

Die Zukunft im Drogeriesektor

DISKUTIEREN SIE ÜBER DIESE UND WEITERE THEMEN:

- **Category Management bei Drogeriemarktsortimenten:** Wie kann weiteres Wachstum erfolgen?
- **Konsumenten-zentrierte Innovation:** Wie setzen Hersteller Trends erfolgreich in neue Produkte um?
- **Die Welt nach Schlecker:** Analyse der verborgenen Hintergründe und wie ist die „Welt“ noch zu retten?
- **LEH und Naturkosmetik:** Wie lässt sich Naturkosmetik massentauglich und glaubwürdig umsetzen?
- **Vom Point of Sale zum Point of Experience:** Was macht den Erfolg am PoS wirklich aus?
- **Retail 2.0:** Was bringt die digitale Zukunft der Branche?

MARKTEINBLICKE, TRENDS UND SPANNENDE DISKUSSIONEN VON ÜBER 18 REFERENTEN:

Keynote



Professor Michael Kolodziej,
Mitglied des Aufsichtsrats
dm-drogerie markt

Vorsitz



Professor Dr. Claudius Schmitz,
Fachhochschule Gelsenkirchen



Gundula Böger-Heidenreich,
Abteilungsleiterin Einkauf Drogerie,
EDEKA HandelsGes. Minden-Hannover mbH



Dieter Meyer,
Leitung Werbung und Öffentlich-
keitsarbeit, Vitakraft-Werke Wühr-
mann & Sohn GmbH & Co. KG



Holger Quernheim,
Geschäftsleiter, Vertrieb
Consumer Products Division,
L'Oréal Deutschland GmbH



Stefan Schneider,
Geschäftsführer cardsconsult,
ehem. Geschäftsführer, HDE



Petra Schönegger,
Director Communication,
Cosnova GmbH



Professor Dr. Hans-Willi Schroiff,
ehem. Vice President Market
Research, Henkel KGaA



Konstantin Urban,
Geschäftsführer, Urban-Brand
GmbH (windeln.de)



Dr. Mirko Warschun,
Partner, Leiter Consumer
Industries & Retail Practice,
A.T. Kearney GmbH

Donnerstag | 25. April 2013

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 – 9.10

Begrüßung durch Euroforum und den Vorsitzenden des 11. Brachenkongresses



Professor Dr. Claudius Schmitz,
Inhaber des Lehrstuhls für Handel und
Marketing, Fachhochschule Gelsenkirchen

Keynote

9.10 – 10.00

Denk' um – Nachhaltigkeit in der Identitätsentwicklung



Professor Michael J. Kolodziej,
Mitglied des Aufsichtsrates, dm-drogeriemarkt

Trends 2020: Marktentwicklung, Wachstumschancen, Consumer Insights

10.00 – 10.30

Der Drogeriemarkt in Bewegung – Wo geht der Weg hin?

- Trends im Handel 2020 und deren Auswirkungen auf den Drogeriesektor: Aktuelle Entwicklungen und Perspektiven
- Das Wettbewerbsumfeld im Drogeriemarkt: Was tut sich bei den Playern?
- Wie wird sich die Drogeriemarktlandschaft in Deutschland weiterentwickeln?



Mark Sievers, Head of Consumer Markets,
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

10.30 – 11.10

Demografische Struktur- und Werteveränderungen und soziale Wandlungsprozesse: Welche Wachstumschancen ergeben sich für den Drogeriewarensektor?

- Die jungen Flexiblen, die mittleren Arrivierten, die älteren Traditionisten: Welche Zielgruppen versprechen welchen Erfolg?
- Wie ist das Konsumverhalten? Wie groß sind die Zielgruppen?
- Welche Marketingstrategien neue Zielgruppen überzeugen und Erfolg versprechen



Professor Dr. Claudius Schmitz

11.10 – 11.25 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

11.25 – 11.55 Networking und Kaffeepause

11.55 – 12.40

Konsumenten-zentrierte Innovation: Erfolgreich neue Produkte generieren und in den Markt bringen

- Hohe Floprate bei Neueinführungen – Zufallsfehler oder systematisches Versagen?
- Konsumenten-Zentrierung als unabdingbare Voraussetzung für erfolgreiche Produkt-Konzepte: Ein Prozessmodell
- „Geleitete Kreativität“ als empirische Alternative zu Bauchgefühl und „Versuch und Irrtum“
- „Innovation Tournaments“ und „Co-Creation“: Produktentwicklung mit dem Konsumenten, nicht für den Konsumenten
- Die fünf Todsünden des Marketing bei der Produkt-Innovation: Was Sie dagegen tun können



Professor Dr. Hans-Willi Schroiff, Managing Partner
„InnoChange“ und RWTH Aachen, ehemaliger
Vice President Market Research, Henkel KGaA

12.40 – 13.20

Die Welt nach Schlecker: Wie die Welt noch zu retten ist...

