

Der bewährte Expertentreff für Marketing Profis!

# 5. Shopper Marketing Kongress 2014

Kaufaktivierung erzeugen – Mit der besten Inszenierung am POS!

24. und 25. Juni 2014 · Rheingoldhalle · Mainz

Frühbucherpreis bis  
30. April sichern  
Hier geht es direkt  
zur Anmeldung!  
info@managementforum.com



Networking-Highlights am Abend:  
Business Speed Dating & Live-Übertragung der Fußball WM 2014!



## Keynotes aus der Trendforschung:

trendwatching.com



David Mattin,  
Head of Trends &  
Insights

TrendONE



Sven Tollmien,  
Director Innovation  
Services

Henkel Beauty Care  
Deutschland



Stephanie  
Kuklinski,  
Head of Trade &  
Shopper Marketing

SC Johnson



Jens Niklaus,  
Lead, Category  
& Trade Solutions

Vorwerk



Matthias Leier,  
Leiter Handels-  
marketing

CFP Brands



Timo Gutermuth,  
Leiter Trade  
Marketing

## Praxisvorträge aus der Industrie:

## Praxisvorträge aus dem Handel:

## Themen-Highlights:

- **Shopper- & Retail-Trends** – Konsumforschung & Retail Environments
- **Neuromarketing** – Verhaltensvorhersagen & Strategien zur Kaufaktivierung
- **Shopper Research** – Generierung von Insights & Identifizierung von Shopper Typen
- **Customer Insights zur Implementierung von Maßnahmen**
- **Predictive Analytics** – Ursachenforschung & Retourenoptimierung im Versandhandel
- **Einsatz multisensorischer Medien am POS**
- **Category Management** – Platzierungskonzepte und Markenpräsenz im Regal und in der Kassenzone
- **Shopper Journey im Multichannel-Handel** – Wo wachsen die Welten zusammen?
- **Future Retail** – Shoppingwelten der Zukunft

Veganz



Jan Bredack,  
Gründer und  
Geschäftsführer

ECE



Marc Blum,  
Director Creative  
Design Architecture

Emmas Enkel



Benjamin Brüser,  
Gründer

## Die Shopper Marketing Fachexperten:

The Neuromarketing  
Labs



Dr. Kai-Markus Müller,  
Gründer und  
Geschäftsführer

SCENT-  
COMMUNICATION



Robert Müller-Grünow,  
Inhaber und  
Geschäftsführer

Cheil Germany



Marc Feige,  
Vice President

## Exklusiv für Sie als Teilnehmer: Kongress-Duo

Kostenfreier Zugang zu den Vorträgen des „17. Internationalen Jahreskongresses STORES 2014“

Veranstalter:

management forum  
Verlagsgruppe Handelsblatt

Partner:

POPAI  
THE SOCIAL MEDIA FOR POS MARKETING IN GERMANY  
D-A-CH

Sponsoren:

C-house  
DIE POS-INSIDER

fms  
field marketing +  
sales services gmbh

geometry global  
precision activation

POSpulse

www.managementforum.com/shopper-marketing



## Vorsitz und Moderation:

**Prof. Dr. Hendrik Schröder,**  
Lehrstuhl für Marketing & Handel,  
Universität Duisburg-Essen

8.30 **Empfang und Ausgabe der Tagungsunterlagen**

9.00 **Begrüßung durch Management Forum und den Moderator**

## Shopper- und Retail-Trends – Konsumforschung und Retail Environments

9.15 **Keynote aus der Trendforschung**

### Perform or Perish! Consumer Trends to kick ass across the next 12 months and beyond

- Key consumer trends shaping the retail environment in 2014 and 2015
- Examples of brands already putting these trends into practice, drawn from across the globe
- A framework to understand the rapid change sweeping through the retail arena and become your own trendspotter

**David Mattin,** Head of Trends & Insights,  
trendwatching.com, London/Großbritannien  
(Vortrag in englische Sprache)



10.00 **Keynote aus dem Retail**

### International Design Trends in Retail Environments

**Marc Blum,**  
Director Creative Design Architecture,  
ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG,  
Hamburg



