



Zu Gast bei:



ECR live!

Shopper Insights

Erkenntnisse erfolgreich umsetzen
11./12. November 2009
zu Gast bei Unilever in Hamburg

Ihr Veranstalter

GS1 Germany hilft Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie Artikelnummernsystem GTIN zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response).

Zur Umsetzung und Verbreitung der beschriebenen Services bietet GS1 Germany als Veranstalter zahlreiche branchenspezifische und -übergreifende Konferenzen und Seminare an.

ECR live! zu Gast bei Unilever

Das bewährte ECR live! Gastgeberkonzept wird selbstverständlich auch in diesem Jahr fortgesetzt: Unilever lädt Sie hierzu herzlich in das neue Unilever-Haus in der Hamburger HafenCity ein. Strandkai 1 – so lautet seit Juni 2009 offiziell die neue Adresse der Zentrale von Unilever Deutschland, Österreich und Schweiz.

Unilever selbst ist eines der führenden Unternehmen, das die Entwicklung und Umsetzung von Category Management und Shopper Research maßgeblich vorangetrieben hat. In verschiedenen Fachvorträgen können auch Sie von dieser langjährigen Erfahrung profitieren und Anregungen für die eigene Projektarbeit mitnehmen.



Zielgruppe

ECR live! richtet sich an **ECR-Anwender aus den Funktionsbereichen Marketing, Vertrieb, Einkauf, Category Management und Trade Marketing** aus Handel, Industrie und Dienstleistung.



ECR live! Shopper Insights – Erkenntnisse erfolgreich umsetzen

Einen Großteil seiner Entscheidungen trifft der Käufer am POS. Eine gute Möglichkeit also, den Kunden entlang seinem Einkaufsprozess zu unterstützen – immer mit dem Ziel, seine Bedürfnisse bestmöglich zu erfüllen und ihn von einer Kategorie, von einem Produkt oder einer Marke zu überzeugen und zum Kauf anzuregen. Doch wo genau sind die Stellhebel? Wie sieht der Such- und Einkaufsprozess des Kunden aus? Gibt es verschiedene Kaufmuster oder reagieren alle Käufer gleich? Warum entscheidet sich der Kunde letztlich für ein Produkt? Und wer ist überhaupt der Shopper und wer der Consumer?

Viele Fragen über den Kunden sind noch unbeantwortet. Bei der Initiierung von Shopper-Studien kommt es darauf an, die richtigen Fragen zu stellen und die richtige Methode zur Beantwortung der Fragen zu wählen. Denn die gewonnenen Erkenntnisse sind nur so viel wert wie die Möglichkeit ihrer Anwendung am POS. Bisher fehlte ein einheitliches Verständnis über Shopper Research. Bei ECR live! zeigen Ihnen Handel und Industrie erfolgreiche Projekte, geben Einblick in gewonnene Shopper Insights und die Umsetzung im Laden.

Erfahren und diskutieren Sie mit Experten, welche Methoden sich zur Ableitung des Entscheidungsverhaltens des Kunden eignen. Bei ECR live! zeigen wir auf, wie sich Erkenntnisse aus Shopper Research im Category Management im Allgemeinen und insbesondere in der Platzierung, im Sortiment und in Promotions einsetzen lassen. Lassen Sie sich inspirieren von neuen Ideen.

Das Besondere bei ECR live!: Neben zahlreichen Vorträgen können Sie selber aktiv werden. Bei unseren ECR live! Komponenten haben Sie die Gelegenheit zum Ansehen, Anfassen, Ausprobieren und Diskutieren.

Programm Mittwoch, 11. November 2009

Moderation: Heiner von Brachel, Director ECR & Event, GS1 Germany GmbH



11:00 **Transparenz und Kooperation: Unilever stellt sich vor**

Herr Brouwer heißt Sie herzlich im neuen Unilever-Gebäude in der Hamburger HafenCity willkommen. Er zeigt auf, welche Chancen sich durch Kooperation und neue Wege der Zusammenarbeit bieten und wie sich Unilever mit dem neuen Geschäftsmodell aufstellt. **Harry Brouwer, Chairman Unilever Deutschland-Österreich-Schweiz (D-A-CH)**



11:20 **Der Siegeszug von Category Management und die Bedeutung von Shopper Research**