Der Verbraucher ist ein Mensch, der beim Einkaufen **Sinn, Inspiration, Erlebnis, soziale Nähe und Handlungsfähigkeit** finden will. Ein anderes Konsumklima der **Nachhaltigkeit** verändert das Shopperverhalten: Eine neue Verantwortung der Marken wird gefordert. Der Ruf nach **moralischen Grundhaltungen** und **neuer Bescheidenheit** der Marken wird lauter. Scheinbar haben die Helden heute ausgedient.



Jens Lönneker, Geschäftsführer,
Rheingold salon GmbH & Co KG

13.20 – 14.20 Networking und Mittagessen

Wachstumsmärkte der Zukunft

14.20 – 14.50



Erfolg durch Nische: Mit spitzer Positionierung und selektiver Präsenz zum Erfolg

- Welche Parameter tragen zum Erfolg von Nische bei?
- Wie können Händler von Nischenprodukten profitieren?
- Welche Handlungsumgebung passt zu welchem Hersteller?
- Wie viel Markenmobilität ist notwendig und wie viel schädlich?



Dr. Bodo Kubartz, Geschäftsführer,
Passion & Consulting, Trendanalyst

im Gespräch mit



Joachim Fetzer, Geschäftsführer,
YOUR OWN BRAND GmbH

14.50 – 15.30

Wie der LEH den Naturkosmetikmarkt erweitert

- Wie lässt sich Naturkosmetik massentauglich und glaubwürdig umsetzen?
- Was verändert sich am PoS?
- Das Praxisbeispiele Edeka: Naturkosmetik erfolgreich vermarkten



Elfriede Dambacher, Inhaberin,
naturkosmetik konzepte

und



Gundula Böger-Heidenreich,
Abteilungsleiterin Einkauf Drogerie, EDEKA
Handelsgesellschaft Minden-Hannover mbH

15.30 – 16.00

Category Management bei Drogeriemarktsortimenten: Wie kann weiteres Wachstum erfolgen?

- Exzellentes Category Management – Warum wichtiger denn je?
- Nutzung des Wachstumspotenzials – 10 Schritte zum Erfolg von der Kategoriestrategie bis zur PoS-Umsetzung
- Marken vs. Eigenmarken – Wie sieht der Erfolgsmix aus?



Dr. Mirko Warschun, Partner, Leiter Consumer
Industries & Retail Practice

und



Matthias Rucker, Senior Manager Consumer
Industries & Retail Practice, A.T. Kearney GmbH

16.00 – 16.15 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

16.15 – 16.45 Networking und Pause

16.45 – 17.15

Welche Potenziale noch in Gesundheitsprodukten stecken

- Worin liegen die Chancen? Wo sind die Grenzen?
- Erfolgversprechende Vorgehensweisen auf Basis konkreter Erfahrungen
- Welche besondere Rolle Eigenmarken in diesem Zusammenhang spielen



Jan Hinrichsen, Prokurist, Leiter Marketing/Vertrieb,
Euro Vital Pharma

17.15 – 17.45

Kundenbindungs-Segment Tiernahrung und -bedarf weiter auf Wachstumskurs: Gute Aussichten für Drogerie und LEH

- Gesundheit, Humanisierung, Emotionalisierung: Aktuelle Trends im Heimtiermarkt versprechen höhere Umsätze
- Strategische Unterschiede zum Fachhandel: Wie die Drogerielandschaft davon profitieren kann



Dieter Meyer, Leitung Werbung und Öffentlichkeitsarbeit,
Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG



17.45 – 18.15

Diskussionsrunde mit den Referenten des Nachmittags: Drogerielandschaft der Zukunft: Was sind die Zukunftsperspektiven der Branche?

18.15 Ende des ersten Kongresstages und Get-Together



Im Anschluss lädt EUROFORUM Sie herzlich zu einem Get-Together ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in informeller Atmosphäre Erfahrungen auszutauschen, wertvolle Kontakte zu knüpfen und Ihr bestehendes Netzwerk zu vertiefen.

Freitag | 26. April 2013

Trends in der Verkaufsförderung im Drogeriesektor

8.30 – 9.00 Empfang mit Kaffee und Tee

9.10 – 9.50

Kundenbindungsprogramme im Handel – Innovative Loyalty-Konzepte im Massenmarkt

- Kundenkarte 2.0: Kreative Kundenkarten-Varianten, die sich am Markt behaupten
- Kundendaten – Das Blut im Kundenbindungs-Kreislauf
- Kundenbindung im Cross Channel – Wie geht das?
- Internationale Erfolgsbeispiele – Was lässt sich übertragen?