10.45 **Kaffeepause, Networking und Besuch des „POS Market Place 2014“**

## Neuromarketing – Wie Kaufentscheidungen entstehen

11.30 **Keynote aus der Wissenschaft**

### Neuromarketing: Verhaltensvorhersagen mit Hirnscans und Strategien zur Kaufaktivierung

- Wie Kaufentscheidungen im Gehirn entstehen
- Verhaltensökonomie und Neuropricing:  
Wie Kunden über Preise denken
- Verkaufspsychologie: Welche Marketingformen Menschen anziehen oder abstoßen
- Die neuesten Forschungsmethoden

**Dr. Kai-Markus Müller,** Gründer und Geschäftsführer,  
The Neuromarketing Labs, Aspach



## Shopper Research – Generierung von Insights und Identifizierung von Shopper-Typen

12.00 **Precision Activation**

- Decodierung des Kaufentscheidungsprozesses mit bahnbrechender Shopper Marktforschung – qualitativ und quantitativ
- Verständnis jener Touchpoints, die tatsächlich beeinflussen und wirken
- Integriertes und treffgenaues Messaging
- Messbare Absatzentwicklung und ROI

**Robert Daniel,** Director Shopper Marketing,  
Geometry Global GmbH, Berlin



12.30 **Retourenoptimierung mit Predictive Analytics**

- Retouren als kritischer Erfolgsfaktor im Versandhandel
- Innovative Technologien zur Identifizierung von Retourengründen und -treibern
- Fallbeispiel Otto: Maßnahmen und Ergebnisse zur Reduzierung der Retourenquote

**Daniel Grüssing,**  
Teamleiter Strategic Analytics,  
Blue Yonder GmbH, Hamburg



13.00 **Aussteller Elevator Pitch – Innovative Lösungen in 2 Minuten präsentiert**

13.15 **Lunchpause, Networking und Besuch des „POS Market Place 2014“**

## Customer Insights zur Implementierung von Maßnahmen am POS

14.15 **Praxisbericht aus der Industrie**  
**Von Customer Insights zu shopper-spezifischen Maßnahmen rund um den Point of Sale**

- Shopper-Typen in der Kosmetik
- Insight Generierung zum Shoppingverhalten
- Transfer der Insights rund um den Point of Sale

**Stephanie Kuklinski,** Head of Trade & Shopper Marketing,  
Henkel Beauty Care Deutschland, Henkel AG & Co KGaA,  
Düsseldorf



## Erfolgreiches Category Management

14.45 **Praxisbericht aus der Industrie**  
**Ganzheitliche Optimierung der Kassenzone**

- Category Management Kassenzone
- Shopper Insights und POS Know-How
- Erfolgsbeispiele

**Timo Gutermuth<sup>1</sup>,**  
Leiter Trade Marketing,  
CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG,  
Bonn  
und **Dr. Viktor Muser<sup>2</sup>,**  
Geschäftsführer,  
plan+impuls GmbH,  
München



15.15 **Praxisbericht aus der Industrie**  
**Platzierung emotionaler Produkte am POS – Erfolgreiches Category Management**

- Herausforderung der Platzierung emotionaler Raumdüfte im Bereich von Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln (WPR)
- Einteilung der Kategorie im Regal: Strukturierung, Visuals und Farbleitsystem

**Jens Niklaus,** Lead, Category & Trade Solutions,  
SC Johnson GmbH, Erkrath



15.45 **Fragen und Diskussion unter Einbindung des Publikums**

16.00 **Kaffeepause, Networking und Besuch des „POS Market Place 2014“**

## Multisensorische Medien am POS und Shop-Monitoring

### 16.30 Einsatz von Raumdüften am POS und das Zusammenspiel mit anderen multisensorischen Medien

- Duft – Die emotionalste Art der Kommunikation
- Entwicklung eines Markenduftes: Wie werden Markenmerkmale in Düfte übersetzt?
- Konzepte zur Regalbeduftung am Beispiel namhafter Konsumgüterhersteller
- Studien über die Wirkung von Duft bei der Deutschen Bahn



**Robert Müller-Grünow**, Inhaber und Geschäftsführer, SCENTCOMMUNICATION, Köln

### 17.00 Visionen und Inspirationen für Industrie und Handel Real-time, crowd-sourced analytics: Neue Chancen und Möglichkeiten zur POS-Optimierung

- Kontrolle und Transparenz am POS durch Echtzeit-Daten generiert von mobilen Scouts
- Vorteile für Shopper Marketing und Category Management – Praxisbeispiel eines Konsumgüterherstellers
- Ausblick: Welche Potenziale haben crowd-sourced analytics und weitere innovative Technologien zukünftig für Industrie und Handel?



