

BABYMARKT IM WANDEL

Neue Märkte und Trends für das Babysegment!
Das 1. Jahresupdate für Händler und Hersteller von Babyausstattung und Co.



Christian Winter,
Tengelmann Ventures



Konstantin Urban,
windeln.de



Ursula Lindl,
Expertin für Retail und Nonfood



Helmut Stiefel,
The Walt Disney Company



Peter Görden,
Rotho Babydesign



Yvonne Hock,
Nestlé Nutrition



NACHHALTIGE KONZEPTE UND WACHSTUMSMÄRKTE ENTDECKEN – TRENDS SETZEN UND VORSPRUNG SICHERN:

- **Marktdaten national und international:** Was sind die neuen Absatzgebiete für Ihre Branche?
- **Das Geschäft mit der Emotion:** Was sind die Erfolgskonzepte für erfolgreiches Category-Management?
- **Absatzwege und neue Kanäle:** Was wollen Eltern 2.0?
- **Online – Digital – Cross Channel:** Was bedeuten die neuen Konzepte für den Handel mit Babyprodukten?
- **Nachhaltigkeit, Bio und Qualität:** Zwischen Hype, PR-Trend und echten Ideen?!

➔ **Special:** Live Co-Creation-Session: Gestalten Sie Innovation mit Ihrem Kunden!



Diskutieren Sie mit den Experten der Branche:

Was machen Nestlé, Walt Disney, Tengelmann Ventures, windeln.de und Co.?

MITTWOCH, 12. JUNI 2013

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Tagungsunterlagen

Eine Branche im Wandel – Aufbruchstimmung im Babygeschäft

9.30–10.00

**Begrüßung durch EUROFORUM und
die Vorsitzende mit einem Impulsvortrag:
Das Babygeschäft im Umbruch**

Ursula Lindl, Expertin für Retail und Nonfood,
ehemals Vice President Metro Group

Marktdaten, Zahlen, Fakten: Deutschland, Europa und die Welt

10.00–10.30

**Wie viel kosten unsere Kinder? –
Der deutsche Babymarkt in Zahlen**

- Wie groß ist der Markt für Baby- & Kinderausstattung in Deutschland?
- Wo wird Baby- und Kinderausstattung gekauft?
- Welche Bedeutung hat der Onlinehandel?
- Was prägt den Markt und die Vertriebswege der Zukunft?

Hansjürgen Heinick, Senior Consultant,
IFH Retail Consultants

10.30–11.00

**Spielwaren für Babies –
Chancen für Industrie und Handel**

- Online oder Offline?
Wo werden Spielwaren für Babies gekauft?
- Wie hat sich der Markt für Babyspielzeug im Laufe der letzten Jahre verändert?
- Wie kann die Branche von den gestiegenen Ausgaben pro Kind profitieren?
- Geben die „älteren“ Eltern mehr für Ihre Kinder aus?

Werner Lenzner, Executive Director Euro Toys Central Europe,
Euro Toys, npdgroup Deutschland

11.00–11.15

Fragen an die Referenten und Diskussion

11.15–11.45

Pause mit Kaffee und Tee

11.45–12.15

**Baby Care Bucks Global Recession and
Offers Positive Growth Prospects**

- Current state of the global baby care market in the still unstable economic climate and future growth prospect
- Key growth driving socioeconomic and industry trends in attractive target markets both in emerging and developed markets
- Winning corporate strategies in baby care

Ildiko Szalai, Senior Company Analyst, Euromonitor International



12.15–13.00

**Speednetworking: Alles aus einer Hand? –
Die Branche wächst zusammen!**

Die Babyabteilung besteht aus verschiedenen Segmenten, diese wachsen aber immer mehr zusammen. Die großen Schlagworte und Trends nochmal mit dem Nachbarn diskutieren? Dafür haben Sie jetzt Zeit. Nutzen Sie die Dynamik des Augenblicks und tauschen Sie sich aus mit Vertretern aus Industrie, Handel und Wissenschaft.

13.00–14.15

Gemeinsames Mittagessen

Baby-World goes Online – Was sind die Perspektiven für Multi-Channel-Management & Co.?

14.15–15.00

**„Wie erfolgreich ist Always On“? –
Best Practice Babymarkt.de**

- Differenzierungs- und Erfolgsfaktoren im hart umkämpften Baby- und Kleinkindmarkt

Christian Winter, Vorsitzender der Geschäftsführungen der
Tengelmann E-Commerce GmbH und der Tengelmänn Ventures GmbH

15.00–15.45

Große Chance Online? Der Praxischeck!

- Best Practice: Das erfolgreiche Baby-Startup-Unternehmen „windeln.de“
- Warum kaufen Eltern zunehmend Online?
- Stirbt der stationäre Handel für Babyprodukte?
- Welche Chancen & Dynamiken bieten sich für das Onlinegeschäft?

Konstantin Urban, Geschäftsführer und Gründer, Urban-Brand GmbH

15.45–16.15

Pause mit Kaffee und Tee

Deutsche Qualität gefragt wie nie zuvor?

