

ANMELDUNG

FAX: 0221/943607-79,

Online-Anmeldung: www.faszinationhandel.com

Hiermit melde ich mich verbindlich zu der IFH-Veranstaltung „Faszination Handel“ am 29. September 2011 in den Räumen der Universität zu Köln an.

UNTERNEHMEN

PLZ / ORT

STRASSE

NAME / VORNAME / TITEL

TELEFON

E-MAIL

NAME / VORNAME / TITEL DER BEGLEITPERSON

☐ Ich bin Mitglied der Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln e.V.

Bitte senden Sie das vorliegende Anmeldeformular bis spätestens zum **24. September 2011** per E-Mail, Fax oder Post an:

Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln e.V.
Dürener Str. 401b
50858 Köln

FAX: 0221/943607-79

Online-Anmeldung unter
www.faszinationhandel.com



Wo?

Universität zu Köln
Neuer Senatssaal
Albertus-Magnus-Platz
50923 Köln

Weitere Informationen zur Anfahrt und eine detaillierte Wegbeschreibung finden Sie auf der Website zur Veranstaltung unter:

www.faszinationhandel.com

Haben Sie Fragen?

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen rund um die Anmeldung und Teilnahme:



Dipl.- Kff. Barbara Unterbusch
Projektmanagerin

Tel. 0221/ 943 607-67
Fax 0221/ 943 607-99
b.unterbusch@ifhkoeln.de

Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln e. V.
Dürener Str. 401 b
D-50858 Köln



Faszination Handel

2011

Impulse aus
Wissenschaft
und Praxis

29. SEPTEMBER 2011, 14.00 - 17.45 UHR
UNIVERSITÄT ZU KÖLN, ALTER SENATSSAAL



FASZINATION HANDEL
IMPULSE AUS WISSENSCHAFT
UND PRAXIS | 29.09.2011

Das Programm

14:00 Begrüßung durch den Direktor des IFH

Prof. Dr. Werner Reinartz

(Direktor der Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln und Inhaber des Lehrstuhls für Handel und Kundenmanagement an der Universität zu Köln)

14:15 Multi-Channel: Kein Handel ohne Internet?!

Dipl.-Wirt.-Inf. Andreas Duscha

(Leiter des Bereiches ECC Handel an der IfH Institut für Handelsforschung GmbH)

Seit 2002 untersucht das ECC Handel am Institut für Handelsforschung das Multi-Channel Verhalten von Konsumenten. Die aktuelle Studie zeigt deutlicher als je zuvor - das Internet ist für den stationären Handel von überlebenswichtiger Bedeutung. Herr Duscha spricht über kanalübergreifendes Informations- und Kaufverhalten und die Rolle von stationärem Handel, Internet, Smartphones & Co.

15:00 Arbeitgeber Handel: High Potential oder schwer vermittelbar?

Prof. Dr. Werner Reinartz

Dipl.-Psych. Bettina Willmann

(Leiterin des Bereiches Forschung & Konzepte der IfH Institut für Handelsforschung GmbH)

„Die Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital!“ Seit Jahrzehnten darf dieser Leitsatz in kaum einer Rede eines Vorstandsvorsitzenden fehlen. Zwar sieht die Realität häufig anders aus, die gelebte Philosophie wird jedoch mehr denn je zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Dies ist zum einen auf veränderte Anforderungen der Märkte, zum anderen auf den demografischen Wandel zurückzuführen. Die Referenten thematisieren das Image des Handels als Arbeitgeber im Spiegel seiner Stakeholder - Schüler, Absolventen, Mitarbeiter, Konsumenten - und sein Selbstbild.

15:45 Kaffeepause

16:15 Social Media: Gefällt mir!

Kundenmeinung unplugged

Boris Hedde

(Geschäftsführer der IfH Institut für Handelsforschung GmbH)

Was denkt mein Kunde über mich? Für den Einzelhandel ist die Kommunikation mit den Konsumenten eine der Schlüsselvariablen für erfolgreiche Kundenbeziehungen und somit Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg. Der zunehmende Austausch von Meinungen, Informationen und Erfahrungen durch Konsumenten in sozialen Netzwerken, Foren und Blogs kann Unternehmen dabei als „Thermometer“ der Kundenmeinung wertvolle, unzensierte Consumer Insights liefern. Boris Hedde zeigt anhand realer Analyseergebnisse Chancen und Risiken von Social Media für den Handel auf.

17:00 Podiumsdiskussion - Private Labels: Must Have oder USP?

Für Groß und Klein - Sind Handelsmarken eine Option für den Mittelstand? Nicht nur FMCG - Wann sind Private Label Strategien auch in anderen Branchen Erfolg versprechend? Gewinn oder Loyalität - Welche Ziele verfolgen Unternehmen mit dem Angebot von Handelsmarken? Kalkül oder Bauchgefühl - Wie werden Entscheidungen getroffen? Must Have oder USP - Handelsmarken und Positionierungsalternativen als Differenzierungsmerkmal? Diesen und weiteren Fragen aus dem Themenfeld Handelsmarken widmen sich die Teilnehmer der abschließenden Podiumsdiskussion.

ab 17:45 Get Together

Die Veranstaltung

Der Handel ist eine extrem dynamische Branche. Unternehmen sind gefordert, sich an sich ständig ändernde wirtschaftliche, juristische und technologische Rahmenbedingungen einerseits, aber auch an Veränderungen der Konsumentenansforderungen und der Aktivitäten des Wettbewerbs andererseits, anzupassen. Dabei bieten sich einem Unternehmen zahlreiche Stellschrauben, die im Sinne eines optimalen Zusammenspiels **zukunftsorientierte strategische und operative Entscheidungen** erfordern.

Die Vorträge im Rahmen der **4. Veranstaltung „Faszination Handel“ am 29. September 2011 in Köln** bilden einen Ausschnitt aus der Vielschichtigkeit des Handels in Wissenschaft und Praxis ab und vermitteln wissenschaftliche Hintergründe ebenso wie **Impulse für innovative Ideen und Konzepte**.

Teilnahme

Veranstaltungsteilnahme	249,00€
Jede weitere Begleitperson	199,00€
Frühbucheypreis	149,00€
Jede weitere Begleitperson	99,00€
(bei Anmeldung bis zum 15. August 2011)	
Mitglieder der Gesellschaft zur Förderung des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln	kostenfrei