**Dominic Blank**, Gründer & Geschäftsführer, POSpulse, Berlin

### 17.30 Zusammenfassung der Ergebnisse und Keylearnings des Tages

### 17.45 Ende des ersten Kongresstages

### ab 18.00 Get-together

Wir laden Sie herzlich ein, den ersten Kongresstag in kommunikativer Atmosphäre ausklingen zu lassen.

## Networking-Highlights



### Business Speed Dating – Networking pur!

Sie möchten unsere hochkarätigen Referenten und Kongressteilnehmer persönlich kennen lernen? Sie wollen innerhalb von nur **45 Minuten 10 wertvolle Business Kontakte** knüpfen? Dann nehmen Sie an unserem „Business Speed Dating“ teil.



### Live-Übertragung der Fußball WM 2014:

Italien – Uruguay ODER Costa Rica – England

# Zweiter Kongresstag | Mittwoch, 25. Juni 2014

### 8.15 Early Bird Frühstück im Rahmen des „POS Market Place 2014“



Wir laden Sie herzlich ein, den zweiten Kongresstag mit einem gemeinsamen Frühstück zu starten. Treffen Sie Handels- und Industriepartner sowie Fachkollegen, reflektieren Sie die bisherigen Learnings und bauen Sie Ihr Netzwerk weiter aus.

## Shopper Marketing – Revolution in der Shopperansprache?

### 9.00 Visualisierung und Shopper-Ansprache am POS

- Digitales Instore Marketing: Ausprägungen, dos and don'ts
- Die neue Kommunikationshoheit am POS: Gatekeeper zwischen Handel und Kunde
- SoLoMo oder Lokalisierung am POS: Die neue Revolution in der Shopperansprache?



**Frank Rehme**, CEO, gmvteam GmbH – Die Ergebnismanufaktur, Düsseldorf und ehem. Head of Innovation Service, Metro Systems GmbH

### 9.30 Praxisbericht aus der Industrie

#### Shopper Marketing im LEH-Vertrieb – Best Practice am Beispiel iglo

- Markenpräsenz, Platzierungskonzepte und Visibility
- Das Spannungsdreieck im Retail-Vertrieb
- Flexibilität in der Flächenbetreuung: Outsourcing-Modelle
- Potenzialbasierte Marktbetreuung im LEH: Transparenz am POS, Out-of-stocks, 360°-Promotions und Sales Force Steuerung
- Der iglo-Case



**Claus Tonder**<sup>1</sup>, Field Force Manager, iglo GmbH, Hamburg und **Rigo Müller**<sup>2</sup>, Inhaber und Geschäftsführer, C-house Marketing GmbH, Bad Dürkheim

### 10.00 Praxisbericht aus der Industrie

#### Category Management und Lagerdruck waren gestern – heute bestimmt der Kunde welche Produkte Sie anbieten müssen!

- Informationsgewinnung aus dem Internet für das Category Management
- Wie sich Kunden-Meinungen und -Bewertungen im Internet auf den Abverkauf von Produkten auswirken – aktuelle Studienergebnisse BIG/BSH



**Klaus Rovara**<sup>1</sup>, Corporate Sales, Head of eBusiness B2C & Social Media, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, München und **Prof. Dr. Peter Gentsch**<sup>2</sup>, Managing Director, BIG Social Media GmbH, Berlin



## Shopper Journey im Multichannel-Handel – Wo wachsen die Welten zusammen?

### 10.30 Praxisbericht aus dem Multichannel-Handel Shopper Journey im Multichannel-Handel

**Benjamin Brüser**, Gründer, Emmas Enkel, Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH, Düsseldorf



### 11.00 Kaffeepause, Networking und Besuch des „POS Market Place 2014“

## Einkaufsgebiete und Reichweiten vergrößern? – Kundenbindung und Verweildauer nachhaltig steigern!

11.45 Praxisbericht aus der Industrie

### Vorwerk Stores & Shops: Wachstumstreiber und Markenbotschafter im Multi-Channel Spannungsfeld

- Design, Rollen und Ziele unterschiedlicher Vorwerk-Einzelhandelsformate
- Frequenzgenerierung durch Live-Marketing und Erlebnisorientierung
- Mit innovativen Produkten und Maßnahmen neue Zielgruppen adressieren und begeistern