Shopper Research ist das Topthema des Lenkungs-kreises ECR Demand Side der GS1 Germany und damit für Handel und Industrie hochaktuell. Kein Wunder: Shopper Insights bilden die Grundlage für das Category Management und die Grundlage, um Kunden zu Fans zu machen. **Jörg Pretzel, Geschäftsführer, GS1 Germany GmbH**



11:45 **Vom Kunden zum Käufer**

Frau Dr. Rösler erläutert, wie das Wissen über das Wie und Warum des Einkaufs bei der Entwicklung neuer Strategien für das Shopper-Marketing hilft. **Dr. Julia Rösler, Customer Marketing Director D-A-CH, Unilever Deutschland GmbH**



12:15 **Dem Shopper auf der Spur – Diskussion alternativer Methoden zum Kundenentscheidungsbaum aus Sicht von Kraft Foods**

Anhand von konkreten Praxisbeispielen zeigt und bewertet Herr Schoppe verschiedene Methoden des Shopper Research hinsichtlich ihrer Eignung zur Untersuchung des Entscheidungsverhaltens des Käufers. **Henrik Schoppe, Manager Shopper Insights D-A-CH, Kraft Foods Deutschland GmbH**



13:00 **Mittagspause**

ECR LIVE! KOMPONENTEN

14:15 **ECR live! Komponenten**

Kurzvorstellung und Einteilung der Gruppen

14:30 **Methodenworkshop**

Shopper Research live erleben. Im Unilever-Shop zeigen wir Ihnen, wie verschiedene Methoden des Shopper Research funktionieren und welche Erkenntnisse damit gewonnen werden können. Diskutieren Sie mit Experten über den Einsatz und die Fragestellungen, die sich mit den verschiedenen Methoden beantworten lassen.

Eiskalte Emotionen

Wenn der Consumer zum Shopper wird: Erfolgreiches Shopper-Marketing setzt auf Kundenwünsche und Emotionen. Unilever gewährt Einblicke in die Bedürfnisse der Eiscreme-Käufer. Gehen Sie mit Unilever auf Entdeckungstour in die eiskalte Welt der Emotionen.

Alexander Kühnen, Category Director Icecream D-A-CH, Unilever Deutschland GmbH



Umsetzung von POS-Konzepten aus Händlersicht

Erleben Sie neue Shopper-Marketing-Konzepte bei dem Storecheck im neuen E center Struve mit Informationen aus erster Hand.

Familie Struve, Inhaber, EDEKA Struve



17:00 **Check-in Hotels**

18:15 **Containerhafen-Rundfahrt**

20:30 **Abendveranstaltung**



Rundfahrt durch den Containerhafen

Mittwoch, 11. November 2009, 18:15 Uhr

Kehren Sie mit ECR live! dorthin zurück, wo der Handel seinen Ursprung hat: an den Hamburger Hafen. „Auge in Auge mit den Giganten!“ – so lautet das Motto der Rundfahrt per Bus durch das Hamburger Hafengebiet zu Plätzen, die der Öffentlichkeit sonst nicht zugänglich sind. Bequem im modernen Reisebus sitzend, fahren Sie vorbei an riesigen Containerschiffen, turmhohen Kränen, elektronisch gesteuerten Transportfahrzeugen und genießen den atemberaubenden Blick von der Köhlbrandbrücke (wichtig: Personalausweis bzw. Reisepass erforderlich!).

Abfahrtspunkte:

- >> Berliner Tor/Ecke Lübeckertordamm, 20099 Hamburg (Nähe Suitehotel)
- >> Schaarsteinweg 4, 20459 Hamburg (vor Madison Hotel)

Abendveranstaltung

Mittwoch, 11. November 2009, ab 20:30 Uhr

Genießen Sie einen entspannten ECR-Networking-Abend in einer der beliebtesten Locations in Hamburg. Das „EAST – Restaurant, Bar, Lounge und Hotel“ entführt Sie auf eine kulinarische und aromatische Reise durch die EAST-Küchenwelt mit euro-asiatischem Food. Und das mitten in der City, parallel zur Reeperbahn.

