

»Wie sag'  
ich's meinem  
Händler?«

THINK TANK

# BR@ND COMMERCE

*Hot-Topic:  
Perspektiven  
von selektivem  
Vertrieb*

**26. AUGUST 2014**

LUFTHANSA TRAININGS & CONFERENCE CENTER SEEHEIM

## SEIEN SIE DABEI, WENN ...

- ... sich Deutschlands Marken-Elite zum Boardmeeting nahe Frankfurt trifft.
- ... namhafte Entscheider der Markenartikel- und Konsumgüterindustrie intime Einblicke in ihre E-Commerce- und E-Branding-Strategien geben.
- ... wir mit Experten über Herausforderungen einer Marke im Spannungsfeld zwischen Vertriebspartnern und Kunden diskutieren.
- ... das attraktive Rahmenprogramm und Formate wie interaktive Round-Table und 4-Augen-Gespräche zum Networking und Austausch mit Gleichgesinnten einladen.

EINE GEMEINSAME VERANSTALTUNG VON

**neuhandeln.de**



**inspirato**  
KONFERENZEN

**1 TAG VOLLER IMPULSE, INSPIRATION UND INTERAKTION – „TAKE A SEAT“**

**INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.**

## FACETTENREICH DAS THEMA

Markenartikler haben den Vertrieb ihrer Produkte bislang überwiegend ihren Handelspartnern überlassen. Viele Hersteller sind nun zunehmend auf der Suche nach der richtigen E-Commerce Strategie, um die eigenen Produkte über das Internet „per Direktvertrieb an Endverbraucher“ zu verkaufen. Ein Plan, der oftmals durch die eigenen Organisations- und Vertriebsstrukturen sowie bestehende Beziehungen zum Fachhandel ausgebremst wird.

Die **Expansion im Onlinehandel** erhöht zugleich die **Risiken der Markenführung**. Vor diesem Hintergrund sind Markenhersteller – Marketing- und Vertriebs-Experten gleichermaßen – mit typischen Fragestellungen konfrontiert: Wie pflege ich bestehende Beziehungen zu Handelspartnern, wenn ich meine Produkte online selbst verkaufe? Unter welchen Voraussetzungen sind Vertriebsbeschränkungen, wie aktuell bei Asics oder adidas, rechtlich zulässig? „Wie sag ich´s meinem Händler?“

Fest steht: Es ist heutzutage fahrlässig, das Internet zu ignorieren. Studien belegen, dass Kunden vor der Kaufentscheidung die Websites ihrer „Lovemarks“ aufsuchen und dort auch einen **Online-Shop** erwarten. Markenartikler können von solchen Trends nur profitieren. Jetzt geht es darum, **bestehende und neue Vertriebskonzepte** sinnvoll miteinander zu verknüpfen.

Als Markenhersteller, der auch im Online-Geschäft abheben möchte, sollten Sie sich diesen neuen Strategietreff daher nicht entgehen lassen!

### Die Top-Themen, u.a.:

- The Power of Brands: Wie eigene Marken-Shops den Umsatz befeuern
- Am Handel führt (k)ein Weg vorbei: Online-Direktvertrieb vs. Offline-Händlernetz
- Amazon, eBay & Co.: Wie man das Markenimage auf Marktplätzen bewahrt
- Omni-Commerce: Wie Traditionsmarken den Spagat meistern
- Der Kampf um Preishoheit und Markenimage: Perspektiven von selektivem Vertrieb
- Näher am Kunden: Interaktive Marken- und Erlebnisswelten als Erfolgsgarant

