

13. Zukunftsdialog Handel Eine Konferenz für Macher und Vordenker

Foto: Joachim Grothus für blocher partners

21.10.2019
IM GENO-HAUS
STUTTGART
.....
Für HBW-Mitglieder
EINTRITT FREI!

ERFOLGSKRITERIEN FÜR FORTGESCHRITTENE

Händler müssen heute Verführer sein. Die Ware tritt in den Hintergrund, denn der Kunde ist das Ziel im Verkaufsprozess. Die Beziehung zwischen Händler und Kunde ist der springende Punkt. Digital und stationär.

Heute geht es beim Shoppen nicht mehr nur um Spaß, sondern um die Geschichte des Prozesses. Der Kunde will umgarnt werden und die Emotionen spüren können. Das eigentliche Produkt wird allmählich zur Nebensache. Verstehen Sie daher Ihr Geschäft als Bühne. Die Bühne muss von Handel und Kunden bespielt werden. Out dagegen sind immer mehr die „Points of Langeweile“, wie sie leider noch ab und zu zu finden sind. Vor diesen Herausforderungen steht nun der Mittelstand. Der fragt sich: Welches Konzept ist gut? Wo soll ich anfangen? Was haben meine Kollegen schon probiert? Und was könnte bei mir erfolgreich sein?

Das sind auch Ihre Fragen und wir wollen Ihnen mit unserer Zukunftskonferenz darauf Antworten geben. Natürlich nicht pauschal, das wäre zu einfach. Aber jeder unserer Referenten hat mit seinem Konzept Erfolg im Markt. Jeder hat Ideen, die vielleicht zu Ihnen passen könnten, wenn man sie auf Ihre Verhältnisse anpasst. Und das kann unser Zukunftsdialog für Sie leisten. Es gilt das Motto: Von den Besten lernen! Der Zukunftsdialog Handel ist eine Veranstaltung für Local Heroes und Vordenker. Für Konzepte und Ideen, die Ihnen im Alltag helfen. Daher freuen wir uns, wie jedes Jahr, wenn Sie ein Teil dieser Veranstaltung sind und laden Sie herzlich ein, am 21. Oktober unser Gast zu sein.



Ihr Hermann Hutter
Präsident HBW



Ihre Sabine Hagmann
Hauptgeschäftsführerin HBW

Die Vorteilspartner des Handels stellen sich vor:

Auch in diesem Jahr präsentieren wir Ihnen eine Reihe hochkarätiger Vorteilspartner. Jeder dieser Partner ist Spezialist auf seinem Gebiet. Das bringt viele Vorteile für Sie als Händler. Nutzen Sie daher die Kommunikationspausen und suchen Sie das Gespräch, denn nur durch Information und Kommunikation erfährt man mehr. Denn: Erfolg braucht Verbündete!

VERANSTALTER



PREMIUM-PARTNER



VORSTELLUNG DER REFERENTEN



Anja Pangerl

Partnerin bei blocher partners

The Future of Retail

Erlebnisse sind der Schlüssel in der zukünftigen Handels Kommunikation. Erlebnisse sind immateriell. Die Millennial-Generation der zwischen 1980 und 1996 Geborenen zeichnet sich durch ihre Abkehr vom Materialismus und ihrem wachsenden Verlangen nach Erlebnissen aus. Diese Generation ist so offen wie nie für Experimente. Der physische Retail der Zukunft wird daher nicht mehr nur im Wettbewerb stehen mit anderen Retailern und E-Commerce-Plattformen. Seine Konkurrenten sind Hotels, Restaurants, Co-Working-Spaces, Festivals, Museen, Theater, Sport, etc.. Um mit einem solch hohen Grad an Ungewissheit umgehen zu können, gibt es eigentlich nur eine Lösung: Unnachgiebig zu experimentieren. Wer die Zukunft des Handels mitbestimmen möchte, muss kontinuierlich Ideen entwickeln.



Mona Buckenmaier

Senior Business Development Manager bei RIANI

Next Generation RIANISTA – die nächste Stufe der Digitalisierung von RIANI

Hochwertiges Design und einzigartige Passform – dafür steht das deutsche Premiumlabel RIANI seit mehr als vier Jahrzehnten. Tradition in Verbindung mit Innovation, gepaart mit einem besonderen Gespür und Weitblick für die Modebranche liefern das Erfolgsrezept der Brand made in Germany. Die Vision ist die eines nachhaltigen Familienunternehmens mit einem beständigen Gleichgewicht zwischen Heritage, Modernität und Trends. Ein gesundes Wachstum, das erlaubt stets höchsten Anspruch an die Qualität und die Weiterentwicklung der Kollektion sowie die Bedürfnisse der RIANI Kundin zu legen, steht an oberster Stelle. RIANI ist nicht nur eine Marke, sondern verkörpert ein besonderes Lebensgefühl, das jeder Kundin als RIANISTA, unabhängig von Shape oder Age den perfekten Look verleiht. Im Zeichen der Digitalisierung entführt RIANI die Kundin seit September 2018 auch im Online Shop, unter der Leitung von Mona Buckenmaier in die Markenwelt von RIANI. Mit ihr zieht nicht nur die Next Generation in das Familienunternehmen ein, sondern auch der digitale Brand-Fortschritt. Durch ihre Liebe für Details stehen ein individuelles Käuferlebnis sowie der persönliche Kundenkontakt für sie auch digital an erster Stelle.



Stefan Schmid

Schmid's Domino Home Company

Möbel dein Leben auf -
Wie ein Möbelhaus seine Komfortzone verlässt

116 Jahre SCHMID'S DOMINO HOME COMPANY, 4. Generation, 3.600qm Wohnräume vom Sofa bis zur Küche.

Wenn wir es nicht schaffen, uns permanent weiter zu entwickeln, versinken wir in der Prospektflut der großen Kollegen und dem immer stärker wachsenden Druck aus dem Internet.

Klasse schlägt Masse, nur bedingt - der Schlüssel ist das besondere Erlebnis im Wohnideenhaus, sei es durch den Mensch der Ihnen gegenüber steht, Ihnen zuhört und Ihre Einrichtungsträume erfüllt, sei es die besondere und liebevoll dekorierte Ausstellung, wo Sie sich ins Sofa setzen und drauf los wohnen können oder das besondere Event von diversen kulinarischen Köstlichkeiten bis zu hochkarätigen Speakern oder Konzerten.



Jürgen Frank

Geschäftsbereichsleiter Shop Solutions
& Leiter Marketing bei Wanzl

Das digitale Einkaufserlebnis der Zukunft für den
Konsumenten und Händler

Seit jeher sind Veränderungen im Retail von technologischen und gesellschaftlichen Veränderungen getrieben. Das Kundenverhalten ändert sich aktuell dramatisch. Der Kunde wechselt je nach Situation und Stadium im Kaufprozess zwischen den Kanälen hin und her. Kanäle sind teilweise nicht mehr abgrenzbar.

Die Antwort darauf ist: Customer Centricity. Der Handel stellt den Endkunden, seine Bedürfnisse und dessen Customer Journey in den Mittelpunkt des Tuns. Je nach Bedarf, Zeit und Gemütslage passt sich das Einkaufsverhalten und damit der Kunden-"Touch Point" an. Erfolgreiche Shopkonzepte sind voll auf dieses Kaufverhalten abgestimmt und erfüllen so optimal das Kundenbedürfnis. Wanzl hat dabei neue Formate für den Handel entwickelt.



Enzo Vincenzo Prisco
Honorarprofessor und Markenberater

Die Kraft der Marke Raus aus der Vergleichbarkeit - schaffen Sie eine Marke mit Wiedererkennungswert!

Enzo V. Prisco ist für sich eine Marke, die er lebt und verkörpert. Er berät mit seinem Know-how und seiner Kreativität Werbeagenturen und führende Industrieunternehmen beim Einsatz und der Gestaltung von Printmedien und Multimedialen Tools.

Was ist überhaupt eine Marke? Wie entsteht sie, und warum verwenden große Konzerne Millionenbeträge, um eine Marke zu schaffen, zu pflegen, zu relaunchen? Welche beiden Faktoren machen Marken heute erfolgreich? Ist die Marke nur etwas für große Unternehmen oder können auch kleine und mittelständische Unternehmen sich, ihre Leistungen oder ihre Produkte als Marke etablieren?

Enzo V. Prisco präsentiert sein umfangreiches Know-how strukturiert und leicht verständlich. Sein Vortrag ist nie gleich und immer spannend und ist daher ein krönender Abschluss für den diesjährigen Zukunftsdialo

VORSTELLUNG DER START UPS



Matthias Koppenborg

Appointrix
Vor-Ort-Service! Unterstützt durch intelligente Software

Bringen Sie Ihre Dienstleistung effizient zum Kunden. Mit unserer Softwarelösung spezifizieren und planen Sie Servicetermine bei Ihren Endkunden. Terminvorschläge für die Erbringung der Dienstleistung erfolgen dabei logistikoptimiert, sodass Ihre Fahrtstrecken minimiert werden. Der Endkunde wird dabei stets automatisch über seine Dienstleistung und den aktuellen Status benachrichtigt.

Philipp Behrends

Geospin
Wie Sie zum Platzhirsch im besten Revier der Stadt werden



Ein guter Laden-Standort ist Gold wert. Doch neben Lage, Mietpreis und Verfügbarkeit beeinflussen eine Vielzahl weiterer Faktoren den potentiellen Umsatz. Geospin hat mit über 800 Geodatenquellen ein digitales Abbild der Stadt geschaffen. Das Freiburger Tech-Start-Up setzt auf künstliche Intelligenz, um die versteckten Zusammenhänge im Dickicht der Einflussfaktoren zu erkennen. Mit den resultierenden Geoprogno

sen lassen sich treffsicher Umsätze für mögliche Ladenstandorte prognostizieren.



Ludwig Schmid

Knitterknecht und Faltenfee KF-GbR
Klassisch, sauber, faltenfrei.

Nicht selten sind ganz normale Alltagsprobleme die Initialzündung für eine neue Geschäftsidee. So ist es auch bei „Faltenfee“ und „Knitterknecht“, Textilsprays, die Knitter in Hemden und Blusen bekämpfen. Meist macht aber schon die Fahrt ins Büro die Ergebnisse mühsamer Bügelarbeit zunichte. Wenn man die blöden Falten einfach wegsprühen könnte, wäre das die Lösung.

MODERATOR



Jens Gräber

Redakteur beim Handelsjournal

Als Wirtschaftsmagazin für den Handel bietet das handelsjournal seinen Leserinnen und Lesern unverzichtbare Orientierungshilfe in einem dynamisch sich verändernden Markt - aktuell und analytisch, unterhaltsam und inspirierend, vielschichtig und crossmedial. Als Kooperationsmedium der Handelsblatt Media Group und des Handelsverbandes Deutschland (HDE) berichtet das handelsjournal über alles, was die Branche bewegt. Ob wichtige Markttrends, erfolgreiche Unternehmen, spannende Geschäftsmodelle, technologische Herausforderungen oder politische Rahmenbedingungen: Im handelsjournal erfahren Unternehmer und Entscheider nicht nur was sie für ihren beruflichen Alltag wissen müssen, sondern auch, was morgen und übermorgen aktuell sein wird – sorgfältig recherchiert und aufbereitet von einem Team erfahrener Wirtschaftsjournalisten der Handelsblatt Media Group.

IMPRESSIONEN

Zukunftsdialog Handel 2018



PROGRAMM

- 11:00 Begrüßung der Teilnehmer
Jens Gräber, Moderation
Anja Roth, Bereichsleiterin Interessenvertretung, BWGV
Hermann Hutter, Präsident HBW
- 11:30 blocher partners - **Anja Pangerl**, Partnerin bei blocher partners
The Future of Retail
- 12:00 RIANI GmbH - **Mona Buckenmaier**, Senior Business Development Manager
Next Generation RIANISTA - die nächste Stufe der Digitalisierung von RIANI
- 12:30 Mittagspause / Business-Speed-Dating
- 14:00 Möbelhaus Schmid GmbH - **Stefan Schmid**, Geschäftsführer
Möbel dein Leben auf - Wie ein Möbelhaus seine Komfortzone verlässt
- 14:30 Wanzl Metallwarenfabrik GmbH - **Jürgen Frank**, Geschäftsbereichsleiter
Shop Solutions & Leiter Marketing
Das digitale Einkaufserlebnis der Zukunft für den Konsumenten und Händler
- 15:00 Kommunikationspause
- 15:30 Start Up Stage - Drei Start-Ups stellen sich vor mit Ihren innovativen Lösungen
-
Geospin GmbH, **Philipp Behrends**
Wie Sie zum Platzhirsch im besten Revier der Stadt werden
-
Appointrix, **Matthias Koppenborg**
Vor-Ort-Service! Unterstützt durch intelligente Software
-
Knitterknecht und Faltenfee KF-GbR, **Ludwig Schmid**
Klassisch, sauber, faltenfrei.
- 16:00 EVP - **Enzo Vincenzo Prisco**
Die Kraft der Marke
Raus aus der Vergleichbarkeit - schaffen Sie eine Marke mit Wiedererkennungswert!
- 17:00 Ende der Veranstaltung

Moderation: **Jens Gräber**



ANMELDUNG

Per Fax an: **0711 6486424** oder im Internet unter: **www.handel-scout.de**
Ich/wir melde/n mich/uns zur Veranstaltung am 21. Oktober 2019 an:

Teilnahme am „Zukunftsdialog Handel“.

*Regulärer Eintrittspreis für Nichtmitglieder 200,- € zzgl. MwSt.
Für Mitglieder des Handelsverbandes kostenfrei.*

Unternehmen	
Name 1	Position
Name 2	Position
Telefon	Telefax
E-Mail (für nachträgliche Informationen)	
Straße	
PLZ/Ort	
Unterschrift	Firmenstempel

Veranstaltungsort:

Navigationsadresse

GENO-Haus Stuttgart
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart
T: 0711 220095-3471
www.geno-haus.de

Kostenloses Parken in der
Tiefgarage des GENO-Hauses.

Anreise mit dem Auto:

Das GENO-Haus liegt direkt an der
Bundesstraße 27 (Heilbronner Straße).

Anreise mit Bahn / Bus:

Mit den Stadtbahnlinien U5, U6, U7 oder U15
vom Hauptbahnhof aus stadtauswärts Richtung
Mönchfeld, Gerlingen, Killesberg oder Stammheim,
(Haltestelle Stadtbibliothek).
Mit der Buslinie 44 (Haltestelle Stadtbibliothek).

Datenschutzhinweis

Im Rahmen der Anmeldung angegebene personenbezogene Daten, insbesondere Name und Vorname sowie die Firmenanschrift werden zum Zwecke der Organisation und Durchführung der Veranstaltung erhoben und gespeichert (Art 6 Abs. 1 S. 1 b DSGVO). Foto- und Filmaufnahmen von der Veranstaltung werden für die Zwecke der Berichterstattung und des Marketings verwertet und dazu im Nachgang in diversen Medien, wie sozialen Medien, Internet/Webseite sowie Pressemitteilungen, Newsletter, Broschüren, Printprodukten etc. erstellt und veröffentlicht (Art 6 Abs. 1 S. 1 f DSGVO, da wir ein berechtigtes Interesse an unserer Öffentlichkeitsarbeit haben).

Die Daten, der von Ihnen angemeldeten Begleitperson, werden ebenfalls zum Zwecke der Durchführung und Organisation der Veranstaltung gespeichert (Art. 6 Abs. 1 S. 1 b DSGVO) sowie zu Marketingzwecken und Zwecken der Öffentlichkeitsarbeit (Art. 6 Abs. 1 S. 1 f DSGVO). Der Anmeldende erklärt insoweit, dass er die Informationen zum Datenschutz der Begleitperson zugänglich macht.

Hinweise wie die Daten verarbeitet werden, sowie zu den Ihnen zustehenden Rechten sowie der Postadresse unseres Datenschutzbeauftragten entnehmen Sie bitte unserer Datenschutzerklärung unter <https://badenwuerttemberg.einzelhandel.de/de/pl-datenschutz/veranstaltung-1058.html>. Unseren Datenschutzbeauftragten erreichen Sie auch unter folberth@wdih.de. Der Verarbeitung der Daten nach Art 6 Abs. 1 S. 1 f DSGVO können Sie jederzeit widersprechen. Der Widerspruch kann formlos an unsere Postadresse oder per E-Mail an info@hv-bw.de erfolgen.

Informationen unter:

Handelsverband
Baden-Württemberg e. V.
Jelena Dragas
Neue Weinsteige 44
70180 Stuttgart
T: 0711 64864-26
F: 0711 64864-24
dragas@hv-wuerttemberg.de
www.handel-scout.de