



**NEU IN DIESEM JAHR:**

**MEHR VERBRAUCHER-INSIGHTS**

Die Private Label Lounge –  
Der interaktive Dialog mit  
den Verbrauchern

**MEHR AUSTAUSCH**

Das Handelsmarken-  
Speednetworking-Special

**MEHR WISSEN**

Praxiswissen  
aus erster Hand!

**BIG SELL OUT oder ganz neue Wege?**

Wo liegen die großen Wachstumsmärkte und Innovationen  
für das Eigenmarkengeschäft?

**Zwischen Zuwachs und Stagnation:**

Die Perspektive des Eigenmarkengeschäftes 2014/2015

**Wie der Handel agieren muss:**

Kommunikation auf allen Kanälen?

**Nachhaltigkeit, Pragmatismus, aber Qualität:**

Was ist die richtige Antwort für den LEH?

**Mythos Verbraucher:**

Zielgruppe „Fragezeichen“

**Erfolgsgeheimnis Nonfood:**

Was für Near- und Nonfood-Produkte im Markt wirklich zählt

**Der ewige Streit:**

Die Eigenmarke auf den Spuren von Brands, Labels & Co.

## Der 16. Deutsche Handelsmarkenkongress bringt zusammen, was zusammen gehört:

Der Treffpunkt bietet spannende Themen und Debatten für Handel, Industrie, Zulieferer und Dienstleister und betrifft die Bereiche: Handelsmarkenmanagement, Marketing, Vertrieb, Produktmanagement, Key Account Management, Category Management, Handelsmarketing, Einkauf und Beschaffung.

### IHRE ANSPRECHPARTNERINNEN



#### KONZEPTION UND INHALT

**Nelli Hajdu**, Konferenz-Managerin

#### ORGANISATION

**Dana Knabbe**, Senior-Konferenz-Koordinatorin

**Telefon: 02 11/96 86 - 36 47**

E-Mail: [dana.knabbe@euroforum.com](mailto:dana.knabbe@euroforum.com)

#### SPONSORING UND AUSSTELLUNG

**Juliane Baudisch**, Sales-Managerin

E-Mail: [juliane.baudisch@euroforum.com](mailto:juliane.baudisch@euroforum.com)

**Telefon: 02 11/96 86 - 37 36**

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

### SAVE THE DATE



## Der 12. Deutsche Branchentreff Zukunft im Drogeriesektor

**Zwischen neuen Märkten und herausfordernden Zielgruppen – Ist die Marktverteilung schon abgeschlossen?**

21. und 22. Mai 2014,  
Novotel Düsseldorf City West, Düsseldorf

## MITTWOCH, 9. APRIL 2014

9.00 – 9.30

Empfang mit Kaffee & Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30 – 9.40

**Eröffnung durch EUROFORUM und den Vorsitzenden des 16. Deutschen Handelsmarkenkongresses**



**Günther Nessel**,

Geschäftsführender Gesellschafter,

RETAILORS

Die Firma RETAILORS ist spezialisiert auf die Beratung und Entwicklung von Retail Brands und Eigenmarken des Handels.

### GOOD MORNING SESSION

**Zwischen Zuwachs und Stagnation:  
Wo steht die Private Label Branche 2014  
und vor allem, wo muss sie hin?**

9.40 – 10.20

**Die neue Architektur der Märkte – Eigenmarken drängen ins Zentrum der Konsumenten-Nachfrage**

- Quantitative Entwicklungen 2013/2014
- Neue Eigenmarken-Konzepte
- Handelsmarken im Urteil der Verbraucher
- Wertewelt der Handelsmarken und künftige Gewichtungen



**Dr. Wolfgang Adlwarth**,

Manager, Strategic Customer Development, Consumer Panels,

GfK Panel Services Nürnberg

10.20 – 10.40

### VERBRAUCHER IM FOKUS

SPECIAL

#### DIE PRIVATE LABEL LOUNGE –

**Der interaktive Dialog mit den Verbrauchern**

Herz und Kopf des Verbrauchers zu verstehen stellt uns tagtäglich vor eine große Herausforderung! Wir versuchen es. Meinungen, Ideen, Einstellungen – Dialego begleitet die zwei Kongresstage mit Marktforschung live. In unserem exklusiven Consumer Advisory Board werden tagesaktuelle Thesen und Fragestellungen live von Konsumenten diskutiert. Und als kleines Extra erhalten Sie die Ergebnisse aus zwei Tagen Live-Marktforschung im exklusiven Dossier im Nachgang der Konferenz! Durch die interaktive Private Label Lounge führen Sie:



**Andera Gadeib**, Chief Mind Mover

**Anja Kreutzer**, Teamleitung Marktforschung

Dialego AG

10.40 – 10.50 ZEIT FÜR FRAGEN UND DISKUSSION

10.50 – 11.20 PAUSE MIT KAFFEE UND TEE

11.20 – 12.00

**Eigenmarken-Strategie: Gestern-Heute-Morgen**

- Vom Marken-Me-too zum Erlebnis-Star
- Analyse der Veränderungen und der Blick nach vorn
- Best Practice Beispiele auf dem Prüfstand

Günther Nessel

12.00 – 12.40

**Eigenmarke – die bessere Marke?!**

- Vom Abfüller zum Ideenlieferant
- Selbstverständnis Eigenmarke: vom Billigheimer zum Profilierungsinstrumentarium
- Best-Case-Studies



**Christian Oppitz**, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb und **Mirco Bastiani**, Leiter Marketing, Molkerei Gropper GmbH & Co. KG

12.40 – 13.00

**SPEEDNETWORKING-SESSION****Die Zukunft der Eigenmarken –****Wohin geht die Reise für Hersteller und Händler?**

Schauen Sie in Ihre persönliche Glaskugel und diskutieren Sie an verschiedenen Thementischen, wohin sich das Private Label Geschäft in den nächsten Jahren entwickeln wird – und vor allem wie Händler und Hersteller reagieren müssen!

13.00 – 14.00 GEMEINSAMES MITTAGESSEN

## Handel & Hersteller in der Pflicht: Strategie und Innovationsgeist für das Eigenmarkengeschäft!

14.00 – 14.40

### Erfolgreiches E-Commerce mit der Eigenmarke: Dem Geheimrezept auf der Spur – Ein Live-Experiment

- Marktstatus im Check
- Stellenwert von Marken und Eigenmarken im Vergleich
- Die Goldenen Regeln für erfolgreiches Eigenmarkenmanagement online



**Thomas Ottersbach**,  
Inhaber,  
Ottersbach Consulting

14.40 – 15.20

**Was (Handels-) Marken erfolgreich macht!**

- Erkenntnisse aus (Neuro-) Psychologie und Verhaltensökonomie zu Kaufentscheidungen
- Wie Handelsmarken ihre Effektivität maximieren können
- Mehr Belohnung: Die Perspektive der impliziten Ziele zur Steigerung der motivationalen Wirkung



**Johannes Schneider**,  
Partner,  
decode Marketingberatung GmbH

15.20 – 16.00

**Innovative Premium Handelsmarken: Nur ein süßer Traum?**

Handelsmarken ausserhalb der Segmente Preiseinstieg und Mittelpreis platzieren

- Gestern: Bio, Fair Trade, Single Origin
- Heute: Was ist los mit Premium Private Label?
- Morgen: Nischen mit Wachstumspotential
- Die Checkliste für innovative Premium Handelsmarken



**Lorenz Eymann**,  
Head of Private Label and Co-Manufacturing,  
Maestrani Schweizer Schokoladen AG

16.00 – 16.15 ZEIT FÜR FRAGEN UND DISKUSSION

16.15 – 16.45 PAUSE MIT KAFFEE UND TEE

## Der Verbraucher im Fokus: Zielgruppe "individuell"

16.45 – 17.30

**Zukunftsszenarien zur Kommunikation des Handels 2025**

Wer sind die Konsumenten der Zukunft? Das EHI hat Fakten, Visionen und Trends zu einzigartigen Zukunftsbildern verdichtet, in denen Konsumenten, Handel und Kommunikation ganz unterschiedliche Gestalt annehmen. Über die Studie berichtet:



**Marlene Lohmann**,  
Leitung Forschungsbereich Marketing,  
EHI Retail Institut

17.30 – 18.00

**VERBRAUCHER IM FOKUS**

SPECIAL

**DIE PRIVATE LABEL LOUNGE –****Das Feedback / Der Livekommentar**

Es ist viel diskutiert worden, doch was denken die Verbraucher? Die Ergebnisse der Verbraucherbefragung aus dem Onlinepanel zu den brennendsten Fragen des Tages werden präsentiert von: **Andera Gadeib** und **Anja Kreutzer**

18.00 – 18.15 ZEIT FÜR LETZTE FRAGEN

18.15 ENDE DES ERSTEN KONFERENZTAGES

**Private Label Lounge – Extended Version**

EUROFORUM lädt Sie im Anschluss des ersten Konferenztages zu einem Get-Together ein. Vertiefen Sie neugeknüpfte Kontakte und lassen Sie den Tag in entspannter Atmosphäre ausklingen.



## DONNERSTAG, 10. APRIL 2014

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee & Tee

### GOOD MORNING SESSION Wie der Handel mit Private Label noch erfolgreich sein kann

9.00 – 9.20

VERBRAUCHER IM FOKUS

SPECIAL

#### DIE PRIVATE LABEL LOUNGE –

##### Der interaktive Dialog mit den Verbrauchern

Auch heute beginnen wir den Tag mit den Meinungen, die für das Eigenmarkengeschäft am wichtigsten sind: Die der Konsumenten

Andera Gadeib und Anja Kreutzer

9.20 – 10.00

##### Wenn ich mich entscheiden könnte... Markenbilder des Handels in der Konsumentenwahrnehmung

- Studienergebnisse: Pränante Markenprofile im Kopf helfen!
- Markenerlebnisse des Handels aus Verbrauchersicht
- Starke Handelsmarken, starke Eigenmarken – ein markenpsychologischer Vorteil



Dr. Uwe Lebok,  
Vorstand,  
K&A BrandResearch AG

10.00 – 10.40

##### Gestern war vegetarisch – heute ist 'Karma'

- An wen richtet sich das innovative Konzept?
- Lancierung, Akzeptanz, Ausblick
- War das Zufall?



Roland Frefel,  
Leiter Coop Category Management Frischeprodukte/  
Gastronomie & VIVA, Mitglied der Direktion, Coop

10.40 – 10.55 ZEIT FÜR FRAGEN UND DISKUSSION

10.55 – 11.25 PAUSE MIT KAFFEE UND TEE

11.25 – 12.05

##### Markenrecht – Neues aus der Rechtsprechung

- Quadratisch Praktisch Gut – Milka gewinnt mit quadratischer Schokolade gegen Ritter Sport
- Markenqualität vs. Markenware
- Volkswagen vs. Bild-Volks-Inspektion
- Neue EU-Recherchertools



Georg Fechner,  
Rechtsanwalt und Partner,  
Fechner Ewert Rechtsanwälte

## Wachstumssegment Nonfood: Potentielle Chancen und Innovationen

12.05 – 12.45

### Eigenmarken im Gesundheitsbereich

- Aktuelle Marktentwicklung: Welche Kunden- und Produktsegmente laufen erfolgreich, welche nicht?
- Blick in die Zukunft: berechnete und unberechnete Produkt-, Markt-, Kanal-Phantasien



Jan Hinrichsen,  
OTC-Eigenmarkenexperte, Prokurist

12.45 – 12.55 ZEIT FÜR FRAGEN UND DISKUSSION

12.55 – 13.45 GEMEINSAMES MITTAGESSEN

13.45 – 14.25

### Weißer Riese oder First Follower?

#### Innovationskraft von Handelsmarken im internationalen Vergleich – Ein Statement



Roland Wendt,  
Business Director Germany/Austria/Switzerland/Turkey,  
McBride plc (in Absprache)

14.25 – 15.00

VERBRAUCHER IM FOKUS

SPECIAL

#### DIE PRIVATE LABEL LOUNGE – Das Feedback

Noch einmal mit den Experten von Dialogo das Livefeedback der Konsumenten zu den Thesen des Tages hören!

15.00

#### Schlusswort und Ende der Konferenz

FOLGEN SIE UNS!



