Eine Veranstaltung des:

EHI Retail Institute®

Hauptsponsor:

gicom®

Mit freundlicher Unterstützung von:

www.ibb-iv.com iBB

PLURIS CONSULTING

SymphonyIRI Group
Insight.
Innovation.
Impact.

Medienpartner:

retail technology

Messepartner:

EuroShop

Weitere Partner:

EHI handelsdaten.de

H.U.T. HOTEL TAGUNGS RESERVIERUNGS- UND MANAGEMENT GmbH

EHI Retail Institute · Spichernstr. 55 · 50672 Köln · www.ehi.org

EHI Preismanagement Kongress 2012

Preisfindung, Preisgestaltung, Preiswahrnehmung im Einzelhandel

- 25.–26. September 2012
- Radisson Blu Hotel, Köln
- www.preismanagement-kongress.de

EHI Retail Institute®

Moderator:

Prof. Dr. Andreas Kaapke,
Professor für Handelsmanagement und Handelsmarketing,
Duale Hochschule Baden-Württemberg, Stuttgart

Herzlich willkommen zum EHI Preismanagement Kongress 2012

Dienstag, 25. September 2012

Konsumentenorientiertes Pricing	Neue Forschungsergebnisse
Wettbewerbsbeobachtung und dynamisches Preismanagement	Höhere Umsätze und Margen im Zeitalter des Internets
Preismanagement im Impulskanal	Mit Fallbeispielen aus dem Handel
Rechtliche Grundlagen für das Pricing im E-Commerce	Zulässige Maßnahmen und juristische Fallstricke
Preisakzeptanz für Leistungen im Multichannel-Handel	Vom Verbraucher akzeptierte Zusatzservices
Konditionenmanagement	Anforderungen aus Handelssicht

Mittwoch, 26. September 2012

Preismanagement in der Zukunft	Traditionelle Pricing- und Marketingkonzepte unter dem Einfluss neuer Informationsquellen, z. B. sozialer Medien
Rabattsysteme im Handel	Möglichkeiten des Couponings
Digitaler Kassenzettel	Einsatzmöglichkeiten für Kundenansprache und Pricing
Pricing im entwickelten Wettbewerb	Zusätzliche Potenziale durch elektronische Regaletiketten

Ziele

- Anhand zahlreicher Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte erhalten Sie Anregungen und Lösungsvorschläge zur Umsetzung künftiger Preisfindungsstrategien im Handel
- Studienergebnisse und statistische Daten liefern umfassende Hintergrundinformationen und sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für zukünftige Preisfindungsansätze

Teilnehmer

- Produktmanager, Category Manager und Einkäufer aus Handel und Industrie sowie Unternehmensberater

Dienstag, 25. September 2012

10:00 Uhr | **Begrüßung und Einführung**

Prof. Dr. Andreas Kaapke, Professor für Handelsmanagement und Handelsmarketing, Duale Hochschule Baden-Württemberg, Stuttgart

10:15 Uhr | **Neue Ansätze des konsumentenorientierten Pricing**

Warum ist der Preis in Deutschland so wichtig? Wie lässt sich das Preiswissen aus Sicht der Forschung greifen? Welche Potenziale bietet das konsumentenorientierte Pricing in der Praxis? Welches Wechselspiel besteht zwischen Pricing und Kundenloyalität?

Prof. Dr. Peter Kenning, Lehrstuhl für Marketing, Zeppelin University gGmbH, Friedrichshafen

Christian Ziegfeld, Partner, OC&C Strategy Consultants GmbH, Hamburg

11:00 Uhr | **Kaffeepause**

11:30 Uhr | **Den Wettbewerb im Griff – Marktbeobachtung und dynamisches Preismanagement**

Wettbewerbsbeobachtung im Internetzeitalter. Wie können über Webpricing 2.0 Prozesse professionalisiert und höhere Umsätze und Margen generiert werden?

Andreas Ditze, Geschäftsführer, Tripuls Media Innovations GmbH, Marburg

12:00 Uhr | **Potenziale durch regionales Pricing**

Je nach Region gibt es Unterschiede in der Intensität des Wettbewerbs und der Kaufkraft. Diese Unterschiede können über ein regional differenziertes Pricing ertragsoptimal ausgenutzt werden. Anhand eines Fallbeispiels aus dem Handel werden Anforderungen, Vorgehen und Ergebnisse aufgezeigt.

Dr. Michael Höfelmeier, Geschäftsführender Gesellschafter, Pluris Consulting, Bielefeld

12:30 Uhr | **Erfolgreiches Preismanagement: Der Konsument als Juror**

Herausforderungen für das Pricing bei Multichannel-Strategien. Auswirkungen des mobilen Internets auf die Preiswahrnehmung. Studienergebnisse und Fallbeispiele mit Fokus auf der Konsumentenperspektive.