EAST HAMBURG

Simon-von-Utrecht-Straße 31
20359 Hamburg
T +49 (0)40 30 99 30
F +49 (0)40 30 99 32 00
www.east-hamburg.de



08:30 Begrüßungskaffee

09:00 Begrüßung und Zusammenfassung des ersten Konferenztages

Heiner von Brachel, Director ECR & Event, GS1 Germany GmbH



09:15 Was bewegt den Shopper bei der Kaufentscheidung?

20% der Shopper wechseln in der Krise aufgrund des Preises ihr Hauptgeschäft für den Einkauf. Der Anteil von Impulskäufen ist rückläufig und jeder fünfte Käufer meidet bestimmte Einkaufsbereiche, um sich nicht zum Spontankauf verleiten zu lassen. Was sind die aktuellen Antriebsfedern zum Kauf? Wie werden Preise eingeschätzt und welche Bereiche werden im Geschäft aufgesucht? Frau Offermann nimmt Sie mit zu einem Rundgang durch die Metriken des Instore-Kaufentscheidungsprozesses.

Ute Offermann, Senior Consultant Business and Consumer Insights, Information Resources GmbH



09:45 Die Psychologie des Einkaufens – neueste Erkenntnisse

Welche Faktoren beeinflussen das Einkaufen in der aktuellen Wirtschaftssituation? Welche „verdeckten“ Motive spielen eine Rolle und wie können diese für schlagkräftige Konzepte am POS genutzt werden? Unilever und rheingold präsentieren Ergebnisse der Shopper-Studie 2009.

Dr. Julia Rösler, Customer Marketing Director D-A-CH, Unilever Deutschland GmbH
Stephan Grünewald, Geschäftsführender Gesellschafter, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH & Co. KG



10:30 Kaffeepause

11:00 **Mit allen Sinnen handeln**
Was hat das Gehirn mit dem Einkauf zu tun? Herr Fringes zeigt den gewinnbringenden Einsatz von Erkenntnissen aus dem Neuromerchandising im Handel.
Achim Fringes, Inhaber, VISàVIS Unternehmensberatung



11:45 **Tatort Regal: Umsetzung von Shopper Insights in neue Platzierungskonzepte**
Frau Groepler erläutert die Shopper Insights zu Platzierungskonzepten, die mit Händlern umgesetzt wurden.
Christiane Groepler, Senior Category Managerin, Unilever Deutschland GmbH



12:15 **Shopper Insights als Grundlage für ein optimiertes Regal und hohe Kundenzufriedenheit**
Herr Kordmann berichtet, wie die EDEKA Nordbayern Erkenntnisse über ihre Kunden gewinnbringend im Handel einsetzt. Überzeugen Sie sich von dem erfolgreichen Gewinner-Projekt des diesjährigen ECR-Awards und sehen Sie, wie Kooperationen beim Thema Shopper Research Mehrwert bieten.
Heiko Kordmann, Leiter Einkaufs- u. Vertriebskoordination, EDEKA Handelsgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH



13:00 **Mittagspause**

14:15 **Shopping Missions und ihre Implikationen für die Umsetzung am POS**
Am Beispiel der Makro-Kategorie „gekühlte Produkte“ erläutert Frau Schröder, wie sich Kaufmuster in den Kategorien des Kühlregals erkennen und clustern lassen. Welche Warengruppen werden zusammen gekauft, gibt es Unterschiede zwischen Groß- und Kleinfläche? Und welche Bedeutung haben Kaufmuster für die Gestaltung von Platzierung und Promotions?
Pia Schröder, Division Manager GfK SE, Bereich GfK Panel Services Deutschland



14:45 **Smoothie-Platzierung auf dem Prüfstand – neue Kategorien besser verstehen durch Shopper-Insight-Studien**
Zentrales Ziel der Studie des Essener Forschungszentrums für Category Management an der Universität Duisburg-Essen und der Chiquita Deutschland GmbH war es, Verständnis für das Kundenverhalten in der neuen Warengruppe „Smoothies“ zu gewinnen und daraus Empfehlungen für die Positionierung, Platzierung und Präsentation von Smoothies im Handel abzuleiten. Das Kaufverhalten wurde in Fokusgruppen, Sortiervorgängen sowie in am Point of Purchase durchgeführten Befragungen untersucht.
Stefanie Kristes, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Essener Forschungszentrum für Category Management, Universität Duisburg-Essen N.N., Chiquita Deutschland GmbH