**Matthias Leier**, Leiter Handelsmarketing, Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG, Wuppertal



12.15 Praxisbericht aus dem Handel

### Vom Lebensstil zum Geschäftsmodell – Neue Konzepte im Lebensmitteleinzelhandel

- Zur richtigen Zeit am richtigen Ort: Wie gesellschaftliche Trends in neuen Handelskonzepten umgesetzt werden
- Zielgruppe der „ersten veganen Supermarktkette Europas“
- Produktsortiment, Ladengestaltung und Zielgruppenansprache am POS
- Wie der Einkauf zum Erlebnis wird – Kundenbindungsmaßnahmen
- Zukünftige Entwicklungen und Wachstumsperspektiven

**Jan Bredack**, Gründer und Geschäftsführer, Veganz GmbH, Berlin



## Future Trends – Wie sehen Shoppingwelten zukünftig aus?

12.45 Keynote aus der Trendforschung

### The Future of Retail Marketing

- Trends von heute als Schlüssel für die Zukunft des Retail Marketings
- 13 aktuelle Trends – mit konkreten Projektbeispielen hinterlegt
- Ergebnisse der brandaktuellen globalen Trend-Studie

**Marc Feige**,

Vice President, Cheil Germany, Schwalbach am Taunus und **Sven Tollmien**<sup>2</sup>, Director Innovation Services, TrendONE GmbH, Hamburg



13.30 Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse und Keylearnings

13.45 Gemeinsamer Abschlusslunch, Networking und Besuch des „POS Market Place 2014“

15.00 Ende des 5. Shopper Marketing Kongresses 2014 und des „POS Market Place 2014“

## Wen Sie persönlich treffen:

Zielgruppe sind Vorstände, Geschäftsführer sowie das leitende Management aus Konsumgüterindustrie und Einzelhandel folgender Bereiche:

- Marktforschung
- Shopper Research
- Consumer Insights
- Category Management
- Shopper Intelligence
- Shopper & Customer Development
- Shopper/Consumer Marketing
- Trade Marketing
- POS-Marketing
- Instore Marketing
- Channel Marketing
- Produktmarketing

Darüber hinaus werden Fach- und Führungskräfte aus Marktforschungsinstituten, Beratungen, Markenagenturen und (Verpackungs-)Dienstleistern, die sich mit der Thematik beschäftigen, angesprochen.

## POS Market Place 2014

Die exklusive Kommunikations- und Ausstellungsplattform rund um das Kongress-Duo

**5. SHOPPER Marketing Kongress & 17. Internationaler Jahreskongress STORES.**

Stellen Sie sich unserem hochkarätigen Fachpublikum als wertvoller Partner mit Ihren Produkten und Dienstleistungen vor!

Zu den Möglichkeiten eines Sponsoring-Engagements oder der Ausstellungs-Präsenz berät Sie Frau Kathrin Gärtner gern.

Tel.: +49 (0)69 / 24 24-4790

E-Mail: [gaertner@managementforum.com](mailto:gaertner@managementforum.com)



## Exklusiv für Sie als Teilnehmer!

Kostenfreier Zugang zu den Vorträgen des parallel stattfindenden 17. Internationalen Jahreskongresses STORES 2014.

17. Internationaler Jahreskongress zu neuen Retail Konzepten und Store Design

# STORES 2014

The Future of Retail – Innovative Store-Konzepte und Trends im stationären Handel!

24. und 25. Juni 2014  
Rheingoldhalle, Mainz

[www.managementforum.com/stores](http://www.managementforum.com/stores)

### Highlight-Themen 2014:

- **Global Retail Tour** – Die neuesten internationalen Retail-Konzepte
- **Retail branding** – Markenpositionierung am POS
- **Differenzierung & Individualisierung durch Service auf der Fläche**
- **Emotionen erzeugen, Erlebnisse schaffen** – Die Verführung des Kunden!
- **Wie wird der Umsatz auf der Fläche erfolgreich gesteigert?**
- **Frequenzgenerierung durch Live-Marketing & Erlebnisorientierung**
- **Multichannel** – Der Store als Wachstumstreiber und Markenbotschafter

# Herzlich willkommen zum 5. Shopper Marketing Kongress 2014!

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn hochkaratige Experten aus der Praxis sowie aus Marktforschungsinstituten, Beratungen und Agenturen zusammenkommen, um sich über die neuesten Trends im Customer Marketing auszutauschen, kann dies nur eines bedeuten: **Der 5. Shopper Marketing Kongress 2014** öffnet seine Türen am **24. und 25. Juni in Mainz**.

