Director Industry Affairs International Sales Unit, Henkel AG & Co. KGaA Laundry and Home Care



Welche Auswirkungen wird das Thema „Nachhaltigkeit“ auf das Kundenverhalten haben und damit auch auf die POS-Gestaltung und die Arbeit von Handel und Industrie? Was können und müssen Industrie und Handel bereits unter heutigen Rahmenbedingungen tun? Welche Verantwortung haben Unternehmen für nachhaltigen Konsum? Diese und weitere Fragen werden in dieser Expertenrunde diskutiert.

12:45

## Mittagspause und Besuch des Marktplatzes

## Shopper und Channel Research – mit innovativen Methoden und Technologien dem Kunden auf der Spur



14:00

## Das Innovative Retail Laboratory (IRL) – Technologien für den Supermarkt der Zukunft

Prof. Dr. Antonio Krüger, Direktor, Innovative Retail Laboratory am Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz GmbH

In diesem Vortrag werden aktuelle Forschungen aus dem Innovative Retail Laboratory (IRL) des DFKI vorgestellt. Das IRL ist ein gemeinsames Labor der Globus SB-Warenhaus Holding in St. Wendel und des DFKI in Saarbrücken. Der Fokus der vorgestellten Arbeiten liegt auf neuartigen Technologien, die den Supermarkt der Zukunft prägen könnten.



14:30

## Wie viel Customer Journey steckt in FMCG?

Dr. Marc Knuff, Senior Marketing Consultant, GfK SE, Consumer Panels

Die Begriffe „Customer Journey“ und „Omnichannel“ sind aktuell in aller Munde. Aber wie viel „Customer Journey“ steckt denn nun in FMCG? Welchen Einfluss haben die verschiedenen Kanäle auf den Kunden? Mittels des GfK Media Efficiency Panel wird der Einfluss der Omnichannel-Kommunikation auf den Kunden und den Abverkauf von FMCG aufgedeckt.



15:00

## Fragen und Antworten/ Zusammenfassung der Veranstaltung

Heiner von Brachel, ECR-Prozessmanagement, GS1 Germany GmbH

15:15

## Ende der Veranstaltung



## Sponsoren

**4brands Reply**

4brands Reply ist der IT-Dienstleister für die Konsumgüterindustrie. Wir verfolgen die Wertschöpfungskette vom Endverbraucher bis in die Supply Chain des Produzenten. Mit unseren Branchentemplates zur KAM-Absatzplanung, dem Preis- und Konditionenmanagement sowie praxisgerechtem TPM entwickeln wir Ihre individuelle, an Ihren Geschäftswerten orientierte Lösung zur Trade Promotion Exzellenz. | [r.sundermeier@reply.de](mailto:r.sundermeier@reply.de) | [www.reply.de/de/industries/consumerproducts/](http://www.reply.de/de/industries/consumerproducts/)

**GfK SE, Consumer Panels**

Als Bereich Consumer Panels der GfK SE beraten wir unsere Kunden auf Basis von 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 der GfK in Deutschland täglich 30.000 Haushalte. | [de@gfk.com](mailto:de@gfk.com) | [www.gfk.com](http://www.gfk.com)

**NORM Research & Consulting**

NORM ist auf Forschung im Einkaufskontext spezialisiert. Die virtuelle Geschäftsumgebung SIMSTORE ist Grundlage für die Durchführung von Shopper Studien: SIMSTORE ermöglicht, Einkaufssituationen zu simulieren und somit Erfolg von Produkten/Wirkung von Marketing-Aktivitäten am POS zu quantifizieren. Dies hilft bei der Identifikation neuer Wachstumsfelder, sichert Entscheidungen ab. | [Claudia.Knod@norm.se](mailto:Claudia.Knod@norm.se) | [www.norm.se](http://www.norm.se)

**POSTUNING Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG**

POSTUNING optimiert die Warenpräsentation am Point of Sale. Kunden aus Industrie und Handel in mehr als 120 Ländern nutzen den POS-T-Präsentationsbaukasten, um ihre Produkte in den Fokus des Shoppers zu „pushen“. Eine Verdreifachung der Sichtbarkeit, 60% weniger Regalpflege, bis zu 95% weniger Diebstahl und bis zu 160% mehr Absatz stehen ... für mehr Erfolg am Point of Sale. | [info@postuning.com](mailto:info@postuning.com) | [www.postuning.com](http://www.postuning.com)

**Strategix Enterprise Technology GmbH**

STRATEGIX ist ein innovatives IT Unternehmen mit Expertise und Erfahrung in der Implementierung von Category-Management-Lösungen. Basierend auf der marktführenden Software von JDA liefern wir vollständig integrierte, skalierbare End-to-End Lösungen für Handel und Industrie. Unser USP ist die Modellierung, Automatisierung von CM Prozessen und Systemintegration. | [joanna.nitta@strategix.de](mailto:joanna.nitta@strategix.de) | [www.strategix.de](http://www.strategix.de)

**DS Smith Packaging**

DS Smith Packaging ist einer der führenden Hersteller von aufmerksamkeitsstarken Displays, innovativen Konsumgüterverpackungen sowie Industrie-, Gefahr- und Schwergüterverpackungen aus Wellpappe. In der Region D-A-CH arbeiten rund 2.700 Mitarbeiter an über 25 Standorten daran, aus den Anforderungen unserer Kunden kreative Verpackungslösungen zu entwickeln. P.O.S.ition your future | [anja.roehle@dssmith.eu](mailto:anja.roehle@dssmith.eu) | [www.dssmith-packaging.de](http://www.dssmith-packaging.de)

