



IV. STRATEGIEFORUM HANDEL – 4. JUNI 2013 –

Mit neuen Strategien
zu Wachstum und Rentabilität



Ulrich Eggert



Prof. Dr. Andreas Kaapke

Dienstag, 4. Juni 2013

Eine Veranstaltung von

Ulrich Eggert

Ulrich Eggert Consulting.Köln

zusammen mit

Prof. Dr. Andreas Kaapke

Prof. Kaapke Projekte / Duale Hochschule Stuttgart

IV. STRATEGIEFORUM HANDEL 2013

Sehr geehrte Damen und Herren,

in 2011 sind wir, **Ulrich Eggert** von der Ulrich Eggert Consulting, Köln, und **Prof. Dr. Andreas Kaapke**, Prof. Kaapke Projekte / Duale Hochschule Stuttgart, erstmalig gemeinsam als Veranstalter und Referenten des Strategieforums Handel aufgetreten.

Wir freuen uns, Sie heute erneut gemeinsam einladen zu können, und zwar zum nunmehr

IV. STRATEGIEFORUM HANDEL 2013 am Dienstag, den 4. Juni 2013 in Köln.

In einer Tages-Veranstaltung stellen wir für Sie insbesondere die

- strategischen Handlungsalternativen
- auf der Basis kurz gehaltener Analysen in den Vordergrund

und präsentieren Ihnen mit einer Fülle von Materialien als Referenten und Moderatoren im Wechsel Antworten auf die Fragen:

- Welche Strategien können dem Handel auch in Zeiten eher schwacher Binnenkonjunktur Wachstum bringen? Die Bedeutung von Formaten und Geschäftsmodellen.
- Was bewirken CSR (Corporate Social Responsibility) und nachhaltige Strategie-Ansätze? Welche Risiken verbergen sich dahinter?
- Welche Chancen bieten Premium und Luxus? Welche Vertriebsansätze sind dabei vielversprechend?
- Wie lässt sich mit Dienstleistungen und Service Geld verdienen?
- Wie, mit welchen Methoden und wo lassen sich in Handel und Vertrieb die Kosten optimieren, kurz- und langfristig?
- Welche Ansatzpunkte ermöglichen eine Sortimentsoptimierung vor dem Hintergrund von Kosten, Vertikalisierung und Internet? Die Rolle der Categories.

Das Konzept von Vortrag und Moderation im Wechsel ermöglicht es uns, verstärkt mit Ihnen **offen zu diskutieren** und nicht nur zu referieren! Wir versprechen Ihnen auf der Basis von zusammen über 50-jähriger Erfahrung für und mit dem Handel einen mehr als interessanten Tag. Alle über 350 Charts stehen Ihnen nach der Tagung kostenlos und vollständig per Download zur Verfügung!

- ▶ Der Veranstaltungsort, ein Kölner Hotel der gehobenen Kategorie, wird erst im Frühjahr festgelegt, Sie werden spätestens 6 Wochen vor der Tagung darüber informiert.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch und heißen Sie in Köln bereits jetzt herzlich willkommen!
Für heute verbleiben wir mit den besten Grüßen aus Köln und Stuttgart



Ulrich Eggert
Ulrich Eggert Consulting.Köln



Prof. Dr. Andreas Kaapke
Prof. Kaapke Projekte/Duale Hochschule Stuttgart

- ▶ Beachten Sie im Coupon die **Subskriptionsfrist!**
- ▶ Es werden über **350 Charts** während der Veranstaltung eingesetzt und allen Teilnehmern im Anschluss an die Veranstaltung kostenlos elektronisch zur Verfügung gestellt.

PROGRAMM

(Änderungen vorbehalten)

Die Moderation erfolgt im gegenseitigen Wechsel der beiden Referenten.

- ab **9.00 Uhr:** Einlass und Begrüßungsgetränke
- 10.00 Uhr:** **BEGRÜSSUNG DURCH DIE VERANSTALTER / REFERENTEN**
- 10.15 Uhr:** **WACHSTUMSSTRATEGIEN FÜR DEN HANDEL**
Ulrich Eggert
Eine neue Betriebsausrichtung ist gefragt | Vertriebs- statt Warenorientierung | Zusammenarbeit mit den Lieferanten durch vertikale Ansätze und Flächenpartnerschaften | Neue Angebote durch Differenzierung des Althergebrachten | Nutzen statt Besitzen | Nahversorgungskonzepte | Vielseitigkeit durch Internet | Mit Emotionalisierung zum „Life-Style“ | Durch Outsourcing zur Konzentration auf das Wesentliche: den Kunden | Neue Zielgruppen: Migranten und Singles - die jungen Alten und deren Wünsche | Die „richtige“ Preispolitik
- 11.15 Uhr:** **NACHHALTIGKEITSSTRATEGIEN**
Andreas Kaapke
Was wird alles unter Nachhaltigkeit verstanden? | Wie kann man die bestehende Unternehmensstrategie mit dem Thema Nachhaltigkeit unterfüttern? | Best-Practice-Beispiele aus dem Handel | Wie kommuniziert man Nachhaltigkeit? | Welche Rahmenbedingungen beflügeln das Thema Nachhaltigkeit? | Welche Risiken stecken in CSR-Ansätzen? | Welche Konsumentengruppen werden durch CSR und Nachhaltigkeit angesprochen?
- 12.10 Uhr:** **KURZE KAFFEPAUSE**
- 12.25 Uhr:** **LUXUS: MÄRKTE & VERTRIEB 2020/25**
Ulrich Eggert
Vom Statussymbol zum Bildungsgut: der Zusammenhang von Luxus, Ästhetik, Bildung und Emotion | Vom „einfachen“ Produkt über „Neue Mitte“ und Premium zum Luxus | Der Faktor MARKE im Luxusgeschäft | Die Käufer der Luxusgüter: Strukturen, ihr Denken und Handeln | Die differenzierte Marktstruktur: Potenziale und Prognosen nach über 20 Segmenten | Preispsychologie – Preiskenntnis und Preiswahrnehmung | Moderne Vertriebsansätze für die Luxusmärkte von Morgen
- 13.15 Uhr:** **MITTAGSPAUSE** – für Ihr leibliches Wohl ist gesorgt
- 14.00 Uhr:** **DIENSTLEISTUNGEN UND SERVICES**
Andreas Kaapke
Gibt es einen spezifischen Bedarf nach Dienstleistungen und Services? | Welche Arten von Dienstleistungen lassen sich für Handelsunternehmen unterscheiden? | Welchen Preis muss man für Dienstleistungen verlangen? Muss ein Preis verlangt werden? | Welche Konsumentengruppen sprechen besonders stark auf Dienstleistungen an? | Welche Art von Kommunikation ist für Dienstleistungen und Services besonders hilfreich? | Welche Probleme können mit Dienstleistungen und Services einhergehen (Nachahmer, Selbstverständlichkeiten)?
- 15.00 Uhr:** **KOSTENSENKEN – ABER MIT SYSTEM**
Ulrich Eggert
Methoden, Instrumente und Verfahren zur Kostensenkung | Langfristig-strategische Ansätze zur Kostensenkung durch Unternehmensoptimierung | Prozessoptimierung und Restrukturierungsüberlegungen | Kooperative Ansätze | Kosten sparen im Detail: wo? Wie? Direkte kurzfristig-taktische Detail-Überlegungen nach Geschäftsbereichen | Sofort-Maßnahmen; Sanierungsüberlegungen | Risikomanagement und Controlling
- 16.00 Uhr:** **Kurze Kaffeepause**
- 16.20 Uhr:** **SORTIMENTSPOLITISCHE STRATEGIEN**
Andreas Kaapke
Welche sortimentspolitische Alternativen hat ein Handelsunternehmen? | Wie sind Sortimentsbreite, -tiefe, -mächtigkeit und -lage strategisch zu definieren? | Welche Gefahren drohen bei zu kleinen und bei zu großen Sortimenten? | Welche Category-Rollen sollen welchen Sortimentsteilen zukommen? | Wie sollten sich Categories im Gesamtsortiment verteilen? | Wie fügt sich die Sortimentspolitik in das Marketing-Mix des Handelsunternehmens?
- ca. 17.15 Uhr:** **ABSCHLUSS UND ENDE DER VERANSTALTUNG**

Änderungen des Programms in Einzelfällen vorbehalten. Bei mangelnder Teilnahme behält sich der Veranstalter das Recht auf Absage vor. In der Teilnahmegebühr – vgl. Coupon – sind Vortragsunterlagen, alkoholfreie Tagungsgetränke, das **Mittagessen** sowie Kaffeepause und Begrüßungsgetränke zum Beginn der Veranstaltung enthalten.

Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine **Bestätigung und Rechnung**. Einlass zum Forum wird nur gewährt, wenn Ihre **Zahlung vor Beginn der Veranstaltung** auf dem Ihnen in der Rechnung genannten Konto eingegangen ist.

Bei Absagen nach dem 17. Mai 2013 oder auch bei Nicht-Erscheinen ist die gesamte Tagungsgebühr fällig. Eine **Vertretung angemeldeter Teilnehmer** durch andere Personen ist jederzeit möglich, wir bitten jedoch um frühestmögliche Änderungsanzeige.

AUFTRAGSCOUPON

ULRICH EGGERT CONSULTING.Köln

Ulrich Eggert
An der Ronne 238
50859 Köln

 **Telefax: 02234 9 48 95 33** 
Telefon: 02234 94 39 37
E-Mail: mail@ulricheggert.de
Internet: www.ulricheggert.de

IV. STRATEGIEFORUM HANDEL 2013

- Ja, ich melde mich für 685,-- € plus MwSt. verbindlich zum **IV. STRATEGIEFORUM HANDEL** (Veranstalter Ulrich Eggert Consulting, Köln, zusammen mit Prof. Dr. Andreas Kaapke) am **Dienstag, den 4. Juni 2013** in Köln an.

Vor- und Zuname:

Firma:

Abteilung/Stellung:

Straße:

PLZ + Ort:

Telefon:

Telefax:

E-Mail:

Der Rechnungsbetrag ist **abzugsfrei** nach Lieferung und Rechnungserhalt **sofort** fällig.

- Ich nutze den **Frühbucherrabatt** und spare **140,- € pro Person** bei Anmeldung bis zum **22. April 2013**.

- Ich melde verbindlich ____ weitere Person(en) aus unserem Unternehmen an. Jeder dieser zusätzlichen Teilnehmer erhält einen **Nachlass von 100,- €**, unabhängig von vorgenanntem Frühbucherrabatt. Das sind die Personen:

① _____

② _____

③ _____

Ich habe die Anmeldeinformationen in diesem Prospekt zur Kenntnis genommen.

Datum

Unterschrift (eine Unterschrift für alle)

Der Veranstalter behält sich Referenten- und/oder Themen- bzw. Inhaltsänderungen, auch eine Absage der Veranstaltung, aus gegebenem Anlass vor.