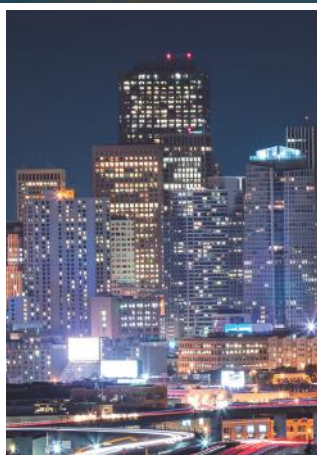


Retail Studien Roadshow **ins Silicon Valley** 23.-28. September 2017

Anmeldeschluss: 31.01.2017

Digital meets innovation

Erleben Sie hautnah den weltweit wichtigsten IT- und Hightechstandort und die direkten Auswirkungen auf den Handel – Werfen Sie einen Blick in die Zukunft!



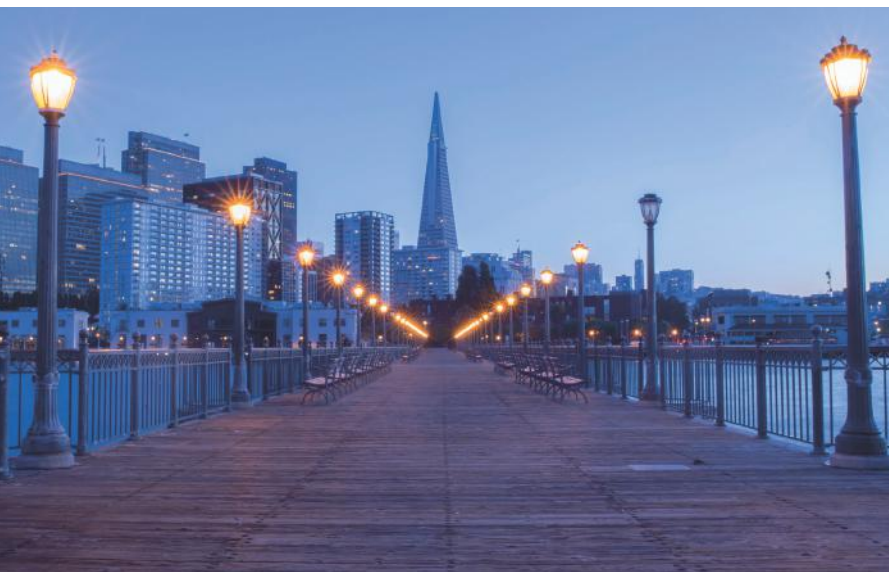
Eine Veranstaltung von:



In Kooperation mit:

DER MITTELSTANDSVERBUND



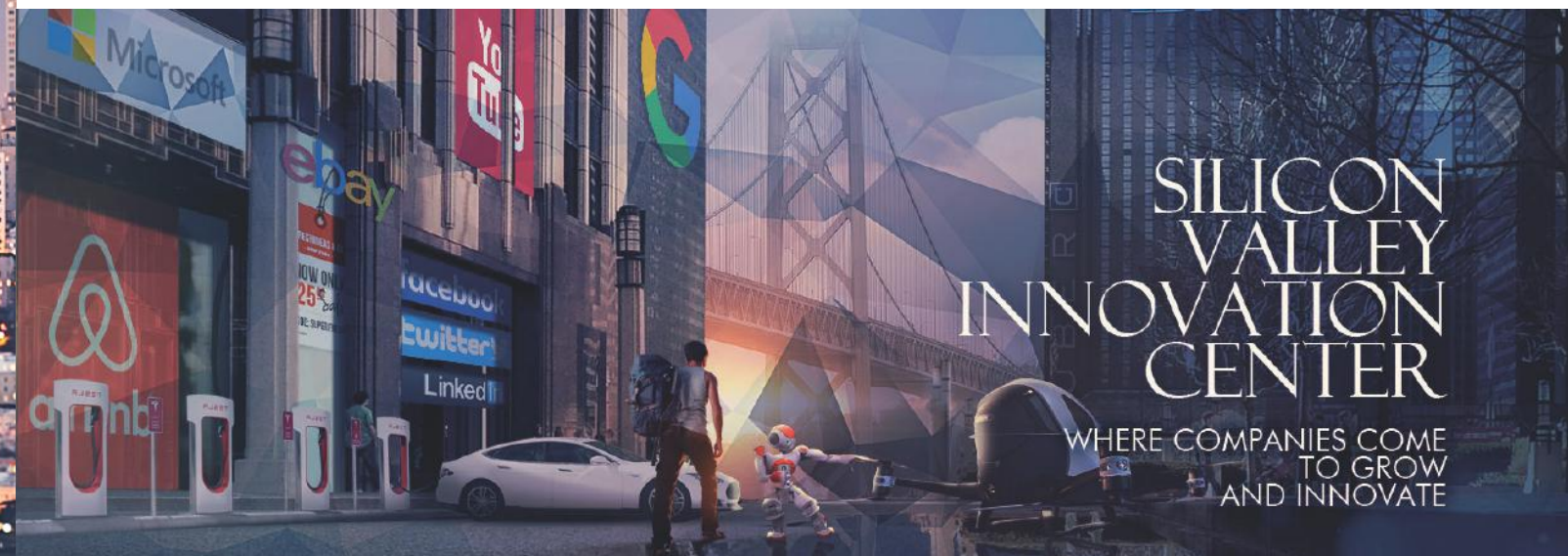


Das Silicon Valley ist bekannt für seine innovative Hightech-Lösungen in der IT-Industrie. Kein Industriestandort ist so schnelllebig und nah am Trend der Zeit wie das Silicon Valley. Wer sich im Silicon Valley behaupten kann, bringt Innovationsgeist, Unternehmertum, Nachhaltigkeit in der Entwicklung und das Gespür für den gesellschaftlichen Wandel mit.

Mit unserer Retail Studien-Roadshow folgen wir diesen Herausforderungen:

- Erleben Sie hautnah, was „Internet of Things“ bedeutet und wie es in Zukunft nicht nur den Handel, sondern auch das tägliche Leben verändern wird.
- Eine erfolgreiche „Digital-Strategy“ setzt Markt- und Kundenkenntnisse voraus. Lernen Sie vor Ort die neuesten Ladenkonzepte kennen, die erfolgreich ihre Digital Marketing-Strategie auf den Konsumenten ausrichten.
- Wie die Förderung von Innovationsgeist professionalisiert wird, zeigt uns das Silicon Valley Innovation Center. Die Förderung von Ideen und Start-up Unternehmen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor in dieser Hightech-Schmiede.
- Erfolgreiche Start-ups bringen neben der Idee auch Unternehmertum mit: Nur so gelingt das Anwerben von Kapital und Umsetzen von Marktstrategien. Welche Finanzierungsmöglichkeiten bestehen, sowie deren Chancen und Risiken, diskutieren wir zusammen mit Experten vor Ort.
- Nachhaltigkeit in der Entwicklung kann man nicht ohne die besten verfügbaren Mitarbeiter erreichen. Wir gehen der Frage auf den Grund, wie das Zusammenspiel zwischen Recruiting und den lokal ansässigen Unternehmen funktioniert.

Die Retail Studien-Roadshow bietet Ihnen einen interaktiven Austausch mit Top-Managern und Gründern des Silicon Valley. Dabei stehen neueste Trends, Best Practice-Beispiele und das Netzwerken im Fokus unseres Fachprogramms.



Das Programm auf einen Blick

TAG 1:

Ankunft San Francisco

TAG 2:

THEMA:

- Wie wichtig ist eine Digital-Marketing-Strategie für einen nachhaltigen Erfolg im Einzelhandels-geschäft?
- Individualität, der neue Lifestyle der Konsumenten

PRAXISBEZUG:

- Ausgewählte Best Practice- und Innovations-Beispiele
- Retailkonzept des Stadtquartiers „Hayes Valley“

TAG 3:

THEMA:

- Stakeholderanalyse: die Voraussetzung einer erfolgreichen Strategieentwicklung
- Recruiting und Mitarbeiterbindung
- Strategische Szenariobildung: Wie man die nächsten 10 Jahre im Blick haben kann
- Internet of Things: Was die Entwickler voraussagen
- Neue Post-Omnichannel-Konzepte in der Praxis
- Venture Capital und deren Finanzierungsmöglichkeiten

PRAXISBEZUG:

Logitech, Institute of the Future, Intel, B8ta

TAG 4:

THEMA:

- Das Ecosystem Silicon Valley
- Information + Analyse + Kundenverhalten = Umsatzsteigerung
- Erfolgsrezept: Shared Economy

PRAXISBEZUG:

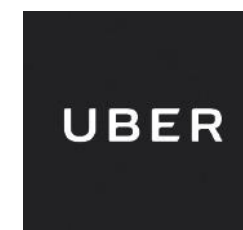
- Silicon Valley Innovation Center
- Retail Next
- Uber

Abreise San Francisco

TAG 5:

Ankunft in Deutschland

logitech®



LOGITECH

Gründung: 1981

Hersteller: Computerzubehör

Umsatz 2015: 2 Mrd. \$

Headquarter: Genf / San Francisco (operative Hauptzentrale)

INSTITUTE OF THE FUTURE

Gründung: 1968

Non-profit Think Tank for strategic scenarios

Headquarter: Palo Alto, Silicon Valley

INTEL

Gründung: 1968

Hersteller: PC-Technologie und Software

Umsatz 2015: 55 Mrd \$

Headquarter: Santa Clara, Silicon Valley

B8TA

Gründung: 2015

(ex Nest-Mitarbeiter)

Neuartiges „Post“-Omnichannel-Retailkonzept

Fundraising 2015: 20 Mio. \$

Headquarter: San Francisco

SILICON VALLEY INNOVATION CENTER

Gründung: 2011

Center to help to better understand disruptive technologies and emerging trends

Headquarter: San Mateo, Silicon Valley

RETAIL NEXT

Gründung: 2007

Weltweiter Marktführer in Retail Analytics for „Brick & Mortar Retailers“

Fundraising 2015: 125 Mio. \$

Headquarter: San Jose, Silicon Valley

UBER

Gründung: 2009

Online-Vermittlungsdienst für Fahrdienstleistungen

Umsatz 2015: 1.5 Mrd. \$

Headquarter: San Francisco



1.TAG:

Anreise

„Digital meets innovation“ ist das Motto unserer Retail Studien-Roadshow.

Wir starten am Vormittag in Düsseldorf und werden San Francisco am späten Nachmittag erreichen. Unser 4-Sterne Hotel liegt zentral am Union Square und lädt am Nachmittag zu einer ersten Erkundung der Stadt auf eigene Faust ein.

Der Abend steht zur freien Verfügung.

2.TAG:

Wie wichtig ist eine Digital-Marketing-Strategie für einen nachhaltigen Erfolg im Einzelhandels-geschäft?

Wir starten am Morgen mit unserem Fachprogramm.

Ausgewählte Best Practice-Beispiele zeigen uns, wie digitale Medien in das Geschäftsmodell integriert und diese auf die jeweiligen Zielgruppen ausrichtet sind.

Wir diskutieren mit den Shop-Managern vor Ort die Herausforderungen, Risiken und Chancen in der Umsetzung von Digital-Marketing-Maßnahmen und stellen kritisch die Frage nach der Erfolgskontrolle.

Individualität, der neue Lifestyle der Konsumenten.

Wir besuchen das Stadtquartier „Hayes Valley“, ein in dieser Form einzigartiger Shoppingdistrikt. Hayes Valley steht für Vielfaltigkeit und Individualität im Einkaufsangebot.

Dort erleben Sie eine durchmischte Geschäftelandschaft von Kunsthandwerk, Mode, Einrichtungsgegenständen, Haushaltswaren, Schmuck sowie Restaurants und Bars.

Hayes Valley ist das Symbol für den gesellschaftlichen Wandel und den sich daraus verändernden Konsumentenwünschen nach mehr

- Individualität
- Lifestyle
- Persönlichkeit

Dieser Zielsetzung folgend gibt es für das Stadtquartier Hayes Valley klare Vorgaben: Nur Einzelhändler mit nicht mehr als 10 Geschäften sind in Hayes Valley willkommen. Filialisierte Unternehmen suchen Sie hier vergeblich!

