

Das Top-Event für E-Commerce, Multichannel-Retailing und Online-Handel in Europa

Jetzt anmelden
und Plätze sichern!
www.conferencegroup.de/eohk10

+ Fachausstellung
ONLINE Retail Expo 2010

2. Europäischer Online-Handelskongress

27. und 28. Oktober 2010 | InterContinental Berlin

**Online-Retailing goes global –
Wer werden die Gewinner im europäischen Online-Handel von morgen sein?**

**Im Fokus: Immer mehr Markenartikler (ganz aktuell P&G!) verkaufen im Netz: Wo liegen die E-Commerce
Wachstumsmärkte der Zukunft und welche Geschäftsmodelle werden 2011 gewinnen?**

Die Highlights des 2. Europäischen Online-Handelskongresses 2010:

4 Super-Sessions am 1. Tag

Super-Session I:

B2C – Die Gewinnerkonzepte 2010/2011

Super-Session II:

B2B – Perspektiven für den Business-to-Business Online-Handel 2011

Super-Session III:

Multichannel – Die Zukunft von Versandhandel und stationärem Handel

Super-Session IV:

Social und Mobile Commerce – Die neue Revolution im digitalen Handel

4 Branchen-Fachkongresse am 2. Tag

Fachkongress 1:

Food Online – Der letzte Boommarkt im Internet

Fachkongress 2:

Fashion Online – Die Shooting Stars im Netz

Fachkongress 3:

Retail Online – Die neuen Chancen für stationäre Händler online

Fachkongress 4:

Digital Services – Was sind die Geschäftsmodelle von morgen in der digitalen Welt?

Es referieren und diskutieren u.a.:



James Damian
Senior Vice President,
Best Buy/USA



Ralf Kleber
Geschäftsführer,
Amazon.de



Dr. Klaus Driever
Geschäftsführer,
Weltbild



Ulric Jerome
Executive Director,
Pixmania/France



Bobby Beaver
Co-Founder,
Zazzle/USA



Jeff Beaver
Co-Founder,
Zazzle/USA



Ulrich Kennemann
Geschäftsführer,
Lands' End



Christian Heitmeyer
CEO & Gründer,
brands4friends.de



Claudia Helming
CEO & Gründerin,
DaWanda



Dominique Locher
Direktor Marketing
& Verkauf
LeShop.ch/Switzerland



Bijou Kurien
President & Chief Executive
Lifestyle, Reliance Retail
Limited/India



Marcus Casey
Head of E-Commerce &
Mobile, Lufthansa



Felix von Kunhardt
Director EU Client
Services, eBay



Oliver Beisel
CTO & Head of European
Business Operations,
Swoopo



David Mair
Head of Consumer Markets,
European Commission/
Belgium



Benjamin Rath
eTrade Account
Manager, PHILIPS



Tom Streefkerk
Online Shop Manager,
Steiff



Christian Riesenberger
Leiter Business
Development, HRS

Wolfgang Zimmermann, Mövenpick | Erik Siekmann, Blume2000.de | Tony Stockil, Javelin Group/UK | Cécile Riverain, IGD/UK | Michael Buck, Dell | Alastair Bruce, Google | Dr. Stefan Glänzer, RjDj/UK | Chris Wilson, Prenatal/Italy | Detlef Henkel, Deutsche Bank Group | Prof. Dr. Dirk Morschett, University Fribourg/Switzerland | Dr. Paul Marsden, Syzygy Group/UK | Dr. Dennis Spillecke, McKinsey | René Helbig, T-Systems | Stephan Schambach, Demandware | David Eriksson, North Kingdom Design/Schweden – angefragt | Joachim van Wadhen, formerly baumarkt direkt | Christian Teutsch, Lands' End | Matthias Schrader, SinnerSchrader | Dr. Björn Schäfers, smatch.com | Franz Duge, Chocri | Jens Steen, QVC Deutschland | Karsten Hollands, QVC Deutschland | Christoph Schäfer, Performance Media | Jens Monsees, Google | Lutz Preußners, froodies | Kerstin Kluge, yalook.com | Benjamin Tange, uniquedigital GmbH | Hamid Latif, IN.COM | Bahman Nedaei & Zahir Dehnadi, navabi | Dr. Ernst Stahl, ibi research | Christian Otto Grötsch, dotSource | Volker Wiewer, eCircle | Dr. Andrej Busch, DHL | Marco di Noi, Microsoft GmbH/Ciao! | Dr. Carsten Föhlich, Trusted Shops | Daniel Woyteczek, TradeDoubler | Matthias Stadelmeyer, TradeDoubler | Dr. Christof Schares, DHL | Jos Leijnse, A.T. Kearney | Jochen Krisch, Exciting Commerce | Dr. Mirko Warschun, A.T. Kearney GmbH | Christoph Heiders, Xsite GmbH | Matthias Steinforth, kernpunkt | Dr. Matthias Kose, Mobilinga | Mark Sievers, KPMG | Stephan Meixner, interaktive Medien | Michael Kurz, o2 Germany | Mathias Thomas, gaxsys | Heiner Kallweit, Wirecard

Premium Partner:

Mit freundlicher Unterstützung von:



Eine gemeinsame Veranstaltung von:

the conference group
worldwide business events

Lebensmittel
Zeitung

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

Der Handel.
Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement

Sehr geehrte Damen und Herren,

E-Commerce, Multichannel Retailing und Online-Handel entwickeln sich derzeit in fast allen europäischen Ländern sehr dynamisch. Durch den Boom bei Smartphones und bei Location Based Services wird weltweit eine neue Wachstumsdynamik im E-Commerce ausgelöst.

Auch der grenzüberschreitende Online-Handel in Europa verzeichnet beachtliche Zuwachsraten – trotz vielfältiger bürokratischer Hindernisse, welche die EU-Kommission jetzt beseitigen möchte.

Studien zeigen, dass die Konsumenten weltweit im Netz shoppen wollen – mit einem Mausklick von Harrods in London zu Saks nach New York oder Colette in Paris. Trendforscher glauben, dass in spätestens 10 Jahren von jedem Ort der Welt bei fast jedem Online-Händler eingekauft werden kann.