Ergreifen Sie die Gelegenheit, und seien Sie Teil dieser **inspirierenden Plattform**: Lernen Sie an zwei kompakten Kongresstagen alle Facetten des Shopper Marketings kennen, erweitern Sie Ihren Wissenshorizont und bauen Sie Ihr Netzwerk aus.

Die Veranstaltung steht in diesem Jahr unter dem Motto „**Kaufaktivierung erzeugen – Mit der besten Inszenierung am POS!**“. Erhalten Sie tiefe Einblicke in die Bedürfnisse und Verhaltensweisen des Kunden sowie die wichtigsten Trends für Customer Marketing und Verkaufsförderung am POS. Wir zeigen Ihnen anhand zahlreicher Best Practice Beispiele, welche Strategien erfolversprechend sind. Ob und welche davon auf Ihr Unternehmen anwendbar sind – dies zu analysieren und zu entscheiden ist Ihre Aufgabe, bei der wir Sie gerne unterstützen!

Profitieren Sie außerdem von den **Networking-Highlights**: Knüpfen Sie wertvolle Kontakte im Rahmen des **Business Speed Datings**, genießen Sie in kommunikativer Atmosphäre die **Live-Übertragung der Fußball-WM 2014** und reflektieren Sie beim **Early Bird Frühstück** gemeinsam Ihre Learnings.

Wir freuen uns, Sie im Juni in Mainz begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen,

Stefanie Pracht  
Geschäftsführerin

Meike Saia  
Senior Projektleiterin

## Sponsoren:



**C-house** gehört zu den bundesweit leistungsfähigsten Field-Marketing-Agenturen Deutschlands. Das Unternehmen verfügt über langjährige Erfahrung in Sales-Outsourcing, Sales Services und POS-Marketing. Kunden sind viele bekannte Markenartikel mit Vertriebsfokus auf den deutschen LEH- und CE-Markt. Eine konsequente Positionierung über Qualität und Erfahrung mündet in nachhaltig gesteigerten Ergebnissen und langfristiger Zusammenarbeit mit vielen namhaften Unternehmen.



**FMS** – der Personaldienstleister für die direkte Umsetzung von Shopper Marketing Konzepten am POS. Mit unseren Außendienstmitarbeiter/innen, Kampagnen Merchandiser/innen, Promoter/innen und mit einer detaillierten POS Logistik unterstützen wir Industrie und Handel tagtäglich. Wir sind auf der letzten Meile unterwegs und sorgen dafür, dass Sie Ihre Käufer am Regal abholen können.



**Geometry Global** stellt die Veränderung und Beeinflussung von Kaufverhalten in den Fokus. Die Agentur spezialisiert sich damit auf sämtliche Marketing- und Kommunikationsaufgaben, die den Abverkauf direkt und/oder indirekt verstärken. Die Agentur arbeitet in 56 Märkten mit über 3.600 Mitarbeitern, in Deutschland agiert Geometry Global mit mehr als 225 Mitarbeitern an den Standorten Hamburg, Frankfurt, Düsseldorf und Berlin.



**POSpulse** ist ein Retail Analytics Unternehmen, das mit Hilfe mobiler Scouts flächendeckende Echtzeit-Daten zu Produktplatzierungen, Promotions und Shopper Insights am Point of Sale liefert. Hersteller und Handelsunternehmen erhalten dadurch mehr Transparenz und Kontrolle der realen Situation am POS und es werden Ihnen Möglichkeiten zur Umsatzoptimierung aufgewiesen.

## Partner:



**POP AI („Point of Purchase Advertising International“)** D-A-CH ist die deutschsprachige Vertretung des internationalen Verbandes für Point of Sale Marketing. Seit seiner Gründung 1936 in den USA setzt POP AI sich weltweit für die POS Interessen von Industrie, Handel, POS-Produzenten und Dienstleistern ein. Auf nationaler und internationaler Ebene ermöglicht POP AI den interdisziplinären Informations- und Erfahrungsaustausch für seine weltweit mehr als 2000 Mitglieder, davon 1000 in Europa. Als global agierende Non-Profit Organisation versteht sich POP AI heute als das Kompetenzzentrum und die umfassende Kommunikationsplattform für „Marketing at Retail“.