## ABSOLUT INSPIRIEREND DIE REFERENTEN (U.A.)



**Dr. Markus Irmischer**,  
Head of Corporate  
Brand and Platforms,  
Nestlé Deutschland



**Bernd Kullmann**,  
Brand Ambassador  
(ehem. Geschäftsführer,  
Deuter Sport /  
Schwan-STABILO Gruppe)



**Erik Meierhoff**,  
Chief Strategy Officer,  
Rakuten Deutschland



**Marc Rauschmann**,  
Geschäftsführer,  
Braufactum.de /  
Die Internationale  
Brau-Manufacturen



**Dr. Gerald Schönbacher**,  
Gründer und  
Geschäftsführer,  
Hitmeister



**Andreas Unger**,  
Head of E-Commerce,  
STABILO International

## ATTRAKTIV DIE ZIELGRUPPE

Der Think Tank richtet sich exklusiv an **Entscheidungsträger** aus **Markenartikelindustrie und Handel**, insbesondere aus den Bereichen **Marketing, Vertrieb und E-Commerce**.

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt.

## EVENTPARTNER



### BRAUFACTUM DAS CRAFT BIER

Mit **Braufactum** ist „Die Internationale Brau-Manufacturen GmbH“, eine Tochter der Radeberger Gruppe, Vorreiter für Craft Biere in Deutschland. Die Biere zeichnen sich neben dem außergewöhnlichen Geschmack durch innovative, besondere Brauverfahren und handverlesene Zutaten aus. Elf Eigenkreationen sowie eine Selektion internationaler Partnerbrauereien gehören zum Sortiment.

[www.braufactum.de](http://www.braufactum.de)

## DIE MEDIENPARTNER

digitalbusiness  
Das kostenlose Web-Magazin

e-commerce  
MAGAZIN

@STRATEGY  
Das kostenlose Web-Magazin

@iBusiness  
Zukunftsforschung für interaktives Business

INTERNETHANDEL  
GLEICHER GRÜNDEN - ERFOLGREICH HANDELN

marketing  
BÖRSE  
[www.marketing-boerse.de](http://www.marketing-boerse.de)

ONE@ONE  
DIALOG ÜBER ALLE MEDIEN  
[www.onetoone.de](http://www.onetoone.de)

projektwerk

shopanbieter.de  
Das Portal für den Internethandel

twisper



**Vorsitz und Moderation:**  
Stephan Meixner,  
Herausgeber,  
neuhandeln.de

AB 9.00

## ANREISE & ICEBREAKER BREAKFAST

Die Teilnehmer, Referenten und Partner werden zur Einstimmung auf den Tag mit Kaffee, Tee und Frühstücks-Snacks in entspannter Atmosphäre empfangen, fotografiert und auf einer Pinnwand mit ihren Visitenkarten vorgestellt. Networking leicht gemacht!

9.50 – 10.15

## BEGRÜSSUNG & EINFÜHRUNG IN DAS THEMA

**Brand Commerce: 5 Erfolgsfaktoren für einen nachhaltigen Online-Vertrieb**

Stephan Meixner, Herausgeber, neuhandeln.de

## THE POWER OF BRANDS

*Wie eigene Marken-Shops den Umsatz befeuern*

10.15 – 10.45 BEST PRACTICE

### Vom Hersteller zum Online-Händler: Wie Stabilo den Online-Direktvertrieb erfolgreich durchführt

E-Commerce und Marke. Wie verhält man sich als Marke und Hersteller im B2C-Handel?

Markenhersteller werden nicht über Nacht zum B2C-Händler. Der Weg dorthin erfolgt in Phasen und ist mit einigen Hürden verbunden. Der Referent geht darauf anhand von vielen Praxisbeispielen ein und liefert zudem Argumente zur Vermeidung des Channel-Konflikts mit dem Handel.