Angesichts offener Grenzen, dem Wegfall von Zöllen und der einheitlichen Währung wird der europäische Online-Handel in den nächsten Jahren enorm an Dynamik gewinnen.

Für immer mehr Händler, aber auch Hersteller, bieten sich zukünftig enorme Wachstumspotenziale in internationalen, ja globalen Märkten. Gleichzeitig wird sich der Wettbewerb zwischen nationalen und internationalen Playern enorm verstärken.

Im Wettbewerb mit dem ebenfalls stark wachsenden asiatischen – chinesischen, japanischen oder auch indischen – Online-Händlern sowie den extrem dynamischen amerikanischen Power Retailern im Netz, wie Amazon, Best Buy oder zukünftig auch Wal-Mart mit Global.Com müssen deutsche Händler neue Lösungen entwickeln, um in den globalen Online-Märkten von morgen wettbewerbsfähig zu werden. Klassische Versandhändler sind dabei eher in den alten Strukturen ihrer Geschäftsmodelle gefangen und können daher viele Wettbewerbspotenziale nur unzureichend ausschöpfen.

Die neuen Chancen und Potenziale im europäischen Online-Handel stehen im Mittelpunkt des

2. Europäischen Online-Handelskongresses,

den die Conference Group gemeinsam mit den führenden Branchenzeitschriften für Handel in Deutschland und Europa: Lebensmittel Zeitung, HORIZONT, TextilWirtschaft, Der Handel, Moyo delo und vielen weiteren europäischen Medienpartnern am 27. und 28. Oktober 2010 in Berlin veranstaltet.

Unter dem Motto:

Online-Retailing goes global –

Wer werden die Gewinner im europäischen Online-Handel von morgen sein?

werden über 60 nationale und internationale Online-Handelsexperten die zentralen Fragen für die Zukunft der Branche diskutieren:

- Die Keytrends im europäischen Online-Handel 2010/2011 – Wo liegen die Potenziale?
- Wer sind die Top 10 Online-Händler in Europa und welche Strategien verfolgen sie aktuell?
- Warum haben gerade stationäre Händler enormen Aufholbedarf in puncto Online-Handel?
- Wo liegen die Stärken und Schwächen des deutschen und europäischen Online-Handels im internationalen Vergleich?
- Welche neuen Chancen und Märkte bietet cross-border E-Commerce in Europa und weltweit?
- Wo steht der deutsche Online-Handel heute in puncto crossnationaler Verkauf?
- Welche Internationalisierungsstrategien nutzen die globalen Player im Online-Geschäft?
- Wie können europäische Standards geschaffen und vorhandene Barrieren im grenzüberschreitenden Handel abgebaut werden?
- Wo bieten sich Allianzen und Partnerschaften an, um die zukünftigen Marktpotenziale effizient zu nutzen?
- Wie kann man sich eine übernationales Multichannel-Management vorstellen?
- Wie können konkrete Hindernisse in puncto Kundenlogistik, Payment und Marketing/Sales abgebaut werden?
- Social und Mobile als die neuen Wachstumstreiber – Welche Strategien haben die internationalen Keyplayer?
- Spezial: Indien als neuer E-Commerce Boommarkt – Die Strategien des indischen Marktführers Reliance

Derzeit sind die Zahlen und Fakten, vor allem aus deutscher Perspektive, noch sehr ernüchternd: Laut einer von eBay vorgelegten Studie setzen zwar die auf eBay in Deutschland aktiven Händler jährlich 430 Millionen Euro international um. Dennoch zeigt eine genauere Betrachtung der Zahlen, dass letztlich nur 21 Prozent der Händler europaweit grenzüberschreitende Geschäfte tätigen. In UK sind die Prozentzahlen für internationale Verkäufe von Pure Playern im Netz im Vergleich dazu sehr viel höher.

Auch in einem weiteren Bereich haben deutsche Online-Händler noch Potenzial:

Während Next, Topshop oder andere stationäre Modehändler in UK schon über 30% ihrer Umsätze im Netz erzielen, bewegen sich die Zahlen deutscher Händler häufig noch im einstelligen Prozent-, wenn nicht sogar Promillebereich. Stationäre Händler in Deutschland hinken in puncto Online-Verkäufe und Multichannel Expertise derzeit ihrer internationalen Konkurrenz noch weit hinterher.

Lassen Sie sich durch die Welt des globalen Online-Handels führen und diskutieren Sie mit den Top-Experten der Branche, die neuesten Trends und Entwicklungen weltweit. Erfahren Sie aus erster Hand, wer im internationalen Wettbewerb der innovativsten und effizientesten Shop- und Vermarktungskonzepte die Nase vorn hat.

Wir hoffen, Ihnen in diesen spannenden Zeiten erfolgversprechende Ideen und Denkanstöße vermitteln zu können und würden uns sehr freuen, Sie im Oktober in Berlin beim 2. Europäischen Online-Handelskongress begrüßen zu dürfen.

Mit besten Grüßen



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH

Vorsitz:
Prof. Dr. Dirk Morschett, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland

9.00 – 9.10
Begrüßung durch den Vorsitzenden

9.10 – 9.35
Online-Retailing goes global – What's hot in the US, Asia & Europe? Was machen die wichtigsten Player?
Prof. Dr. Dirk Morschett, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland

9.35 – 10.00
Online-Shopping cross-border: What is ahead in European online-retailing and who are the winners?
 – Wer sind die Top 10 Online-Händler in Europa und welche Strategien fahren sie aktuell?
Tony Stockil, CEO, Javelin Group Ltd., London/UK*
 *Vortrag in englischer Sprache

10.00 – 10.30
Keynote DEUTSCHLAND
Online-Shopping in Europa: Schneller, bequemer, individueller
 – So wollen europäische Kunden einkaufen
Ralf Kleber, Vice President, Geschäftsführer, Amazon.de GmbH

10.30 – 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Global Online-Retailing Forum

11.00 – 11.30
Why hasn't cross-border E-Commerce taken off in Europe? What needs to be done?
 – Lessons from the European Commission's report on cross-border E-Commerce in the EU
David Mair, Head of Consumer Markets, Health and Consumers Directorate General, European Commission, Brussels/Belgium*
 *Vortrag in englischer Sprache

14.00 – 15.35 **Zwei parallele Super-Sessions: B2C und B2B**

Online-Handel 2011 – Was erwartet die Branche?