## Medienpartner:



**absatzwirtschaft** – Deutschlands auflagenstärkstes Monatsmagazin für Marketing deckt alle Praxisfragen des modernen Marketings und Vertriebs ab und informiert über Best Practices, neue Methoden sowie die Entwicklung in den Medien und aufseiten der Marketing-Dienstleister. Marketing-Experten teilen mit Ihnen ihr exzellentes Wissen über Märkte, Trends und Forschung. Im Abonnement inkludiert ist der kostenfreie Download der digitalen Einzelausgaben für das iPad sowie der Zugang zum Online-Archiv der absatzwirtschaft – mit allen Ausgaben seit 1982.



**display** – das marktführende Fachmagazin im Bereich Warenpräsentationen – informiert über den POS, stellt Display-Hersteller vor, berichtet über Markenartikel und deren erfolgreiche POS-Lösungen sowie über Trends im Handel.



**Email-Marketing-Forum.de** ist das führende deutschsprachige Fachportal mit täglichen News, Fachartikeln und Terminen rund um E-Mail-Marketing. Beliebte sind die Downloads von Studien, Powerpoint-Folien und Whitepapers. Jobangebote, Buchtipps und eine Terminübersicht bündeln alle Informationen für E-Mail-Marketer auf einer Plattform.



Das Business Blog **futurebiz** berichtet seit 2009 intensiv über die Themen Marketing und Commerce im Social Web. Hinter dem Blog steht die Agentur BRAND-PUNKT aus Berlin, die in Deutschland zu den führenden Agenturen im Social Media Marketing zählt. [www.futurebiz.de](http://www.futurebiz.de)



Das **handelsjournal** bündelt Monat für Monat praxisorientiert alle wirtschaftlichen und politischen Themen, die den Handel bewegen. Im handelsjournal kommen der Handelsverband Deutschland – HDE e.V., seine Mitglieder und Experten zu Wort. Das „Wirtschaftsmagazin für den Einzelhandel“ ist die Plattform für den engen Dialog zwischen Einzelhandelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Branchen, Lieferanten und Dienstleistern.



**iXtenso** – das Online-Journal für den Handel beleuchtet aktuelle Themen aus Industrie und Handel und informiert über Trends aus der Branche. Innovationen, Anwenderberichte, Personalie und ein Hersteller- und Produktkatalog runden das Informationsangebot ab.



Das **MARKANT Magazin** ist das crossmediale und markenfördernde Magazin für Handelsunternehmen. Es greift aktuelle Themen auf, stellt sie anschaulich dar, liefert den Lesern praxisnahe Lösungsansätze und Entscheidungshilfen für die tägliche strategische und operative Arbeit. Dabei nutzt das Magazin crossmediale Möglichkeit und fördert erfolgreiche Marken. Es erscheint in der DACH-Region und erreicht dort die Mitgliedsunternehmen und deren Entscheider.



Das Dienstleisterverzeichnis **marketing-BORSE** ist das größte deutschsprachige Spezialverzeichnis für Marketing. Rund 17.000 Anbieter von Außenwerbung über Social Media bis Zielgruppenanalyse sind vertreten. Zu jedem Unternehmen werden Details wie Pressemeldungen, Fachartikel, Verbands-Mitgliedschaften und Auszeichnungen angezeigt. Projektausschreibungen und Stellenangebote sind ebenfalls online.



**Office&paper** – Das Handelsmagazin für Bürobedarf und Papeterie richtet sich seit 64 Jahren an die gesamte PBS- und IT-Branche und bietet einen monatlichen Überblick über alle wirtschafts- und handelspolitischen Themen.



Der **„POS-Ladenbau“** ist eine deutschsprachige Ladenbau-Fachzeitschrift und beschäftigt sich inhaltlich mit der Planung, Ausstattung und Einrichtung des Point of Sale. Im Blickpunkt stehen Geschäfte und Filialen im gehobenen Segment. Leserzielgruppen sind Entscheider in den Zentralen der Laden- und Kettenbetreiber, private Handelsgeschäfte, Architekten, Planer, Einrichter und Bauherren.