Bei einem gemeinsamen Abendessen besteht die Möglichkeit der weiteren Diskussion und des Netzwerkens (F/M/A).

3.TAG:

Stakeholderanalyse: die Voraussetzung einer erfolgreichen Strategie-entwicklung.

Der Chief Executive Officer der Logitech Inc., Bracken Darrell, berichtet von der neuen strategischen Ausrichtung und des erfolgreichen Change Managements innerhalb der Logitech-Gruppe. Der gelebte Kulturwandel und die neue strategische Ausrichtung haben Logitech zu einem neuen Wachstumsschub verholfen.

Bracken Darrell ist zudem ein exzellenter Kenner des deutschen und europäischen Einzelhandels. Als ehemaliger Europachef der Marke Braun (P&G) sowie der Whirlpool Inc. verfügt er über Insiderwissen auf beiden Seiten des Atlantiks.

Recruiting und Mitarbeiterbindung.

Der Personalchef der Logitech Inc. schildert aus seiner Insidersicht die Herausforderungen im Kampf um die besten und talentiertesten Mitarbeiter. Dabei gilt es insbesondere, die Ansprüche der kommenden Generationen Y und Z frühzeitig zu berücksichtigen.

Logitech arbeitet bereits heute an neuen Arbeitsformen und –welten, um ein attraktives Beschäftigungspaket für junge Mitarbeiter zu bieten. Das Silicon Valley zeigt uns bereits heute, was in Deutschland noch diskutiert wird: Unternehmen bewerben sich um die besten Mitarbeiter.

Strategische Szenariobildung: Wie man die nächsten 10 Jahre im Blick haben kann.

Wir besuchen das Institute of the Future (Palo Alto), das mit seinen 10-Jahres Prognosen die Grundlage für strategische Entscheidungen legt und lernen vor Ort die Analyse- und Prognoseprogramme des Instituts kennen.

Wir sind bereits heute im Megatrend der Digitalisierung und neuer Arbeitswelten angekommen. Trends, die unser operatives Handeln noch in den nächsten 20- 30 Jahren beeinflussen werden. Wir stellen vor Ort die Frage, welche Veränderungsprozesse die Zukunftsforscher noch erwarten.

Internet of Things: Was die Entwickler voraussagen.

Von der Forschung zur Praxis: Ein Senior Manager der Intel berichtet, welche technischen Veränderungsprozesse er aus der praxisnahen Sicht für den Einzelhandel erwartet:

- Internet of Things (IoT)
- Artificial Intelligence (AI)
- Virtual and Augmented Reality
- Robotics
- Machine Learning
- Big Data

Neue Post-Omnichannel-Konzepte in der Praxis.

Wir besuchen den Flagstore der b8ta und erhalten Hintergrundinformationen zu dem neuartigen Post-Omnichannel-Konzept der b8ta. Der Co-Founder gibt uns in einem exklusiven Gespräch Einblicke in sein Geschäftsmodell, die aktuellen Expansionspläne und die Finanzierungsmöglichkeiten des neuen Einzelhändlers.