<p>Super-Session I: B2C – Die Gewinnerkonzepte 2010/2011</p> <p>Moderation: Jochen Krisch, Branchenanalyst und Herausgeber Exciting Commerce</p> <p>14.00 – 14.20 Online gewinnt – Warum Pure Playern die Zukunft gehört und der klassische (Versand-)Handel weiter Geschäftsanteile verliert – Zu abgelenkt? – Warum Multichannel-Strategien online so selten aufgehen? – Was heißt Handel künftig und wie müssen sich Internethändler strategisch weiterentwickeln? – Produkte, Services, Lifestyle und mehr: Was verkaufen wir im B2C zukünftig? – Gamemechaniken & Emotionalisierung: Was macht den E-Commerce von morgen attraktiv? Jochen Krisch, Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce</p> <p>14.20 – 14.45 Pixmania.com – Going to be the new Amazon?! 10 Things to learn from about 10 Years in trading in Europe – How to succeed with E-Commerce on a pan European scale? – Vision of E-Commerce in Europe – What it takes to succeed on a pan European scale – Views about the future of E-Commerce in Europe Ulric Jerome, Executive Director, Pixmania.com, Paris Cedex/France* *Vortrag in englischer Sprache</p> <p>14.45 – 15.10 Online-Club-Shopping cross-border: German Marketleader expands to Asia – Erfolgsfaktor virales Wachstum Christian Heitmeyer, CEO & Gründer, brands4friends.de</p> <p>15.10 – 15.35 LeShop.ch – Der Online-Supermarkt der Zukunft: Eine Reise von der Utopie zur Realität – Die Transformation des klassischen Supermarktes über den PC bis hin zum Taschenformat – Kannibalisierung des klassischen Handels oder Zusatzgeschäft?: Das Multichannel Kaufverhalten des Online-Kunden Dominique Locher, Direktor Marketing & Verkauf, LeShop.ch/Migros, Ecublens/Switzerland</p>	<p>Super-Session II: B2B – Perspektiven für den Business-to-Business Online-Handel 2011</p> <p>Moderation: Stephan Meixner, freier Fachjournalist und Redakteur für interaktive Medien</p> <p>14.00 – 14.20 B2B: Neue Wege, neue Strategien, neue Player im Online-Handel 2010 in Deutschland und Europa – Welche Innovationen und Trends im E-Business werden den B2B Online Handel 2011 voranbringen? – Produkte, Solutions, Services etc. – Wo liegen die Potenziale in puncto Internationalisierung und Globalisierung? – Was sind die erfolgreichsten B2B Händler im europäischen Online-Handel? – Welche Strategien fahren sie, was zeichnet sie aus? – Welche Geschäftsmodelle werden sich entwickeln? Stephan Meixner, freier Fachjournalist und Redakteur für interaktive Medien</p> <p>14.20 – 14.45 Online-Handel 2011: Neue Vertriebswege für Markenhersteller – Wie sieht E-Commerce zukünftig aus der Sicht von eBay aus? – Welche Perspektiven und Chancen sieht das Unternehmen im europäischen Online-Handel? Felix von Kunhardt, Director EU Client Services, eBay Europe</p> <p>14.45 – 15.10 Perspectives for a Global E-Commerce in the B2B-Market – Consumer Electronics: Multichannel marketing at it's best Michael Buck, Director Global SMB Online Business, Dell</p> <p>15.10 – 15.35 E-Commerce 3.0: Cloud Logistics – Die Revolution im Online-Handel – Globale Aufträge lokal abwickeln – Wo liegen die Potenziale für Markenhersteller? – Innovation durch POS-Integration – Welche Chancen bietet ein nachhaltiger Online-Handel? – RFID am POS – Chancen, Möglichkeiten und Wege in die Zukunft Mathias Thomas, CEO, gaxsys GmbH und Geschäftsführender Gesellschafter DR. THOMAS + PARTNER GmbH & Co. KG</p>
--	--

15.35 – 16.10 **Kommunikations- und Kaffeepause**

16.10 – 17.40 **2 parallele Super-Sessions: Multichannel, Social und Mobile Commerce**

Wer werden die Player und Erfolgskonzepte von morgen sein?

<p>Super-Session III: Multichannel – Die Zukunft von Versandhandel und stationärem Handel</p> <p>Moderation: Prof. Dr. Dirk Morschett, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland</p> <p>16.10 – 16.40 Ohne Multichannel-Logistik kein Multichannel- Handel – Über zielgruppenspezifische Zustellkonzepte Conversionrates steigern – Mit Sendungsavisierung und Identservices Vertrauen stiften und Sicherheit schaffen Dr. Christof Schares, Vice President Marketing Geschäftskunden, DHL Paket Deutschland</p> <p>16.40 – 17.10 E-Fashion next generation – The way to refresh a brand image and to promote international expansion Christian Teutsch, Managing Director Central Europe, Lands' End GmbH Ulrich Kennemann, Geschäftsführer, Lands' End GmbH</p> <p>17.10 – 17.40 Multichannel-Handel at it's best – Neue Erfolge feiern mit Mobilien Applikationen – Kundennutzen im Zentrum aller Aktivitäten – Kundeninformationen gewinnen und analysieren – Unternehmenserfolg durch verbesserte Kundenzufriedenheit Wolfgang Zimmermann, Head of E-Commerce, Mövenpick Wein AG</p>	<p>Super-Session IV: Social und Mobile Commerce – Die neue Revolution im digitalen Handel</p> <p>Moderation: Dr. Paul Marsden, Consumer Psychologist, Syzygy Group/London</p> <p>16.10 – 16.40 New Trends & Opportunities in Social Commerce (emerging trend and the exploration of the opportunities) 2010 is the year of social commerce, the year that selling with social media really took off. And with new mobile and social technology, new social commerce trends and opportunities are emerging - from the rise of f-commerce (Facebook e-commerce), location-aware social commerce, curated marketplaces and social commerce aggregators. Learn from social commerce pioneers - Dell, P&G, Levi's and Urban Outfitters – and find out why you need a social media sales manager, not a social media manager. Dr. Paul Marsden, Consumer Psychologist, Syzygy Group/London * *Vortrag in englischer Sprache</p> <p>16.40 – 17.10 M-Commerce bei Lufthansa – Das Handy wird zum Vertriebskanal Stefanie Heucke, Projektleiterin Mobile Services, Deutsche Lufthansa AG</p> <p>17.10 – 17.40 Ein Mythos wird Realität - das Jahr 1 des Mobile Commerce – Der Vertrieb physischer Produkte über den mobilen Vertriebskanal – Anforderungen an Mobile-Commerce-Lösungen die verkaufen – Die Best Practices von Mobile-Commerce-Projekten Lars Rabe, Director European Retail Practice, Demandware GmbH</p>
---	--