Barbara Unterbusch, Projektmanagerin, Institut für Handelsforschung GmbH, Köln

13:00 Uhr | **Mittagessen**

14:00 Uhr | **Der Preis im Fokus – 360°-Betrachtung im Impulskanal**

Preiswahrnehmung des Shoppers im Impulskanal. Wettbewerbsanalyse von Preisstellungen unter Wettbewerbern am Beispiel Tankstellenshops. Untersuchungen zur Preisklassensystematik von selbstständigen Händlern mit Fallbeispielen.

Marco Sinn, Business Development Manager Retail Solutions, SymphonyIRI Group GmbH, Düsseldorf

14:30 Uhr | **Rechtliche Grundlagen zur Preisgestaltung im E-Commerce**

Was ist bei Preisangaben im Internet zulässig, wo gibt es juristische Fallstricke, z.B. im Hinblick auf Darstellung, Grundpreis- und zusätzliche Pflichtangaben?

Arnd J. Nagel, Fachanwalt für Informationstechnologierecht, IT-Recht-Kanzlei, München

15:00 Uhr | **Preisakzeptanz für Leistungen im Multichannel Handel – wofür ist der Kunde bereit zu zahlen?**

Für welche Zusatzservices lassen sich in verschiedenen Branchen des Multichannel-Handels beim Verbraucher höhere Preise durchsetzen? Ergebnisse einer gemeinsamen Studie der Hochschule Niederrhein mit Accenture GmbH.

Prof. Dr. Michael Schleusener, Leiter eWeb Research Center, Hochschule Niederrhein, Krefeld

15:45 Uhr | **Kaffeepause**

16:15 Uhr | **Effizientes Konditionenmanagement – ein Wettbewerbsvorteil?**

Die Bedeutung des Konditionenmanagements für den Unternehmenserfolg wird in Handel und Industrie nach wie vor unterschätzt, zu Unrecht, wie die Praxis zeigt.

Dr. Heinz Konvicka, Head of Marketing & Sales, IBB Informationsverarbeitung GmbH, München

17:00 Uhr | **Herausforderungen auf dem Weg zum Multichannel-Anbieter**

Die Veränderung des Käuferverhaltens stellt Gewohntes in Frage, und Multichannel-Strategien werden als geeignete Maßnahme genannt. Über Erfolg oder Misserfolg entscheidet letztendlich auch die „richtige“ Preisstrategie. Sie zieht Risiken, Einschnitte, Verluste, aber auch Chancen und Erträge nach sich. Am Beispiel von Media-Saturn zeigt der Vortrag, vor welchen Herausforderungen ein Händler auf dem Weg zum Multichannel-Anbieter steht.

Stefan Caspers, Head Finance & Expansion Projects, Media-Saturn-Holding GmbH, Ingolstadt

Hans-Jakob Reuter, Geschäftsführer, gicom GmbH, Overath

17:45 Uhr | **Ende des ersten Veranstaltungstages**

19:00 Uhr | **„Come together“ mit Barbecue im Hotel**

mit freundlicher Unterstützung der gicom GmbH

gicom®

Mittwoch, 26. September 2012

9:00 Uhr | **Begrüßung und Einführung**

Prof. Dr. Andreas Kaapke, Professor für Handelsmanagement und Handelsmarketing, Duale Hochschule Baden-Württemberg, Stuttgart

9:15 Uhr | **Kundenorientiertes Preismanagement des Handels in der Zukunft** (Vortrag in englischer Sprache)

Traditionelle Marketing- und Pricingkonzepte werden durch ein flexibleres Kundenverhalten und neue Informationsquellen für die Verbraucher, beispielsweise soziale Medien, zunehmend in Frage gestellt. Wie hat sich der Handel künftig in seiner Kundenansprache und Preisgestaltung auf den Konsumenten einzustellen?

Prof. Dr. Kitty Koelemeijer, Directeur Cluster Marketing & Supply Chain Management, Nyenrode Business University, Breukelen (NL)

10:00 Uhr | **Pricing und Promotion – Erfolgreiche Strategien in Zeiten des Wandels**

- Aktuelle Marktentwicklungen von Regal & Promotionspreisen
- Konsequenzen für Hersteller & Handel
- Handlungsempfehlungen

Sabine Schnell-Fjordside, Director Analytic Consulting DACH-Benelux-Osteuropa, The Nielsen Company, Hamburg

10:30 Uhr | **Kaffeepause**

11:00 Uhr | **Rabatte – Schreckgespenst oder sinnvolles Marketing-Tool?**

Am Beispiel einer Couponing-Plattform wird veranschaulicht, wie Rabatt-Coupons, Dreingaben oder Bundles Neukunden ansprechen und Bestandskunden an das Geschäft binden können.