[www.twitter.com/marketing\\_live](http://www.twitter.com/marketing_live)



[www.facebook.com/euroforum.de](http://www.facebook.com/euroforum.de)



[www.euroforum.de/news](http://www.euroforum.de/news)

## DIE HAUSMARKE HAT KONJUNKTUR!

Über Jahrzehnte hinweg galten Handelsmarken als DIE Alternative zum großen Markengeschäft – und glaubt man gängigen Studien der großen Marktforschungsunternehmen, wächst das Geschäft nach dem Krisenjahr 2009 wieder maßgeblich. Gerade die großen Händler verdanken einen Großteil des Umsatzwachstums dem geschickten und kreativen Management der Eigenmarken.

Der wertmäßige Anteil von Private Labels steht dabei europaweit bei 37%. Dabei wird – außer in Deutschland – der Preisabstand zwischen Private Labels und Markenprodukten immer geringer. Doch die Zeiten, in denen Eigenmarken nur das Preiseinstiegssegment bedienen, sind längst vorbei! Gerade Discounter stoßen an ihre Grenzen, immer wieder folgen Nachahmungsprodukte und der Kunde verliert die Übersicht. Marke, Eigenmarke – alles geht unter im Einheitsbrei des Überflusses. Aber auch Innovationen drängen auf den Markt: Premiumprodukte im Foodbereich, gesehen bei Lidl und Netto oder auch spannende neue Konzepte: Stichwort Functional Food. Und der Nonfood-Bereich ist nach wie vor ein unerschlossenes Feld.

Was wird die Zukunft den Eigenmarken noch bringen? Geht der Trend zurück zum Preiseinstieg? Ist das Thema Premium im LEH gescheitert? Wie wird sich E-Commerce auf die Eigenmarken auswirken? Deshalb fragen wir 2014, vielleicht auch etwas polemisch: Wo befinden sich die letzten großen Goldgruben im Eigenmarkengeschäft?

Diskutieren Sie gemeinsam mit uns über unentdeckte Möglichkeiten und die Zukunft der Handelsmarke.

Wir freuen uns auf spannende Tage mit Ihnen!



Vorsitzender der Konferenz:  
**Günther Nessel**  
Retailors



Konzeption:  
**Nelli Hajdu**  
EUROFORUM Deutschland SE





Ihr persönlicher  
Anmeldecode

schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf  
per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
per Fax: +49 (0)2 11/96 86-4040  
telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-3647 [Dana Knabbe]  
im Internet: [www.euroforum.com/handelsmarkenkongress](http://www.euroforum.com/handelsmarkenkongress)

**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. Zum Erhalt des Gruppenbuchungsrabatts ist ausschlaggebend, wie viele Personen am Veranstaltungstag als Teilnehmer gebucht sind.

**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.

**9. und 10. April 2014, Pullman Cologne**  
Helenstraße 14, 50667 Köln, Telefon: 02 21/275 - 0

Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Pullmann Cologne herzlich zu einem Umtrunk ein.



NEU IN DIESEM JAHR:  
Mehr Verbraucher-Insights  
Mehr Austausch  
Mehr Praxiswissen

FÜR HANDEL, HERSTELLER,  
ZULIEFERER & DIENSTLEISTER

16.  
DEUTSCHER  
HANDELSMARKEN  
KONGRESS

DER WICHTIGSTE  
CHECK UP DES JAHRES!



MIT PRAXISBEISPIELEN VON  
COOP, Maestrani Schokoladen,  
EHI Retail Institut, Molkerei Gropper, GfK uvm.

Jetzt schnell und  
bequem **online**  
anmelden!

[www.euroforum.de/anmeldung/p1106400](http://www.euroforum.de/anmeldung/p1106400)

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

Ja, ich nehme am 9. und 10. April 2014 in Köln teil

[P1106400M012]

zum Preis von € 1.899,- p.P. zzgl. MwSt.

Ich bin **HÄNDLER** und nehme zum **SONDERPREIS**  
von € 1.399,- p.P. zzgl. MwSt. teil.

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.  
Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Bitte reservieren Sie mir einen Teilnehmerplatz bis zum 14. Februar 2014

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: 0211/9686-3333.]

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: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein      Zusendung per Fax: <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Anmeldung erfolgt durch	
Position	
Datum, Unterschrift	