17.40 – 17.45 **Kurze Kommunikationspause**

17.45 – 18.15
International Outlook
Social revolution in the European and global E-commerce – Let's build kick ass companies out of Europe
Dr. Stefan Glänzer, Executive Chairman, RjDj (Founder ricardo.de), London/UK

11.30 – 12.00
Keynote USA
The way of being successful in the global E-Commerce
 – The Best Buy M-Commerce Experience
James Damian, Senior Vice President, Enterprise Design Group, Best Buy/USA*
 *Vortrag in englischer Sprache

12.00 – 12.30
Keynote ASIA
Opportunities for E-Commerce in India in the next 5 years
Bijjou Kurien, President & Chief Executive – Lifestyle, Reliance Retail Limited, Mumbai/India*
 *Vortrag in englischer Sprache

12.30 – 13.00
International Round up Discussion
Online-Shopping cross-border – A world of new opportunities: Chances & perspectives in the European and global E-Commerce
 – Progress of a global e-commerce – Future prospects for online-retailing cross-border
 – International trend-setter – Popular success strategies from abroad
 – New chances, new markets – New strategies for global markets & players
 – New potentials for the European market and for a new economic growth
 – How to overcome obstacles in logistics, payment and marketing
 Es diskutieren in englischer Sprache:
David Mair, European Commission, Brussels/Belgium
James Damian, Senior Vice President, Enterprise Design Group, Best Buy/USA
Tony Stockil, CEO, Javelin Group Ltd., London/UK
Dr. Andrej Busch, Mitglied des Bereichsvorstands, DHL Paket Deutschland
Bijjou Kurien, President & Chief Executive – Lifestyle, Reliance Retail Limited, Mumbai/India
 Moderation: **Prof. Dr. Dirk Morschett**, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland

13.00 – 14.00 **Kommunikations- und Mittagspause**

ab ca. 18.15 **European Online-Retailing Party**

9.00 – 13.00 4 parallele Branchen-Fachkongresse: Food Online – Fashion Online – Retail Online – Digital Services

Fachkongress 1:

Food Online – Der letzte Boommarkt im Internet

Mit Unterstützung von Lebensmittel Zeitung

Was sind die internationalen Erfolgsstrategien im Food Online-Handel?

Moderation:

Prof. Dr. Dirk Morschett, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland

9.00 – 9.30

Pan-European retailing trends:

Online Grocery Shopping – Has the UK Market reached a tipping point?

– Retailer strategies and growth prospects to 2015

– The shopper journey

– How do suppliers leverage the opportunity?

Cécile Riverain, Senior Business Analyst, IGD – The Institute of Grocery Distribution and IGD Services Limited/UK*

*Vortrag in englischer Sprache

9.30 – 10.00

Online-Supermärkte der Zukunft – Wie der LEH seine Kunden auch morgen noch effizient und effektiv erreicht

– Entwicklung der Medienlandschaft aus Sicht des LEH

– Erste Beispiele erfolgreicher Food-Online-Retailer

– Globale Marktforschungsergebnisse zum Thema LEH und Online Food Vertrieb

Jens Monsees, Industry Head Consumer Goods & Healthcare, Google Germany GmbH

10.00 – 10.30

E-Food: Success Factor Logistics

Pick-up solutions in France and successful models from Western Europe

– What makes Tesco.com, E. Leclerc and Albert Heijn successful?

– What are the currently strategies of the food retailing in terms of e-commerce in france?

– What are the processes and top strategies?

– Where are the opportunities for new Pick-up solutions?

– Which customers prefer this new solutions?

Jos Leijnse, Consumer Industries & Retail Practice, A.T. Kearney B.V., Amsterdam/NL*

*Vortrag in englischer Sprache

10.30 – 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Food Online: What's new, what's working?

11.00 – 11.30

Food Online International – Was sind erfolgreiche Strategien, was sind neue Ansätze?

– Erfolgreiche Strategien für E-Food von morgen

– Was unternimmt der europäische LEH derzeit im E-Shopping und E-Food?

– Warum ist das Thema in Deutschland derzeit so schwierig?

– Wo liegen die Chancen und Potenziale vom Lebensmitteleinkauf von morgen?

Mark Sievers, Partner Consumer Goods & Retail, KPMG

11.30 – 12.00

Customized Food: Individualisierte Schokolade in Amerika – Expansionsstrategie eines Startups

– Das Erfolgspotenzial individualisierbarer Lebensmittel

– Herausforderungen und Chancen in Amerika

Franz Duge, Inhaber & Geschäftsführer, Chocri GbR

12.00 – 12.30

Boomer Food-Online-Handel in Deutschland: greifbar oder utopisch?

– Erfolgskonzepte zur nationalen und internationalen Markterschließung

Lutz Preußners, Geschäftsführer, foodies GmbH

12.30 – 13.00

Round up Discussion:

E-Food – What's next?

– Online-Lebensmittelhandel: Wann folgt der Durchbruch auch in Deutschland?

– Customized Food als neuer Trend

– Logistik als kritischer Erfolgsfaktor – Wo liegen Optimierungspotenziale und wie werden sie genutzt?