Die **RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel** ist das nutzwertorientierte Magazin für besseres Verkaufen und Wirtschaften am Point of Sale. Zielgruppe sind die operativen Entscheider: Inhaber, Marktmanager, -leiter und Sortimentsverantwortliche sowie alle vorgelagerten Entscheidungsebenen, die mit dem Absatz von Markenprodukten zu tun haben (Einkaufs- und Vertriebsleiter).



Schnell, unabhängig und prägnant berichtet **schuhkurier** aus der Branche und für die Branche. Woche für Woche. schuhkurier ordnet die tägliche Informationsflut für seine Leser: online schnell und übersichtlich, in den Print-Ausgaben mit Hintergründen und Meinungen. schuhkurier analysiert in zahlreichen Schwerpunkt-Themen, was man wissen muss, um erfolgreich am Markt zu agieren.



Der **SchuhMarkt** das unabhängige Branchenmagazin für die Führungskräfte im Schuhfachhandel. Er berichtet alle vierzehn Tage – umfassend, kompetent und aktuell – über alle handelsrelevanten, wirtschaftlichen Themen und modischen Trends. Im SchuhMarkt erreichen Sie die wichtigsten Entscheider und kommunizieren auf einer effektiven Werbeplattform mit Ihrer Zielgruppe.



**STYLE GUIDE** – das Magazin für visuelles Marketing – erscheint mit internationalen praxisgerechten Beispielen verkaufsinintensiver Einzelhandelswerbung in deutscher und englischer Sprache. Sie ist die Informationsquelle für Gestalter des visuellen Marketings, Einzelhändler sowie der gesamten Schauverbeindustrie.



**TM** ist eines der führenden Fachmagazine für Handel und Industrie im Fashionmarkt. Neben der analytischen Mode-Reportage und der Vorstellung innovativer Store-Ideen steht der intensive Dialog mit Entscheidern des Marktes im Zentrum der Berichterstattung. Durch die enge Verzahnung von Print und Onlinemedien bieten wir nutzenorientiert, crossmediale Informationslösungen.



INFOPOST  
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

Der bewährte Expertentreff für Marketing Profis!

## 5. Shopper Marketing Kongress 2014

Kaufaktivierung erzeugen – Mit der besten Inszenierung am POS!

24. und 25. Juni 2014 · Rheingoldhalle · Mainz

Exklusiv für Sie als Teilnehmer!

Kostenfreier Zugang zu den Vorträgen des parallel stattfindenden  
17. Internationalen Jahreskongresses STORES 2014!

[www.managementforum.com/stores](http://www.managementforum.com/stores)

### Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

M-SHOP4-A1

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum **5. Shopper Marketing Kongress 2014** am 24. und 25. Juni 2014 (1.290,- € zzgl. MwSt. p.P.) **Frühbucherpreis gültig bis 30. April 2014: 990,- €**

Ja, als Dankeschön möchte ich kostenlos 3 Ausgaben der „absatzwirtschaft“ inkl. Online-Archiv erhalten. Mit der Übermittlung meiner Daten an die MEEDIA GmbH & Co. KG zum Zwecke der Zustellung bin ich einverstanden. Das Abonnement endet automatisch.

- Ja, wir sind an einer Beteiligung als **Sponsor oder Aussteller** interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich Informationen zu.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

– 15%

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Datum	Unterschrift
-------	--------------

#### Kontakt:

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99  
E-Mail: [info@managementforum.com](mailto:info@managementforum.com)  
Internet: [www.managementforum.com](http://www.managementforum.com)

#### Veranstaltungsort:

Rheingoldhalle Mainz  
Rheinstr. 66, 55116 Mainz

#### Hotel:

Hilton Mainz  
Rheinstrasse 68, 55116 Mainz  
Telefon: +49 (0) 61 31 - 24 50  
EZ: 179,- € inkl. Frühstück

#### Zimmerreservierung:

Das Hotel hält ein begrenztes Zimmerkontingent bis spätestens 14. Mai 2014 für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den jeweiligen Kongress vor.

#### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.290,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, sofern kein anderes Zahlungsziel auf der Rechnung ausgewiesen ist. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- € erhoben, wenn die Absage spätestens bis 27. Mai 2014 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 27. Mai 2014 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

#### Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: [info@managementforum.com](mailto:info@managementforum.com) (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

#### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.