Stefan Schneider, Inhaber cardsconsult,
ehem. Geschäftsführer HDE

9.50 – 10.20

Wie der Laden zur unverwechselbaren Marke wird

- Wie der Spirit von Innovationen sichtbar werden kann
- Herausforderung Kundenansprache: Spannende neue Store-Design-Konzepte
- Einbindung von Retail-Konzepten in eine neue Kommunikationswelt



Ralph Hartmann, Geschäftsführer und Inhaber,
hartmannvonsiebethal Agentur für Markenwelten

10.20 – 10.35 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

10.35 – 11.00 Networking und Pause

11.00 – 11.30

Was überzeugt den Kunden am PoS wirklich und wie gelingt eine nachhaltige Aufmerksamkeit?

- Vom PoS zum Point of Experience:
Was macht den Erfolg am PoS aus?
- Markenerlebnisse erfolgreich inszenieren
- Cosnova und der Handel: Wie Kooperationen zum wichtigen Erfolgsfaktor werden



Petra Schönegger,
Director Communication, Cosnova GmbH

11.30 – 12.00

Destination Beauty- Das Wachstum von Morgen

- Strategien der L'Oréal Consumer Products Division



Holger Quernheim, Geschäftsleiter Vertrieb Consumer Products Division L'Oréal Deutschland GmbH

Retail 2.0: Was bringt die digitale Zukunft der Branche?

12.00 - 12.30

Omnichannel: Kann Online ohne Offline funktionieren?

- Data driven Business: Daten als Basis neuer Geschäftsmodelle sowie innovativer Loyaltyprogramme
- Shoppermarketing: Die Symbiose aus Offline und Online
- Performance Measurement: Digitale Dashboards zur Live-Messung der Marketing Performance



Professor Dr. Marc Drüner, Institut für Marketing und Innovationsmanagement, Steinbeis-Hochschule Berlin
Geschäftsführer, trommsdorff + drüner

12.30 – 12.45 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

12.45 – 13.45 Networking und Mittagessen

13.45 – 14.15

Digitale Zukunftschancen im

Baby-Drogeriemarkt Das Erfolgskonzept von windeln.de

Wie ein Münchner Start-up im Online Handel durchstartet und was die Drogerielandschaft davon lernen kann



Konstantin Urban, Gründer und Geschäftsführer der Urban-Brand GmbH (windeln.de)

Praxis-
Impuls

Medienpartner:
KEY | SALE

14.15 – 14.45

Reputation und Positionierung deutscher Drogeriemärkte in Zeiten von Social Media

- Erfolgreiche Kundenbindung auch im Netz?
- Aktuelle Praxisbeispiele



Stefanie Friedrichs, Stellvertretende Leitung Analyse, Landau Media

und



Nadja Amireh, PR & Social Media Beraterin, Inhaberin, Agentur Wake up Communications

Live
Diskussion

14.45 – 15.45

Meet the consumers: Kunden kommen zu Wort: Die Drogerielandschaft im Fokus des Konsumenten

- Kundenbewegungen nach Schlecker, wo kaufen die Kunden ein?
- Welche Gefahr droht von Discounterseite?
- Erwartungshaltung der Konsumenten: Was kennzeichnet die Kaufentscheidung?
- Online Drogeriemarkt? Quo vadis – Was sagen die Konsumenten?



Heidi Oberschelp, Senior Projekt Manager, Vocatus AG wird die Diskussion kontextrelevant moderieren, die generierten Inputs und Bedürfnisse aufdecken und Potenziale für Handel und Industrie aufzeigen.

15.45 – 16.00 Diskussion und Zusammenfassung



Professor Dr. Claudius Schmitz

16.00 Ende des 11. Branchenkongresses

Das sagen unsere Teilnehmer aus den letzten Jahren zum Drogerie-Branchenkongress:

„Hochkarätig!“

„Erfrischend, anregend, lehrreich“

„Interessanter Erfahrungsaustausch rund um die Drogerie“

Drogeriemärkte im Wandel

Der Drogeriemarkt verändert sich nicht zuletzt durch die Schlecker-Insolvenz in großem Maße und stellt die gesamte Branche vor **neue Herausforderungen**. So hat sich durch alternative Vertriebskanäle wie Supermärkte, Discounter, Parfümerien und Apotheken der Konkurrenzdruck verstärkt. Ein **harter Preiskampf**, **Expansionsstrategien** und **Multi-Channel-Ansätze** verschärfen dabei die Intensivität des Wettbewerbs noch weiter. **Der Markt insgesamt bleibt auch 2013 in Bewegung!**

Auf dem Kongress erhalten Sie von ausgewiesenen Experten der Branche **exklusive Einblicke** in den Drogeriemarkt von morgen. Sie erleben **praxisnahe** Beispiele,

- wo im hart umkämpften Markt Chancen und Wachstumspotenziale liegen,
- wie Sie durch neue Konzepte Ihr Profil schärfen,
- wie sich innovative Verkaufsprozesse und neue Sortimente in Drogeriemärkten und im LEH entwickeln,
- wie sich Kundenerwartungen verändern und
- welche Wachstumschancen sich dadurch für den Drogeriewarenssektor ergeben.