Es diskutieren in englischer Sprache:

Jens Monsees, Industry Head Consumer Goods & Healthcare, Google Germany GmbH

Franz Duge, Inhaber & Geschäftsführer, Chocri GbR

Jos Leijnse, Consumer Industries & Retail Practice, A.T. Kearney B.V., Amsterdam/NL

Mark Sievers, Partner Consumer Goods & Retail, KPMG

Moderation:

Prof. Dr. Dirk Morschett, Chair for International Management, University Fribourg/Switzerland

13.00 – 14.00 **Kommunikations- und Mittagspause**

Fachkongress 2:

Fashion Online – Die Shooting Stars im Netz

Neue Herausforderung im Fashion Online-Bereich

Moderation:

Jochen Krisch, Branchenanalyst und Herausgeber Exciting Commerce

9.00 – 9.10

Deutsche Modehändler hinken aktuell internationalen Benchmarks hinterher

– Was ist zu tun?

Jochen Krisch, Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce

9.10 – 9.30

Nischenmärkte besetzen: Mit Diversifikation und optimierter Warenlogistik zum Erfolg

– Effektive Markt- und Sortimentsstrategien

Hamid Latif, Geschäftsführer, IN.COM GmbH

9.30 – 10.00

Wachstum und Internationalisierung erfolgreich managen

– Perfekte Marken und Produktszenierungen durch laufende Innovation

Christoph Heiders, Head of Marketing & Consulting, Xsite GmbH

10.00 – 10.30

Aufwand und Nutzen in optimaler Relation – Die Verbesserung der Conversion Rate durch Recommendations

– Welches Potenzial haben Recommendations im Online-Shop?

– Worauf ist bei Recommendations zu achten?

– Ergebnisbetrachtung am Beispiel

René Helbig, Leiter E-Commerce Excellence, T-Systems Multimedia Solutions

11.00 – 11.30

Social Commerce: Next Generation im e-Commerce

– Fashion online: Darstellung des Unterschieds zwischen e-Commerce und Social Commerce

– Modervertrieb ausschließlich über Vertriebskanäle des Web2.0s – Geht das?

– Erfahrungen und Fallbeispiele aus einer 750.000 Mitglieder starken (überwiegend weiblichen) Community

Claudia Helming, CEO & Gründerin, DaWanda GmbH

11.30 – 12.00

New media: Everyone is a VIP: Marketing strategy and tactics that give all customers an individual shopping experience, zero cost yet over 300% conversion gain. Sounds tempting? It is in your reach!

– Digital is the 'new normal', think in terms of marketing scenarios that monitor each individual consumer and act in real-time.

– Demonstration of an integrated approach to interactive dialogues, social profiling and behavioral targeting

– Success examples of retailers demonstrating over 300% conversion gain in successfully applying interactive marketing programs.

– Practical examples of how to implement such individualized marketing programs in matter of days.

Thomas Woywod, Business Development, Selligent Interactive

12.00 – 12.30

International attack with individualized fashion & items – The Launch of Zazzle.de

– Zazzle.com and its story of success

Jeff Beaver, Co-Founder & Chief Product Officer, Zazzle.com /Zazzle Inc./USA*

Bobby Beaver, Co-Founder & Chief Technology Officer, Zazzle.com /Zazzle Inc./USA*

*Vortrag in englischer Sprache

12.30 – 13.00

Round up Discussion:

E-Fashion – What's next?

Es diskutieren in englischer Sprache:

Jeff Beaver, Co-Founder & Chief Product Officer, Zazzle.com /Zazzle Inc./USA

Bobby Beaver, Co-Founder & Chief Technology Officer, Zazzle.com /Zazzle Inc./USA

Claudia Helming, CEO & Gründerin, DaWanda GmbH

Christoph Heiders, Head of Marketing & Consulting, Xsite GmbH

Moderation:

Jochen Krisch, Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce



Fachkongress 3:
Retail Online – Die neuen Multichannel-Chancen für stationäre Händler
 Mit Unterstützung von Der Handel

Online Strategien des stationären Handels – Wo steht Deutschland im internationalen Vergleich?

Moderation:
Marcelo Crescenti, Chefredakteur, Der Handel

9.00 – 9.30
Die Aufholjagd beginnt: Stationäre Einzelhändler im Netz – Deutschland im internationalen Vergleich – Wer sind die Local Heros im digitalen Geschäft? Was zeichnet sie aus? Was macht sie erfolgreich?
 – OMEX: Der schnellste Weg für stationäre Einzelhändler zu mehr Netzexzellenz
 – Verkaufsförderung über die richtigen Kanäle: Wie man sie erkennt und optimal nutzen kann
 – Verbesserte Marketingleistung im Netz: Welche sind die wirksamsten Hebel?
 – Das Medium wechselt, die Weisheiten bleiben: Die GOLDEN RULES für den Online-Handel
Alastair Bruce, Director, Google Germany GmbH
Dr. Dennis Spillecke, Principal, McKinsey & Company

9.30 – 10.00
Multikanaltracking – Was leistet Google wirklich für den Handel?
Christoph Schäfer, Geschäftsführer, Performance Media Deutschland GmbH und Performance Advertising GmbH

10.00 – 10.30
Diskussion
Was müssen stationäre Händler zukünftig tun, um mehr Onlinegeschäft zu generieren?
 – Wie kann Deutschland den Rückstand im internationalen Vergleich aufholen?
 Es diskutieren:
Alastair Bruce, Director, Google Germany GmbH
Dr. Dennis Spillecke, Principal, McKinsey & Company
Christoph Schäfer, Geschäftsführer, Performance Media Deutschland GmbH und Performance Advertising GmbH
 Moderation: **Marcelo Crescenti**, Chefredakteur, Der Handel

10.30 – 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Detailstrategien und Nischenkonzepte – Händler oder Hersteller: Wer sitzt in der Pole Position in den Märkten von morgen?