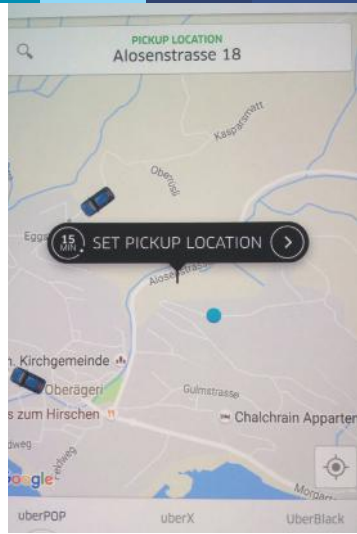
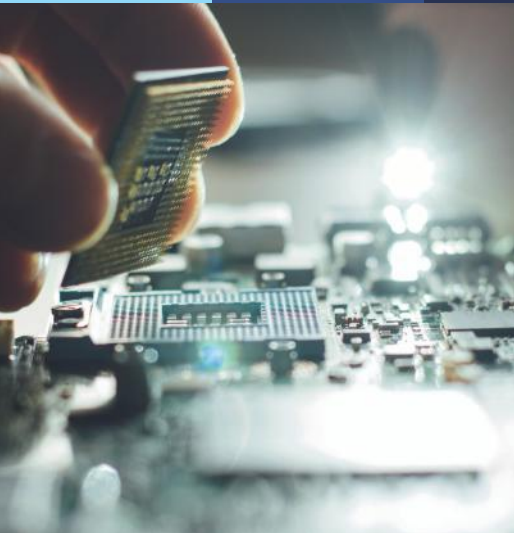
Wir stellen kritisch die Frage, ob diese Entwicklungen bereits von den Zukunftsforschern des Institut of the Future prognostiziert wurden oder eben doch die operativen Opportunitäten das Handeln im Handel bestimmen.

Venture Capital und deren Finanzierungsmöglichkeiten.

Wir kommen zusammen mit einem Venture Capital-Spezialisten, der uns exklusiv die Herangehensweise und den Ablauf einer neuen Investition erläutert und welche Erwartungen an das geförderte Start-up-Unternehmen bestehen. Die Zahlen für 2015 sprechen eine klare Sprache und zeigen deutlich den Unterschied in der Start-up-Szene dies- und jenseits des Atlantiks. Die Investoren haben allein im Silicon Valley im vergangenen Jahr in fast 2.000 Deals insgesamt knapp 34 Mrd. Dollar investiert. Diese Summe repräsentiert 27% des weltweiten Venture Capital. Im Vergleich: In der DACH-Region (Deutschland, Österreich und der Schweiz) wurde im gleichen Zeitraum 3,9 Mrd. Dollar investiert.

Anschließend Rückfahrt nach San Francisco und gemeinsames Abendessen (F/M/A).





4.TAG:

*Das Ecosystem
Silicon Valley.*

Das Ecosystem Silicon Valley ist in dieser Form weltweit einzigartig. Das Silicon Valley ist in erster Linie Technologie und Trend getrieben. Die Einzigartigkeit dieses Ecosystems liegt in der Umsetzungskraft neuer Ideen durch die Zusammenarbeit und Verbindung verschiedener Bereiche.

Wir besuchen das Silicon Valley Innovation Center in Santa Clara, das unter einem Dach Technologiekooperation, Start-ups, F&E-Abteilungen, Business Angels, Venture Capital Investoren, Service Provider, Universitäten und Industriexperten vereint.

Was wir im Silicon Valley lernen: Die Verbindung von Kompetenzen beeinflusst die Zukunft.

*Information + Analyse
+ Kundenverhalten
= Umsatzsteigerung.*

„Wir sind erfolgreich, weil wir unsere Kunden verstehen und mit Ihnen kommunizieren. Unsere Verkäufer sind Shopping-Freunde, die genau den Geschmack ihrer Kunden kennen. Das ist möglich, weil wir Daten zu unseren Kunden sammeln und analysieren.“ (VP Bloomingdales)

Bloomingdale's ist eines der führenden Kaufhäuser in Nordamerika. Bei der Datenanalyse greift Bloomingdale's auf die Lösungen und Kompetenzen von Retail Next zurück.

Die Besonderheit: Echtzeit-Ergebnisse und Analysen.
Der Clou: Die Vernetzung von Systemen und Aktionen.

Wir erhalten einen Einblick in die SaaS Plattform von Retail Next und deren Anwendungsmöglichkeiten.

Über hat bewiesen, wie man mit der intelligenten Nutzung eines „Shared Economy Konzeptes“ etablierte Geschäftszweige innovativ und kundenoptimiert verbessern kann.

Über ist heute weltweit der führende Online-Vermittlungsdienst für Fahrdienstleistungen. Die Vision des Unternehmens bleibt technologiegetrieben: Soeben wurde in Pittsburgh die erste Uber-Test-Flotte eingeführt, die autonom fahren wird.