16.15–17.00

„International erfolgreich durch Qualität und Innovation – Made in Germany und Switzerland“

- Wie der Wunsch nach Qualität, Innovation und Sicherheit die Produktion von Babyausstattung verändert
- Weltweiter Bedarfswandel
- Die Wahrnehmung von Deutscher/Schweizer Qualität im internationalen Handel

Peter Görgen, geschäftsführender Gesellschafter, Rotho Babydesign

Nachhaltigkeit & Sicherheit für Babyausstattung

17.00–17.45

Sicherheit & Nachhaltigkeit bei Babyspielwaren

- Normen für Sicherheitsstandards
- Europäische Vorgaben
- Internationale Erfahrungen

Rainer Weiskirchen, Pressesprecher, TÜV Rheinland

17.45–18.00

Zusammenfassung des Tages durch **Ursula Lindl**

18.00

Ende des ersten Konferenztages



Am Abend des ersten Tages lädt EUROFORUM Sie herzlich zu einem gemeinsamen Get together ein.



8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee



9.10–10.10

Live Co-Creation-Session

Neue Impulse für die Innovationspipeline! Wie mit Crowdsourcing und Co-Creation neue Produkte entstehen!

- Einführung in den Crowdsourcing-Ansatz
- Vorstellung des Cases für den Tag
- Kurzworkshop: Ideen entwickeln

Diese Ideen werden im Laufe des Tages mit Konsumenten getestet. Die Auswertung folgt am Nachmittag!

Andera Gadeib, Chief Mind Mover, Dialego AG

Wachstumsperspektiven in der Umsetzung

10.10–10.45

Disney Baby oder wie eine Marke laufen lernt...

„Disney hat seit jeher eine besondere Bedeutung für junge Familien, denn Eltern wollen mit den eigenen Erinnerungen neue emotionale Momente für die eigenen Kinder schaffen.“

- Positionierung der Marke Disney Baby
- Vermarktungsstrategie
- Lizenzthemen im Babybereich
- Das Disney Erfolgsrezept

Helmut Stiefel, Vice President Merchandise Licensing & Publishing, The Walt Disney Company

10.45–11.15

Pause mit Kaffee und Tee

11.15–12.00

Kategoriewachstum auf Basis von Consumer & Shopper Insights

- Neues Denken und Handeln bei Nestlé Nutrition
- 4 Schritte zum Kategoriewachstum
- Identifikation und Umsetzung von Wachstumstreibern

Yvonne Hock, Channel & Shopper Insights Manager, Nestlé Nutrition GmbH und **Ute Nusko**, Projektleiterin Consumer Research, Gruppe Nymphenburg Consult

12.00–12.45

Der Path-to-purchase in einer vernetzten Welt

- Verstehen des komplexen Kaufentscheidungsverhaltens in der heutigen vernetzten Welt
- Den Path-to-purchase entschlüsseln, alle relevanten Touchpoints einbeziehen und damit erkennen
 - A) Wie Händler den Shopper in den eigenen Kanälen halten
 - B) Wie Hersteller den Shopper über alle Kanäle hinweg an die eigene Marke heranführen und binden
- Praxisbeispiele

Ute Nusko, Projektleiterin Consumer Research, Gruppe Nymphenburg Consult AG

12.45–12.55

Fragen an die Referenten und Diskussionen

12.55–14.00

Gemeinsames Mittagessen

Das Geschäft mit der Emotion – Lebenswelten im Wandel

14.00–14.45

Was ist „Gutes Gewissen“ wert?

- Nichts ist wertvoller als ein guter Name
- Studie: Wie Nachhaltigkeit auf Reputation und Umsatz bei Babynahrung wirkt
- Steigerung des Markenerfolgs durch Nachhaltigkeit in der Praxis

Alexander Biesalski, Managing Partner, Biesalski & Company GmbH

14.45 –15.30

Die Entwicklung der Wahrnehmung in den ersten Lebensjahren

„Kinder verfügen bereits ab der Geburt über erstaunliche differenzierte Fähigkeiten, ihre Umwelt wahrzunehmen.“

Prof. Dr. Moritz Daum, Leiter des Lehrstuhls

Entwicklungspsychologie an der Universität Zürich erklärt:

- Den kompetenten Säugling
- Wie Kinder Gegenstände und Personen wahrnehmen
- Wie man die frühkindliche Wahrnehmungsfähigkeit misst
- Ab wann Kinder mit welchen Spielsachen spielen können...

15.30–16.00

Auswertung der LIVE-CO-CREATION-SESSION

Neue Impulse für Ihre Innovationspipeline

Mit Konsumenten online arbeiten ist pures „Crowdpower“. Es gibt kaum einen besseren Fundus, als mit einer bunten Vielfalt von Menschen neue Produktideen zu entwickeln und zu bewerten!