11.00 – 11.30
Über alle Pfade: Philips way to the Online Consumer
 – Der Handel im Fokus: Abstimmung und Kooperation
 – Digital Marketing: Wie Philips Digitale Medien zu Vermarktungszwecken nutzt
 – Der offizielle Philips Online-Shop als Marketing-Tool
Benjamin Rath, eTrade Account Manager Germany, Austria, Switzerland, PHILIPS GmbH

11.30 – 12.00
Vom Interessenten zum Kunden – Vom Kunden zum Fan:
 Mit digitalem Direktmarketing effizient den Absatz fördern am Beispiel der Steiff GmbH
Tom Streefkerk, Online Shop Manager, Margarete Steiff GmbH

12.00 – 12.30
Change Management in der Praxis: Weltbild – Vom Versender zum Multichannel-Anbieter
 – Handel und Kommunikation im digitalen Zeitalter
 – Verschiebungen im Businessmodell
 – Change Management in der Organisation
 – Die Digitalisierung geht weiter. Was kommt?
Dr. Klaus Driever, Geschäftsführer, Verlagsgruppe Weltbild GmbH

12.30 – 13.00
Round up Discussion: Retailer vs. Brand Manufacturers – Wer besetzt die Pole Position im Online-Handel von morgen?
 Es diskutieren:
Benjamin Rath, eTrade Account Manager Germany, Austria, Switzerland, PHILIPS GmbH
Tom Streefkerk, Online Shop Manager, Margarete Steiff GmbH
Dr. Klaus Driever, Geschäftsführer, Verlagsgruppe Weltbild GmbH
Alastair Bruce, Director, Google Germany GmbH
Dr. Dennis Spillecke, Principal, McKinsey & Company
Benjamin Tange, Geschäftsführer, unquedigital GmbH
 Moderation: **Marcelo Crescenti**, Chefredakteur, Der Handel

13.00 – 14.00 **Kommunikations- und Mittagspause**



Fachkongress 4:
Digital Services – Was sind die Geschäftsmodelle von morgen in der digitalen Welt?
 Mit Unterstützung von HORIZONT

Welche Chancen bieten Social Media, Apps, Augmented Reality & Location Based Services?

Moderation:
Matthias Schrader, CEO, SinnerSchrader Deutschland GmbH

9.00 – 9.30
Neue digitale Geschäftsmodelle und Digital Services werden das Wachstum im Internet von morgen prägen
 – Produkte, Services, Lifestyle und mehr – Was verkaufen wir morgen online?
 – Gamemechanik & Emotionalisierung – Wie sieht E-Commerce von morgen aus?
 – Mobile-Retailing – Was sind die Kerntrends?
Matthias Schrader, CEO, SinnerSchrader Deutschland GmbH

9.30 – 10.00
M-Commerce unlocked – Wie M-Payment neue Umsätze und Märkte öffnet
 – M-Commerce, der Markt der Zukunft
 – Chancen im M-Commerce für den Handel
 – Technologie, die Begeistert
 – Trends setzen – schon heute
Michael Kurz, Head of Corporate Wholesale, Telefónica o2 Germany

10.00 – 10.30
„Social Commerce verändert den Online-Handel und dessen Geschäftsmodelle“
 – Händler verlieren mehr als nur die Herrschaft über ihre Marke
 – Konsumenten und Intermediäre übernehmen Teile der Wertschöpfung im Handel
 – Erlösmodelle verändern sich und bringen neue Chancen für Kooperationen
Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com

10.30 – 11.00 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Digital Services: What are the next megatrends? – Sind iPhone, iPad & Co. die langersehnten Profitbooster für Medien und Agenturen?

11.00 – 11.30
Mobiles Internet als Vertriebskanal für die Reisebranche Schnell und unkompliziert auch unterwegs das passende Hotel – Die mobilen Reisebegleiter von HRS
Christian Riesenberger, Leiter Business Development, HRS – Hotel Reservation Service

11.30 – 12.00
Zeitschriften auf dem iPad – Was ist machbar und wie sehen die Geschäftsmodelle aus? Von der Vision zur realen App am Beispiel einer konkreten iPad-Zeitschriften Applikation
Dr. Matthias Kose, Geschäftsführer/CEO, Mobilinga GmbH

12.00 – 12.30
With the greatest of ease to online bargains – Entertainment-Shopping-Portals in full growth
 – Success strategies of the online auctioneer swoopo.com
Oliver Beisel, CTO & Head of European Business Operations, Entertainment Shopping, Inc./Swoopo.com
 *Vortrag in englischer Sprache

12.30 – 13.00
Round up Discussion: Digital Services – What’s next?
 Es diskutieren:
Dr. Matthias Kose, Geschäftsführer/CEO, Mobilinga GmbH
Christian Riesenberger, Leiter Business Development, HRS – Hotel Reservation Service
Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com
Oliver Beisel, CTO & Head of European Business Operations, Entertainment Shopping, Inc./Swoopo.com
Michael Kurz, Head of Corporate Wholesale, Telefónica o2 Germany
 Moderation: **Matthias Schrader**, CEO, SinnerSchrader Deutschland GmbH

13.00 – 14.00 **Kommunikations- und Mittagspause**



14.00 – 16.00 3 parallele Hot Topic Fachkonferenzen:

Online Marketing – SEO, SEM & Preisportale – Wettbewerbsrecht und E-Payment
Wie kann E-Commerce auf europäischer Ebene zukünftig funktionieren?

