

2009 1. