



ZENTRALVERBAND
GEWERBLICHER
VERBUNDGRUPPEN E.V.

TAGESORDNUNG

**der Sitzung „Kooperatives Marketing“
am 14. und 15. Juli 2010
bei der EURONICS Deutschland eG, Ditzingen (D)**

14. Juli 2010

- 14.00 h** **Begrüßung und Unternehmensportrait der EURONICS Deutschland sowie der EURONICS INTERNATIONAL Ltd.**
- Referent: Volkhard Becker, Leiter Marketing
EURONICS Deutschland eG, Ditzingen.*
- 14.30 h** **Die Markenumstellung bei der EURONICS: Neuer Auftritt für Fachgeschäfte und Fachmärkte**
- Referent: Volkhard Becker, Leiter Marketing
EURONICS Deutschland eG, Ditzingen.*
- 15.15 h** **Kaffeepause**
- 15.30 h** **Kostenmanagement und –senkung im Marketing:
Erfolgreiche Kostensenkungsprojekte im Kooperativen Marketing**
- Vorstellung der KIS Experten
 - professionelle Lösungen zur Kostensenkung für professionelle Marketingmanager?
 - Einsatzmöglichkeiten externer Consultants zur Effizienzsteigerung
 - Praxisbeispiele von erfolgreichen Kostensenkungsprojekten im Marketing
 - Konsequenzen / Fazit
- Referenten: Herbert Gumpp, Albert Paul,
Geschäftsführer KIS GmbH, Wiesbaden*
- Anschließend: Fragen und Diskussion der Teilnehmer*
- 16.30 h** **Standortplanung und Expansionsmanagement bei der INTERSPORT – Optimale Instrumente zur Standort-optimierung und -expansion von kooperierten Unternehmen**

- Expansionsmanagement bei der INTERSPORT
- Instrumente zur Standortoptimierung und –planung

Referent: Thomas Römer, Bereichsleiter Mitgliederbetreuung, INTERSPORT Deutschland eG

Anschließend: Fragen und Diskussion der Teilnehmer

17.30 h Aktuelle Entwicklungen in der Kooperationsszene und Tischarmfrage zu den Neuigkeiten aus den Verbundgruppen

19.30 h Gemeinsames Abendessen

15. Juli 2010

**09.00 h Brand Value – Markenbewertung für Verbundgruppen:
Welchen Beitrag steuert das Marketing zum Unternehmenswert bei?**

- Das Unternehmen BRANDSTOCK
- Ansätze zur Ermittlung von Brand Value
- Brand Value in Handelsunternehmen / bei Kooperationen
- Fallstudie: Markenbewertung in der Praxis

Referent: Dr. Volker Spitz, BRANDSTOCK, München

Anschließend Fragen und Diskussion der Teilnehmer

10.30 h Kaffeepause

11.00 h Local Branding im Handel zur besseren Profilierung und Verankerung der Mitgliedsunternehmen als Marke „vor Ort“

- Was ist Local Branding
- Die Vorteile der Verknüpfung von regionalen und überregionalen Marketingansätzen
- Vorstellung der marcapo –The Local Branding People
- Fallstudien: Instrumente des Local Branding in verschiedenen Branchen des kooperierten Handels und bei vertikal orientierten Herstellerunternehmen

Referent: Jürgen Ruckdeschel, Geschäftsführer marcapo GmbH, Ebern

Anschließend Fragen und Diskussion der Teilnehmer

13.00 h Verschiedenes / Veranstaltungshinweise

13.15 h Mittagsimbiss

14.00 h Ende der Veranstaltung