Über ist ein Vorzeigeunternehmen, wenn es heißt, neue Geschäftsmodelle für bestehende Märkte zu entwickeln.

Über Eats soll den herkömmlichen Essens-Lieferservice revolutionieren.

Über Eats, eine Revolution am Markt, weil die Option der Sofort-Lieferung eines Restaurants der freien Wahl erstmals verfügbar ist. Eine Option, die gestern noch in weiter Ferne schien.

Die USA zeigt, dass es funktioniert. Ein Pilotprojekt in Berlin ist in Planung.

5.TAG:

Abreise

Am Donnerstag Ankunft am frühen Abend in Düsseldorf. Von dort individuelle Heimreise.



Im Reisepreis enthalten:

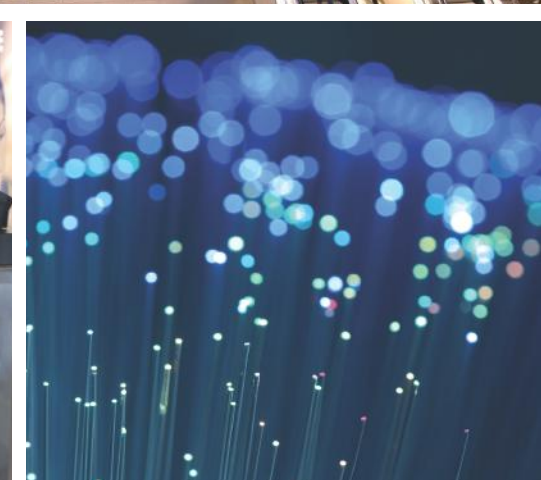
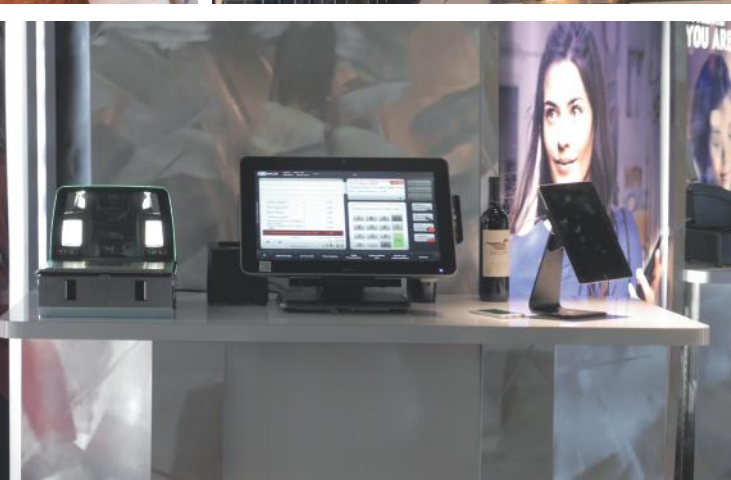
- Flüge (Economy Class) von Düsseldorf nach San Francisco und zurück
- Unterbringung im Vier-Sterne-Hotel im Zentrum von San Francisco
- Fachprogramm*, Mittag- und Abendessen (inkl. Getränkepauschale)
- Transfer in San Francisco und Silicon Valley
- Branchenübergreifendes Zielgruppenprogramm
- Fachvorträge Besichtigungen und Netzwerkmöglichkeiten gemäß Programm
- Sonderpreis (10% Rabatt) für Mitglieder des Mittelstandsverbundes: 4.990€
(Nichtmitglieder: 5.490€)