Freuen Sie sich auf einen spannenden Kongress, hochkarätige Referenten, intensive Diskussionen und aktives Networking in Düsseldorf!

Treffen Sie auf diesem Kongress:

Mitglieder der Geschäftsführung sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen:

- Drogeriemarkt/Drogerie, Parfümerie, Apotheke, Reformhaus, Industrie, Einzel- und Großhandel, Zulieferung, Dienstleistung

der Abteilungen:

- Marketing, Key Account Management, Category Management, Vertrieb/Verkauf, Einkauf Produktmanagement, Werbung und Kommunikation

Mit freundlicher Unterstützung von

naturkosmetikverlag
e. dambacher

Der **naturkosmetik verlag** bietet wichtige Informationsgrundlagen rund um die Beautybranche: Interessante Zahlen und Fakten zum Naturkosmetikmarkt liefert das jährlich erscheinende Naturkosmetik Jahrbuch sowie der Naturkosmetik Branchenreport. Nutzen Sie auch den internationalen Naturkosmetik Branchenkongress in Berlin (24.-25.09.2013), um Ihr Netzwerk auszubauen und die Entscheidungsträger aus der Beautybranche zu treffen.

naturkosmetik verlag e.dambacher (UG) haftungsbeschr.
www.naturkosmetik-verlag.de, www.naturkosmetik-konzepte.de

Unternehmenspräsenz



28 BLACK

Schmeckt anders. Ist anders!

28 BLACK überzeugt mit seinem unverwechselbaren, fruchtigen Geschmack aus der tropischen Açaí-Beere und kommt ganz ohne Taurin, künstliche Farb- und Konservierungsstoffe aus. Die kalorienfreie Variante **28 BLACK Sugarfree** kommt dank der natürlichen Süße aus der Stevia-Pflanze (Steviolglykosid) ganz ohne Zucker und Aspartam aus. Ob pur oder gemixt – **28 BLACK** ist der verlässliche und energiegelade Begleiter am Tag und in der Nacht – getreu dem Motto „More Life. More Style. More Energy.“

Calidris 28 Deutschland GmbH
Kurfürstendamm 37, 10719 Berlin, www.28black.com

Infoline: 02 11/96 86-31 71

Haben Sie Fragen zu diesem Kongress?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.



Konzeption und Inhalt:

Kerstin Pilar-Knus

(Senior-Konferenz-Managerin)



Organisation:

Karin Steinbach

(Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: karin.steinbach@euroforum.com

Sponsoring & Ausstellungen:

Nutzen Sie diesen Kongress, um sich als Aussteller oder Sponsor bei Ihren Kunden von heute und morgen ins Gespräch zu bringen! Gemeinsam mit Ihnen erarbeite ich gerne Ihr individuelles Präsentationskonzept.



Juliane Baudisch

Sales-Managerin

Telefon: +49 (0)2 11/96 86-3736

[Kenn-Nummer]

Anmeldung und Information

schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldung@euroforum.com
info@euroforum.com

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-4040

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-31 71 [Karin Steinbach]

im Internet: www.euroforum.de/drogerie

Teilnahmebedingungen. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Datenschutzinformation. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Zimmerreservierung. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.

Ihr Tagungshotel.
Das Lindner Congress Hotel Düsseldorf begrüßt Sie herzlich mit einem vitaminreichen Cocktail.

LINDNER
HOTELS & RESORTS

Die Zukunft im Drogeriesektor

25. und 26. April 2013 | Lindner Congress Hotel Düsseldorf
Lütticher Straße 130 | 40547 Düsseldorf | Tel. 02 11 / 59 97 -0

Sparen Sie 200,- €
bei Anmeldung bis
zum 22. Februar
2013!

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 25. und 26. April 2013 in Düsseldorf teil [P1105826M012]
- bei Anmeldung bis zum 22. Februar 2013 zum Frühbucherpreis von € 1.799,-
- bei Anmeldung ab dem 23. Februar 2013 zum Standardpreis von € 1.999,-
(alle Preise zzgl. MwSt. p.P.) [Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen. Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** [P1105826M700]
zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. [Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Vertreter aus dem Handel erhalten Sonderkonditionen. Rufen Sie uns gerne dazu an.

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	
Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein Zusendung per Fax: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Branche	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Datum, Unterschrift	