Andreas Unger, Head of E-Commerce, STABILO International

IM ANSCHLUSS Q&A

11.00 – 11.30 KOMMUNIKATIVE KAFFEPAUSE

## OMNI-COMMERCE

*Wie Traditionsmarken den Spagat meistern*

11.30 – 12.30 BEST PRACTICES

1) **Der Nestlé Marktplatz – Mehr als nur ein Vertriebskanal**  
Dr. Markus Irmscher, Head of Corporate Brand and Platforms,  
Nestlé Deutschland AG

2) **Innovationspotentiale in einem reifen Markt: BraufactuM's Welt der Craft Biere**  
Dr. Marc Rauschmann, Geschäftsführer,  
Die Internationale Brau-Manufacturen GmbH

3) **Global Brands, global Commerce**  
Internationale Marken und ihre weltweite Commerce Strategie  
Joachim Bader, Vice President Continental Europe, SapientNitro

IM ANSCHLUSS EXPERTENDISKUSSION

Es diskutieren die Referenten der Session

12.30 – 14.00 KOMMUNIKATIONS- UND MITTAGSPAUSE  
SOWIE ZEIT FÜR 4-AUGEN-GESPRÄCHE

## BRAND CLINIC

14.00 – 15.45 INTERAKTIVE EXECUTIVE TABLES ZU THEMEN WIE:

1. **„Wie sag ich 's meinem Händler?“**  
Stephan Meixner, Herausgeber, neuhandeln.de
2. **Wie sich Hersteller vor Markenrechtsverletzungen im E-Commerce schützen**  
Andreas Thieme, Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz, WIENKE & BECKER- Köln
3. **Wie Marken ihre Kunden online begeistern**  
Johannes Altmann, Geschäftsführer, Shoplupe GmbH
4. **Herausforderungen und organisatorische Hürden bei der strategischen Implementierung eines E-Business**  
Malte Polzin, Senior Consultant / Partner, Carpathia Consulting GmbH/CH

15.45 – 16.30 KAFFEE- UND KOMMUNIKATIONSPAUSE  
SOWIE ZEIT FÜR 4-AUGEN-GESPRÄCHE –  
POWERED BY BRAUFACTUM.DE

## PERSPEKTIVEN VON SELEKTIVEM VERTRIEB

16.30 – 17.15 IMPULSREFERAT

### Vertriebskanal Marktplätze – Status quo und Entwicklung weltweit

Onlinemarktplätze wachsen rasant und bilden nach einer BEVH-Studie bereits über 65% des gesamten deutschen eCommerce Marktvolumens ab. Der Beitrag soll aufzeigen, welche Chancen und Herausforderungen mit Marktplätzen verbunden sind. Daneben werden auch internationale Entwicklungen im Bereich der Marktplätze erläutert.

Dr. Gerald Schönbacher, Gründer und Geschäftsführer, Hitmeister GmbH

### FIRESIDE CHAT

„Selektiver Vertrieb – ein Auslaufmodell?“

Der Diskussion mit dem Moderator sowie Publikum stellen sich:

Bernd Kullmann, Geschäftsführer, Schwan-Stabilo Outdoor GmbH / zum Zeitpunkt der Veranstaltung: Brand Ambassador, Deuter Sport GmbH  
„Starke und begehrte Marken müssen nicht auf jedem Marktplatz mitschreien.“

Erik Meierhoff, Chief Strategy Officer, Rakuten Deutschland GmbH

„Der Verkauf über Onlinemarktplätze kann Fluch und Segen zugleich sein, denn Anbieter ist nicht gleich Anbieter. Gerade die Möglichkeiten der Warenpräsentation kommen hier oft zu kurz, obwohl diese ausschlaggebend für oder wider eine Kaufentscheidung und von grundlegender Bedeutung für das Einkaufs- und Markenerlebnis ist.“

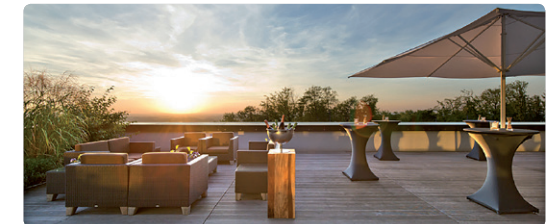
Dr. Gerald Schönbacher, Gründer und Geschäftsführer, Hitmeister GmbH

„Viele Kunden treffen die Markenwahl erst spät im Entscheidungsprozess. Marken verlieren Umsatz, wenn sie auf Marktplätzen nicht präsent sind.“

17.30

### ZUSAMMENFASSUNG DURCH DEN MODERATOR UND ENDE DES THINK TANKS

IM ANSCHLUSS GET-TOGETHER



Genießen Sie bei Drinks und Finger-Food den wunderbaren Ausblick der Rheinebene auf der Teakholztterrasse des Boardmeeting-Bereichs, der ehemals ausschließlich für den Lufthansa-Vorstand reserviert war. Die perfekte Gelegenheit zum Knüpfen neuer und Vertiefen bestehender Kontakte.