- Vorstellung der Methode des Ideenfilters
- Präsentation der Ergebnisse

Andera Gadeib

16.00–16.15

Zeit für letzte Fragen und Zusammenfassung des Konferenzergebnisses durch **Ursula Lindl**

16.15

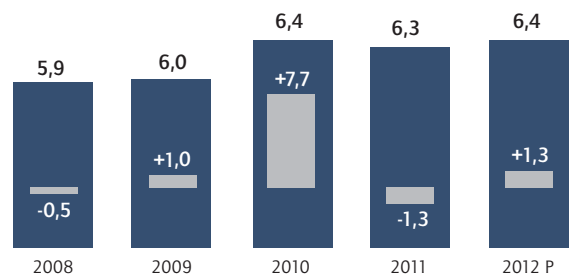
Ende der Konferenz



Umsatzprognose für das Babygeschäft:

■ Baby- und Kinderausstattung gesamt

■ Veränderungen zum Vorjahr in %



Quelle: IFH Retail Consultants; P=Prognose

„Babys und Kinder sind uns Deutschen immer mehr wert, d.h. für weniger Kinder geben wir immer mehr Geld aus!“

Hansjürgen Heinick, IFH Retail Consultants

Medienpartner:

www.babyundjunior.de

www.brandora.de



www.lima-verband.de

DIE BABYBRANCHE IM UMBRUCH – IHRE PROGNOSEN FÜR EINE BRANCHE MIT WACHSTUMSCHANCEN!

Laut einer aktuellen Studie des IFH-Instituts konnte der Markt für Baby- und Kleinkindausstattung zuletzt rund **sechs Milliarden Euro** umsetzen. **Tendenz steigend**. Trotz Geburtenrückgang bietet der Markt ungeahnte Chancen und Wachstumsmärkte! Aber die Megatrends des Gesamthandels strahlen auch auf das Babygeschäft: Neue Vertriebswege und die zunehmende Digitalisierung stellen Händler und Hersteller vor neue Herausforderungen. Die Umstellung auf das Online- & Cross-Channel-Geschäft ist so aktuell, wie nie zuvor!

Doch das Geschäft rund ums Kind ist ein Heikles! In der Primärzielgruppe „Eltern“ findet ein Wandel statt. Lebensmodelle verändern sich, das Konsumentenverhalten entwickelt neue Dynamik. Preise werden zu Nebenschauplätzen – Qualität und Nachhaltigkeit stehen ganz oben auf der Wunschliste. Der demografische Wandel trifft diese Branche besonders hart: **Wo sind die Märkte von Morgen und worauf müssen sich Babyausstatter und Co. heute und in Zukunft ganz besonders einstellen?**

BABYMARKT IM WANDEL – TREFFEN SIE DIE EXPERTEN UND KOLLEGEN AUS IHRER BRANCHE!

Diese Konferenz ist konzipiert für:

Unternehmen, die sich mit der Herstellung und dem Handel von **Babyausstattung**, **Babyspielzeug** und **Babynahrung** beschäftigen! Diskutieren Sie mit Vertretern von Vermarktungsagenturen, Verbraucherschutz sowie LEH, Discounter, Drogeriemärkte, Versender, Großhandel, Einkaufsverbände und Industrie.

Aus den Bereichen:

- Management
- Produktmanagement
- Category Management
- Marketing
- Vertrieb
- Marktforschung
- Cross Channel Management
- E-Commerce
- Qualitätssicherung
- Business Development
- Einkauf



INFOLINE

+49 (0)2 11/96 86-36 88

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.



Konzeption und Inhalt:

Nelli Hajdu, M.A.

Konferenz-Managerin



Organisation:

Anuschka Osterkamp

Senior-Konferenz-Koordinatorin

E-Mail: anuschka.osterkamp@euroforum.com

Sponsoring und Ausstellung

Im Rahmen der Konferenz besteht die Möglichkeit, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu präsentieren. Fragen zu Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten beantwortet Ihnen gern:



Juliane Baudisch

Sales-Managerin

Telefon: +49 (0) 2 11/96 86-37 36

Email: juliane.baudisch@euroforum.com

WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF!



[Kenn-Nummer]

EUROFORUM-KONFERENZ

BABYMARKT IM WANDEL

Neue Märkte und Trends für das Babysegment!



Ja, ich nehme teil am 12. und 13. Juni 2013 in Köln

[P1106072M012]

zum Preis von € 1.799,- p.P. zzgl. MwSt. (bei Anmeldung bis zum 12. April 2013)

zum Preis von € 1.999,- p.P. zzgl. MwSt. (bei Anmeldung ab dem 13. April 2013)

[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** 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: +49(0)2 11/96 86-33 33.]

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	
Fax	
E-Mail	Geburtsjahr

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat
Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst

oder Name: _____ Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250
 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-36 88 [Anuschka Osterkamp]

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00

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

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

im Internet: www.euroforum.com/babymarkt

12. und 13. Juni 2013, Park Inn by Radisson Köln Belfortstraße
Belfortstraße 9, 50668 Köln, Telefon: +49 (0)2 21/7 72 10

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.

WIR ÜBER UNS. EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Unsere Muttergesellschaft, die Informa plc mit Hauptsitz in London, organisiert und konzipiert jährlich weltweit über 12.000 Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt Informa über ein umfangreiches Portfolio an Publikationen für die akademischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Märkte. Informa ist in über 80 Ländern tätig und beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter.

Bitte ausfüllen und faxen an: +49 (0)2 11/96 86-40 40