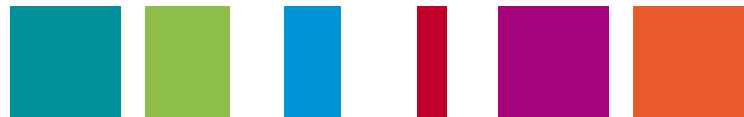


15:15 **Pragmatische Anwendung von Shopper Insights im Day-to-Day Category Management-Prozess**
Am Beispiel der Kategorie Kaffee erläutert Herr Klüsener die pragmatische Anwendung von Shopper Insights im Category Management-Prozess. Grundlage dafür bilden der Einkaufsprozess des Kunden und die Frage, an welchen Stellen der Kunde auf seiner Mission erreicht werden kann.
Florian Klüsener, Category Manager Senseo, Sara Lee Coffee & Tea Germany GmbH



15:45 **Fragen & Antworten/Zusammenfassung der Veranstaltung**
Heiner von Brachel, Director ECR & Event, GS1 Germany GmbH

16:00 **Ende der Veranstaltung**



ECR live! wird gefördert von:



Medienpartner:



Datum

11. November 2009, 11:00–17:00 Uhr (anschließend Abendveranstaltung)

12. November 2009, 09:00–16:00 Uhr

Veranstaltungsort

Unilever Deutschland GmbH, Strandkai 1, 20457 Hamburg

Teilnahmegebühren

€ 749,- zzgl. MwSt.

Ermäßigte Teilnahmegebühr

€ 649,- zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 15. September 2009. In der Teilnahmegebühr sind Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränke sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung am Ende des ersten Veranstaltungstages inbegriffen.

Hotel

Zur Buchung eines Hotelzimmers wenden Sie sich bitte an: H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH, Sabrina Kernchen, eMail: sabrina.kernchen@hut-gmbh.net, T +49 (0)221 94714-281, F +49 (0)221 94714-590, www.hut-gmbh.net

Veranstalter

GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln

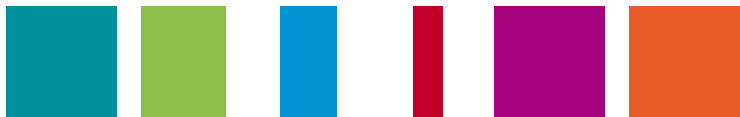
Ansprechpartner:

Miriam Becker, T +49 (0)163 771 29 42, eMail: becker@gs1-germany.de

Inga Natrop, T +49 (0)221 947 14-434, eMail: natrop@gs1-germany.de

Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Eine kostenfreie Stornierung ist bis zum 13. Oktober 2009 möglich; sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen nach dem 13. Oktober 2009 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Programmänderungen aus dringlichem Anlass behält sich der Veranstalter vor.



Anmeldung (auch unter www.gs1-germany.de)

ECR live! Shopper Insights

11./12. November 2009 zu Gast bei Unilever, Hamburg

Bitte ausfüllen und faxen an:

GS1 Germany GmbH, F +49 (0)221 947 14-590

Funktion/Branchen:

Category Management

Trade Marketing

Marketing

Vertrieb

Einkauf

Handel

Industrie

Dienstleistungsunternehmen

Sonstige _____

GLN (falls vorhanden)

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma/Institution

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

eMail



Das neue Unilever-Haus in der Hamburger HafenCity

Ich nehme an der folgenden **ECR live! Komponente** am 11. November 2009 ab 14:15 Uhr teil (die Teilnehmerzahl ist begrenzt):

Methodenworkshop

Eiskalte Emotionen

Umsetzung von POS-Konzepten aus Händlersicht

Abendveranstaltung am Abend des 11. November 2009

Ich nehme an der Containerhafen-Rundfahrt um 18:15 Uhr teil.

Ich nehme am Abendessen um 20:30 Uhr teil.

Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich zur Konferenz an.

Ich bin damit einverstanden, dass meine Daten an Sponsoren der Veranstaltung für Werbemaßnahmen weitergegeben werden können.

Datum

Stempel/Unterschrift

ECR live!

Shopper Insights

Erkenntnisse erfolgreich umsetzen

11./12. November 2009
zu Gast bei Unilever in Hamburg



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post



Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T +49 (0)221 947 14-0
F +49 (0)221 947 14-990
info@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de