Hot Topic 1: Online-Marketing – Mehr Traffic und Brand Awareness durch Social Media	Hot Topic 2: SEO, SEM & Mobile – Erfolgreiche Treiber für Online-Shops	Hot Topic 3: Wettbewerbsrecht und E-Payment – Auf welche Parameter kommt es künftig an?
Die Verbindung aus Social Media & E-Commerce – Welche Potenziale birgt das Mitmach-Web für Händler und Marken?	Welche Marketinginstrumente sind der Schlüssel zu mehr Erfolg?	Was sind die Trends und Herausforderungen im internationalen Online-Handel?
Moderator: Dr. Mirko Warschun , Consumer Industries & Retail Practice, A.T. Kearney GmbH	Moderator: Jochen Krisch , Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce	Moderation: Dr. Ernst Stahl , Leiter Competence Center E-Business und Retail Vertrieb, ibi research
14.00 – 14.30 The Future of Online-Marketing: Wie entwickelt sich die Nutzerschaft, welche Technologien müssen genutzt werden und wie fallen Unternehmen am besten auf? Acht Trends auf einen Blick: Social Media Marketing, Apps, Social Commerce, Video-Marketing, Cloud Computing, Visual Search, Content Scraping, Augmented Reality Matthias Steinförth , Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, kernpunkt GmbH	14.00 – 14.30 Affiliate Marketing + SEM – Potenziale und Herausforderungen für den Online-Handel Erik Siekmann , Vorstand, Blume2000.de Matthias Stadelmeyer , Director Sales, TradeDoubler Deutschland	14.00 – 14.30 Versand weltweit? – Wettbewerbsrecht im internationalen B2C-Onlinehandel – Internationales Privatrecht – Marktverhaltensregeln und Irreführung durch Unterlassen bei fehlerhaften Fernabsatzinformationen – Widerrufsrecht, Auslandsversandkosten & Co – Harmonisiertes Europäisches Lauterkeitsrecht – Verbraucherrechtsrichtlinie Dr. Carsten Föhlich , Leiter Zertifizierung und Recht, Trusted Shops GmbH
14.30 – 15.00 Verführerisch: LASCANA verzahnt Social mit Search und Display Benjamin Tange , Geschäftsführer, unquedigital GmbH Jens Hartwig , Leiter E-Commerce LASCANA, Otto GmbH & Co. KG – LASCANA	14.30 – 15.00 Effektives Multichanneling bei QVC: TV, Internet, Print, Video on Demand und Web 2.0 für einen erfolgreichen Markenaufbau Jens Steen , Director Multimedia Sales Strategy, QVC Deutschland Karsten Hollands , Senior Manager Business Development, QVC Deutschland	14.30 – 15.00 E-Payment vor neuen Herausforderungen – Was sind die Megatrends im Online-Payment von morgen? Dr. Ernst Stahl , Leiter Competence Center E-Business und Retail Vertrieb, ibi research
15.00 – 15.30 Neue Studie: „Der Europäische Social Media und E-Mail Monitor“ – Digitaler Dialog mit Facebook, Twitter, E-Mail & Co. – Exklusive Ergebnisse der umfassendsten Social Media und E-Mail-Studie in Europa – Wie können E-Commerce-Unternehmen E-Mail, Facebook, Twitter & Co. effektiv kombinieren? – Welche „virale Reichweite“ haben soziale Netzwerke wirklich? – Teilen Konsumenten Inhalte und wie viele Freunde erreichen sie damit? Martin Czermin , Managing Director Tech Unit Deutschland, eCircle GmbH	15.00 – 15.30 mCommerce als neuer Vertriebskanal – Erfolgsfaktoren und Best Practices für den Online Handel Steffen Schlimmer , Senior Sales Manager EMEA, Netbiscuits	15.00 – 15.30 Paneuropäisches Online-Payment am Beispiel des erfolgreichen Multichannel-Retailers Prenatal Chris Wilson , Group International e-Commerce Director, Prenatal SpA/Italy Steffen Schreiber , Vice President Senior Product Sales Specialist, Deutsche Card Services GmbH, Deutsche Bank
15.30 – 16.00 Liveshopping & Social Commerce in Deutschland Christian Otto Grötsch , Geschäftsführer, dotSource GmbH	15.30 – 16.00 Round-Up Discussion: Was sind die Erfolgstreiber für die Online-Shops von morgen? Wie können auch Handel und Hersteller noch stärker von ihnen profitieren? Es diskutieren: Daniel Woyteczek , Director Operations, TradeDoubler Deutschland Jens Steen , Director Multimedia Sales Strategy, QVC Deutschland Karsten Hollands , Senior Manager Business Development, QVC Deutschland Moderation: Jochen Krisch , Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce	15.30 – 16.00 Online-Zahlungen – Aktuelle Herausforderungen beim Thema Betrug Heiner Kallweit , Head of Risk & Fraud Prevention, Wirecard Technologies AG

ca. 16.00 Ende des 2. Europäischen Online-Handelskongresses 2010



Nationale und internationale Medienpartner:



Begleitende Fachausstellung ONLINE Retail Expo 2010

Auf der begleitenden Fachausstellung ONLINE Retail Expo haben Sie als Partner und Dienstleister der Online-Handelsbranche die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze in den folgenden Themenbereichen vorzustellen:

E-Mail-Marketing/E-Selling – Internet Services – Mobile Marketing – Online Dienste/ Online Vermarktung – Bannerwerbung – Suchmaschinenmarketing – Affiliate Marketing – Behavioural Targeting – Virales Marketing – Online Partnerschaften und Kooperationen – Verzeichnisse und Webkataloge – Online-Shops – Logistik – Home Delivery Lösungen – Debitorenmanagement – Customer Care – Help Desk/Support Center – Interactive Services/-Selling

Für wen ist die ONLINE Retail Expo von Interesse?

Sie sind Spezialist für E-Commerce und E-Services? Gehören Onlinehändler mit zu Ihrer Kundenzielgruppe? Dann dürfen Sie als Aussteller auf der ONLINE Retail Expo 2010 nicht fehlen. Die Leistungsschau bietet Ihnen eine einmalige und hochrelevante Plattform, sich wichtigen Entscheidern aus der Online-Handelsbranche als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei Frau Nadine Binder, The Conference Group, unter Telefon 0 69 / 75 95 – 30 21, per E-Mail nadine.binder@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende Faxnummer: 0 69 / 75 95 – 30 30.



Die derzeitigen Aussteller der ONLINE Retail Expo 2010:

**BFS Baur Fulfillment Solutions GmbH
BONAGO Incentive Marketing Group
CASH**

**Demandware GmbH
Der Handel**

DHL Paket Deutschland

Domnowski Inkasso GmbH

eCircle GmbH

EOS Payment

Fiege Deutschland Stiftung & Co KG

gaxsys GmbH

getaline CommCenter-Network GmbH

Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH

Hitmeister GmbH

HORIZONT

Javelin Group

Lebensmittel Zeitung

MH Direkt e-commerce + fulfillment

mission<one> eRelations AG

Moyo delo

MOS-TANGRAM AG

mpass

NETRADA Management GmbH

next commerce GmbH

novomind AG

optivo GmbH

PayPal Pte. Limited

PORTICA GmbH

PVS Fulfillment-Service GmbH

Syzygy AG

T-Systems Multimedia Solutions

Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG

TextilWirtschaft

Trusted Shops GmbH

uniquedigital GmbH

Wirecard Technologies AG

Xsite GmbH

Die Premium Partner des 2. Europäischen Online-Handelskongresses 2010:



DHL Paket ist Ihr leistungsstarker Partner für den regelmäßigen Paketversand. Mit unserem bundesweiten Netz von rd. 14.000 Filialen, mehr als 2.500 PACKSTATIONEN und 1.000 PAKETBOXEN sind wir für unsere Kunden einfach, immer und überall erreichbar. Unsere Lösungen für den Online-Handel vereinfachen Ihren Versand: Angefangen bei den komfortablen Versandlogistiksystemen über die Online Frankierung bis zur Sendungsverfolgung und Online Retoure. www.dhl.de/ecommerce



Als europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit rund 300 Mitarbeitern realisiert Syzygy ganzheitliche digitale Kommunikationsprojekte. Zudem betreut die Gruppe einige der größten Online-Media- und Suchmaschinenmarketing-Etats in Deutschland und Großbritannien. www.syzygy.net



eCircle ist der größte Anbieter für E-Mail-Marketing in Europa. Weltweit erfolgreiche Marken wie Samsung, Otto, Nintendo oder Swarovski vertrauen auf die leistungsstarke Software, erfolgreichen E-Mail-Kampagnen und umfassenden Services des Marktführers. www.ecircle.com



unique digital gehört zu den führenden Online Marketing Agenturen in Deutschland und Großbritannien. Das Leistungsportfolio umfasst Mediaplanung, Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, Affiliate Marketing sowie Social Media und Conversion-Optimierung. Die Agentur ist Teil der Syzygy Gruppe. www.uniquedigital.de



NETRADA bietet globale Full-Service eCommerce Lösungen für die Fashion-Branche. Mit über 10-jähriger Erfahrung und mit rund 2.000 Mitarbeitern sind wir exklusiver Partner führender Brands, mit denen wir gemeinsam erfolgreiche Multichannel Konzepte zur Umsatzsteigerung realisieren. www.netrada.com

Die Partner des 2. Europäischen Online-Handelskongresses 2010:



Als ein führender Anbieter von On-Demand E-Commerce-Lösungen bietet Demandware eine komplette Enterprise On-Demand E-Commerce-Plattform für wachstumsstarke Unternehmen und bekannte Markenhersteller, welche als flexibler, hochfunktionaler und effizienter On-Demand Service verfügbar ist. Mit Demandware können Versandhändler, Einzelhändler und Hersteller maßgeschneiderte E-Commerce-Lösungen betreiben - ohne Software zu kaufen oder teure Rechenzentren betreiben zu müssen. www.demandware.com

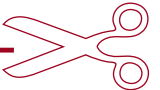


Performance Media ist eine unabhängige Online-Mediaagentur mit starkem Fokus auf quantitative Planungsziele in den Bereichen Branding und Vertrieb. Der Planungsprozess ist in der Mediaoptimierung und im kanalübergreifenden Erfolgsausweis stark technologieorientiert. www.performance-media.de

Die zentralen Themenfelder des 2. Europäischen Online-Handelskongresses

- Die Keytrends im europäischen Online-Handel 2010/2011 – Wo liegen die Potenziale?
- Wer sind die Top 10 Online-Händler in Europa und welche Strategien verfolgen sie aktuell?
- Warum haben gerade stationäre Händler enormen Aufholbedarf in puncto Online-Handel?
- Wo liegen die Stärken und Schwächen des deutschen und europäischen Online-Handels im internationalen Vergleich?
- Welche neuen Chancen und Märkte bietet cross-border E-Commerce in Europa und weltweit?
- Wo steht der deutsche Online-Handel heute in puncto crossnationaler Verkauf?
- Welche Internationalisierungsstrategien nutzen die globalen Player im Online-Geschäft?
- Wie können europäische Standards geschaffen und vorhandene Barrieren im grenzüberschreitenden Handel abgebaut werden?
- Wo bieten sich Allianzen und Partnerschaften an, um die zukünftigen Marktpotenziale effizient zu nutzen?
- Wie kann man sich eine übernationales Multichannel-Management vorstellen?
- Wie können konkrete Hindernisse in puncto Kundenlogistik, Payment und Marketing/Sales abgebaut werden?
- Social und Mobile als die neuen Wachstumstreiber – Welche Strategien haben die internationalen Keyplayer?
- **Spezial: Indien als neuer E-Commerce Boommarkt – Die Strategien des indischen Marktführers Reliance**

Fax-Anmeldung: 069 / 7595 - 3030



Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **2. Europäischen Online-Handelskongress** am 27. und 28. Oktober 2010 in Berlin an.
Der Teilnahmepreis beträgt: 1.190,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.) pro Person

Ja, ich bin interessiert/wir sind interessiert an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten.** Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.), 199,- Euro (zzgl. 19 % MwSt.) für Studenten

-15%

1. Name	2. Name	3. Name
Vorname	Vorname	Vorname
Position	Position	Position
Firma	Firma	Firma
Straße Hausnummer	Straße Hausnummer	Straße Hausnummer
PLZ Ort	PLZ Ort	PLZ Ort
Telefon Fax	Telefon Fax	Telefon Fax
E-Mail-Adresse	E-Mail-Adresse	E-Mail-Adresse

Information und Anmeldung:

So melden Sie sich an:
per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
per Telefon: 069 / 7595 - 3034
per Telefax: 069 / 7595 - 3030
per E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de/eohk10

Termin und Ort:
27./28. Oktober 2010
InterContinental Hotel Berlin
per Post: Budapester Str. 2, 10787 Berlin
Telefon: 030 / 2602 - 0
Telefax: 030 / 2602- 2600
Internet: www.berlin.intercontinental.com
EZ: 175,- Euro inkl. Frühstück
DZ: 195,- Euro inkl. Frühstück

Zielgruppe:
Die Veranstaltung richtet sich überwiegend an Vorstände und Geschäftsführer, sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus Handel, Versandhandel, Konsumgüterindustrie und Dienstleistungen, vor allem aus den Bereichen Marketing/Kommunikation, Werbung, Sales und Logistik.

Zimmerreservierung:
Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Europäischer Online-Handelskongress 2010“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:
Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. 19 % MwSt.) pro Person. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. 19 % MwSt.) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des

Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:
Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.