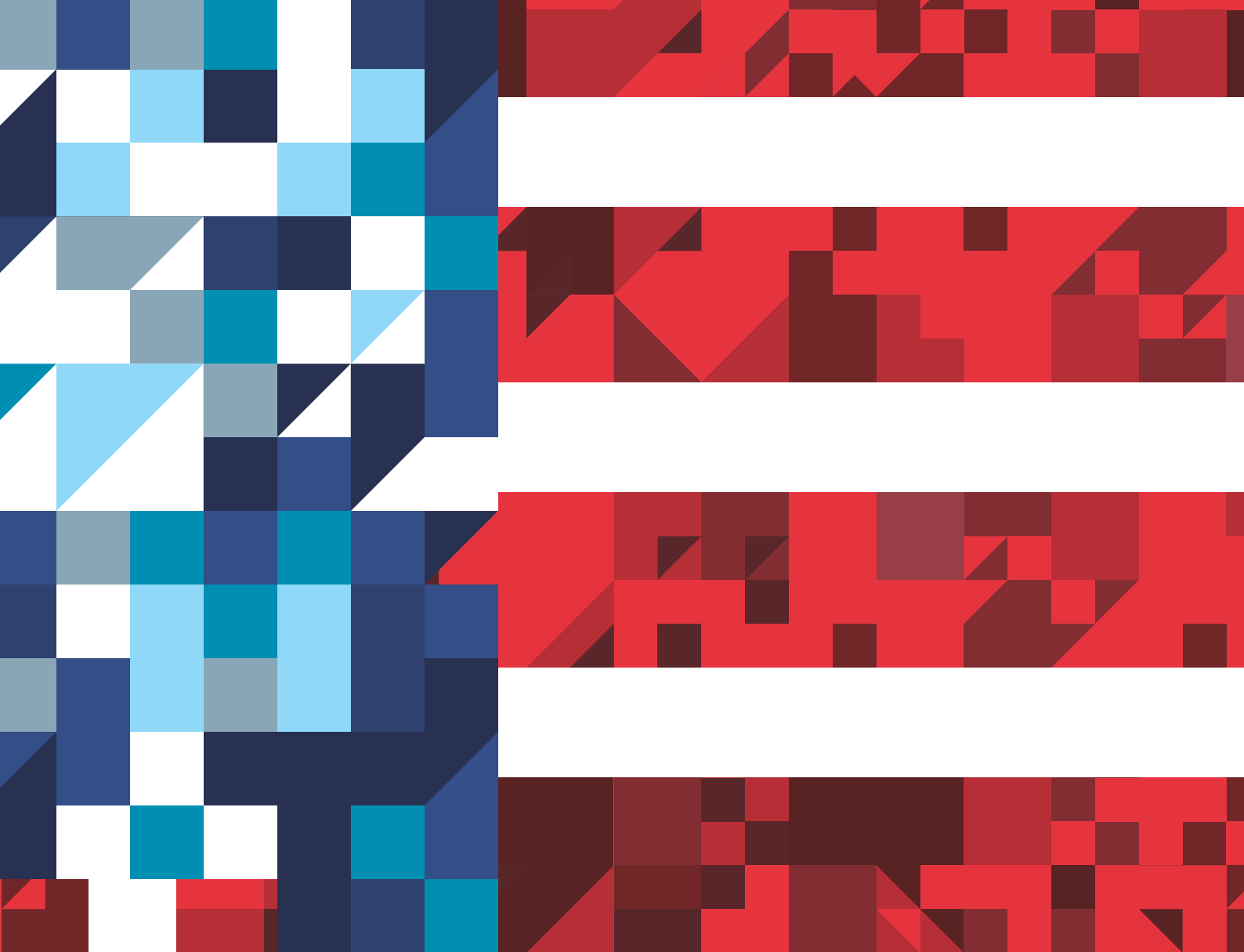
Sonstige Kosten extra. Flug und Hotel können auf Wunsch vom Kunden selbst organisiert werden.

Partnerpreis ohne Fachprogramm*: 1.990€
(Flug, Flughafentransfer, Hotel, Abendessen Tage 2-4)
Mindestteilnehmer Fachprogramm: 15 Personen

Lassen Sie sich diese exklusive Studienreise in die weltweite Ideen- und Hightechschmiede nicht entgehen und melden Sie sich bis spätestens **31. Januar 2017** beim MITTELSTANDSVERBUND mit beiliegendem Formular an. Per Fax an: **030-599099-617**. Oder per Email (mit eingescanntem Anmeldeformular) an: **s.kinne@mittelstandsverbund.de**

*Änderungen vorbehalten





Retail Plus GmbH
Baarerstr. 78
CH-6300 Zug

Phone: +41 (0)41 710 13 62
office@retail-plus.org