**Key-Work Consulting GmbH**

Key-Work ist das Kompetenzzentrum für Daten + Marketing. Erfahrene Experten helfen Entscheidern und Anwendern Daten schneller zu nutzen, Marketingeffizienz und den Ertrag/Kunde zu steigern. Kunden profitieren seit über 10 Jahren von unseren passgenauen Lösungen für Kunden- und Produktanalyse, Kundenentwicklung, Kampagnenmanagement, Data Warehouse und Business Intelligence. | [simone.spiegels@key-work.de](mailto:simone.spiegels@key-work.de) | [www.key-work.de/ECR](http://www.key-work.de/ECR)

**PLANORAMA**

Planorama ist marktführend bei der Bilderkennung im Merchandising. Auf Basis der eigenentwickelten, innovativen Technologie werden Fotos der jeweiligen „In-Store“ Situation automatisch in Planogramme oder in Berichte, Analysen und weiterverarbeitbare Informationen gewandelt und Online zur Verfügung gestellt. | [gert.serwas@planorama.com](mailto:gert.serwas@planorama.com) | [www.planorama.com](http://www.planorama.com)

**SAP Deutschland AG & Co. KG**

Als marktführender Anbieter von Unternehmenslösungen unterstützt SAP Firmen aller Größen und Industriezweige dabei, mehr zu erreichen. SAP steht als Branchenführer für innovative Ideen und starkes Wachstum. SAP-Anwendungen und -Services helfen mehr als 238.000 Kunden in der ganzen Welt, ihr Unternehmen rentabel zu führen, flexibel auf Markterwartungen zu reagieren und nachhaltig zu wachsen. | [info.germany@sap.com](mailto:info.germany@sap.com) | [www.sap.de](http://www.sap.de)

**Symphony EYC**

Symphony EYC liefert ROI für Händler und Hersteller durch die Optimierung von Geschäftsprozessen auf der Basis von Customer Insights. Die Lösungen optimieren Multi-Channel Strategien, Sortiment, Merchandising und Marketing, die Auftragsabwicklung, POS-Prozesse und Supply Chain. Eingesetzt in über 70 Ländern ist Symphony EYC strategischer Partner weltweit führender Händler und Hersteller. | [info.de@eyc.com](mailto:info.de@eyc.com) | [www.eyc.com/de](http://www.eyc.com/de)



## Datum

17. Oktober 2013, 11.00–18:15 Uhr (anschließend Abendveranstaltung)  
18. Oktober 2013, 09:00–15:15 Uhr

## Veranstaltungsort

CCS Congresshalle Saarbrücken  
Hafenstraße 12 | 66111 Saarbrücken



## Teilnahmegebühr

890,- Euro zzgl. der gesetzl. MwSt.

## Ermäßigte Teilnahmegebühr

790,- Euro zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 22. August 2013 (im Preis inbegriffen sind Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränke sowie das Get-together am Ende des ersten Veranstaltungstages)

## Veranstalter

GS1 Germany GmbH | Maarweg 133 | 50825 Köln  
Miriam Becker | T +49 163 7712942 | E becker@gs1-germany.de  
Christina Reepel | T +49 211 94714-421 | E reepel@gs1-germany.de

## Hotel

Zur Buchung eines Hotelzimmers wenden Sie sich bitte an:  
H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH  
Sarah Braun | T +49 221 292592-20 | F +49 221 292592-93  
E sarah.braun@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 19. September 2013 möglich, sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen nach dem 19. September 2013 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 geleistete Beiträge 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 der GS1 Germany GmbH | Maarweg 133 | 50825 Köln | T +49 221 94714-0 | F +49 221 94714-990 | E widerspruch@gs1-germany.de (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

# 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 die weltweit überschneidungsfreie Globale Artikelnummer 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 und kartellrechtlich anerkannte 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 Seminare an.

# Anmeldung per Fax

## ECR live!

GS1 Germany GmbH | Fax +49 221 94714-565

### Branchen:

Category Management  
 Marktforschung

Trade Marketing  
 Shopper Marketing

Marketing  
 Handel

Vertrieb  
 Industrie

Einkauf  
 Dienstleistungsunternehmen

Spezifizierung der Branche \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
GLN (falls vorhanden)

\_\_\_\_\_  
Name | Vorname

\_\_\_\_\_  
Position | Abteilung

\_\_\_\_\_  
Firma | Institution

\_\_\_\_\_  
Straße | Nr.

\_\_\_\_\_  
PLZ | Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Fax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

Ich nehme am folgenden **ECR live! Forum** bzw. an einer der folgenden **ECR live! Komponenten** am 17. Oktober 2013 ab 14:45 Uhr teil (die Teilnehmerzahl ist begrenzt):

### ECR live! Forum

Der Wandel des Kunden – welche Erwartungen gilt es zu befriedigen? Wie ist er in Zukunft noch zu begeistern?

oder

### ECR live! Komponente

Storecheck im Globus SB-Warenhaus Saarbrücken-Güdingen

Verkaufen mit Emotionen – die Warenwelten im HACO Einkaufszentrum

Design-Thinking-Workshop: Multi-Channel-Retailing und Stammdaten – gut gerüstet für die Zukunft? (SAP)

### Abendveranstaltung

 am Abend des 17. Oktober 2013

Ich nehme an der Abendveranstaltung im Ratskeller Saarbrücken ab 19:30 Uhr teil.

Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich an.

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten an Sponsoren der Veranstaltung für Werbemaßnahmen weitergegeben werden können.

\_\_\_\_\_  
Datum | Stempel | Unterschrift

## **GS1 Germany GmbH**

Maarweg 133

50825 Köln

T +49 221 94714-0

F +49 221 94714-990

E [info@gs1-germany.de](mailto:info@gs1-germany.de)