*Erfahrungsaustausch auf Augenhöhe mit hohem Praxisbezug*

## INFORMATIONEN

### ZEIT & ORT

26. August 2014  
9.00 Uhr bis 17.30 Uhr,  
im Anschluss Get-Together

Boardmeeting-Bereich des  
Lufthansa Training & Conference Center GmbH  
Lufthansaring 1  
64342 Seeheim-Jugenheim  
www.lh-seeheim.de



### ÜBERNACHTUNG

Einzelzimmer: 130,- Euro pro Zimmer und Nacht, inkl. Frühstück.

Für die Teilnehmer halten wir ein Zimmerkontingent bereit,  
auf das Sie bei Bedarf zugreifen können.

Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel mit dem Stichwort  
„inspirato Konferenzen – Veranstaltung Nr. 127669“ vor:

Lufthansa Training & Conference Center GmbH  
Telefon: +49 · 696 96 · 13 10 00  
E-Mail: info@lufthansa-seeheim.de

### ANMELDUNG



**ONLINE**  
[www.inspirato.de/brand-commerce](http://www.inspirato.de/brand-commerce)

**ODER MIT DIESEM FAXFORMULAR**  
**+49 · 6172 · 981 96-89**

### KONDITIONEN (alle Preise pro Person zzgl. Ust.)

**Normalpreis** (für Markenhersteller und Händler) ..... 695,- Euro

**Business-Preis** (für Dienstleister und Agenturen) ..... auf Anfrage , begrenzte Verfügbarkeit

**JA**, ich/wir nehme(n) am inspirato Think Tank **BRAND COMMERCE**  
am **26. August 2014** teil und melde mich/uns an.

**JA**, ich bin an **Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten** interessiert.  
Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

.....  
1. Name, Vorname

.....  
Position

.....  
Firma

.....  
Straße

.....  
PLZ/Ort

.....  
Telefon

.....  
E-Mail\*

.....  
Datum

.....  
Unterschrift

.....  
2. Name, Vorname

.....  
Position

.....  
Firma

.....  
Straße

.....  
PLZ/Ort

.....  
Telefon

.....  
E-Mail\*

\*Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, dass ich per  
E-Mail über weitere Veranstaltungen von inspirato KONFERENZEN informiert werde.



### KONTAKT

inspirato KONFERENZEN  
Geschäftsbereichs- und Projektleitung:  
Franziska Thiele  
Siemensstraße 27 · 61352 Bad Homburg  
Telefon: +49 · 6172 · 981 96-82  
Fax: +49 · 6172 · 981 96-89  
E-Mail: f.thiele@inspirato.de  
[www.inspirato.de/brand-commerce](http://www.inspirato.de/brand-commerce)

### ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Anmeldung kann per E-Mail, Fax, Online  
oder per Post erfolgen.

Die Teilnahmegebühr ist innerhalb von 14 Tagen  
nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens  
jedoch vor Kongressbeginn.

Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung. Kredit-  
kartenzahlungen können nur online bei An-  
meldung über Xing Events getätigt werden. Die  
Teilnahmegebühr beinhaltet die Tagungskosten,  
Teilnehmerunterlagen, die Besichtigung und  
Getränke im Rahmen der Veranstaltung.

Die AGBs im Detail: [www.inspirato.de/agb](http://www.inspirato.de/agb)



**inspirato**  
KONFERENZEN