Tom Engel, Abt. Sales, Marketing & PR, COUPIES GmbH, Köln

11:30 Uhr | **Der digitale Kassenzettel – Revolution im Einzelhandel**

Digitale Erfassung der Produktinformationen vom Kassenzettel per QR-Code; Vorteile für den Handel im Hinblick auf Analysen, Kundenbindung und zusätzlichen Umsatz. Fallbeispiel aus dem Konsumgüterhandel. Gemeinsam mit Projektpartner Euronics XXL ist Reposito Gewinner des Retail Technology Award 2012.

Philipp Hartmann, Geschäftsführer, Reposito GmbH, Karlsruhe

12:00 Uhr | **Pricing-Strategien in entwickelten Wettbewerbsmärkten**

Unternehmensimage als Grundlage und die Bedeutung des Preises dafür. Beispiele für Preisstrategien. Einsatzmöglichkeiten von elektronischen Regaletiketten für das Pricing.

René van der Horst, Key Account Manager, Pricer S.A.S., Guyancourt (F)

12:30 Uhr | **Zusammenfassung und Ausblick**

12:45 Uhr | **Ende der Veranstaltung / Abschließendes Mittagessen**

Durchführung:
EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 57 99 3-28 (-48),
Fax: +49 (0) 221 / 57 99 3-45
E-Mail: seminare@ehi.org,
Internet: www.ehi.org

Termin:
25. / 26. September 2012
25.09. 2012: 10:00 Uhr – 17:45 Uhr (plus „Come together“)
26.09. 2012: 9:00 Uhr – 12:45 Uhr (plus Mittagessen)

Tagungsort:
Radisson Blu Hotel
Messe-Kreisel 3, 50679 Köln

Kongresssprache:
deutsch

Veranstaltungsgebühren/Teilnahmebedingungen:
Die Veranstaltungsgebühr beträgt € 1.190,- (zzgl. MwSt) inkl. Tagungsunterlagen, Mittagessen am 1. und 2. Veranstaltungstag, Kaffee/Erfrischungsgetränke während des Kongresses. In der Gebühr ist die Teilnahme an der Abendveranstaltung am 25. September inbegriffen.
Für Teilnehmer aus Mitgliedsunternehmen des EHI e. V. gilt eine reduzierte Gebühr von € 990,- (zzgl. MwSt).

Die Anmeldung kann bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn gegen eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- (zzgl. MwSt) storniert werden. Erfolgt die Stornierung zwischen 14 und 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn, wird die halbe Gebühr, danach und bei Nichterscheinen die volle Gebühr berechnet. Wird ein zahlender Ersatzteilnehmer gestellt, erfolgt eine Umschreibung und es fallen keine Gebühren an. Zahlung der Tagungsgebühren nach Rechnungserhalt rein netto vor Beginn der Veranstaltung.

Unterbringung:
Für die Teilnehmer stehen begrenzte Zimmerkontingente in verschiedenen Preiskategorien im und in der Nähe des Veranstaltungshotels zur Verfügung. Wir bitten um frühzeitige Reservierung.

Für die Zimmerbuchung wenden Sie sich bitte an H.U.T.-Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH, Köln, Tel.: +49 (0) 221 292592-10, E-Mail: sabrina.zeric@hut-gmbh.net

Organisation:
Thomas Kempcke (Inhalte)
Horst Rüter (Durchführung)
Monika Henke (Begleitausstellung / Sponsoring)
Petra Sieling (Information / Anmeldung)

Programmänderungen vorbehalten

Veranstalter:
Das EHI ist ein wissenschaftliches Institut des Handels. Zu den 600 Mitgliedern des EHI zählen internationale Handelsunternehmen und deren Branchenverbände, Hersteller von Konsum- und Investitionsgütern und verschiedene Dienstleister.

Wir erforschen die Zukunftsthemen des Einzelhandels, organisieren Konferenzen und Arbeitskreise, veröffentlichen im eigenen Verlag und sind Partner der Messe Düsseldorf bei der weltgrößten Investitionsgütermesse für den Handel, der EuroShop.

Anmeldung* zum EHI Preismanagement Kongress 2012, Köln 25.-26. September 2012

Per Fax: +49 (0) 221. 57993-45 oder online: **www.preismanagement-kongress.de**

Name, Vorname: _____

Abteilung / Funktion: _____

Firma: _____

Straße, Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Bei abweichender Rechnungsanschrift bitte ausfüllen:

Firma: _____

Straße, Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Firma ist: ☐ Mitglied des **EHI Retail Institute e. V.**

Ich nehme am „Come together“ teil: ☐ ja ☐ nein

* Die Anmeldung erfolgt verbindlich unter Anerkennung der Teilnahmekonditionen.

Programmänderungen vorbehalten

X _____

Datum Unterschrift

Ihr schneller Weg zur Anmeldung:
www.preismanagement-kongress.de

Jetzt auch bequem mit Ihrem Smartphone:

EHI Retail Institute GmbH
Konferenzen
Spichernstr. 55
50672 Köln

EHI Retail Institute®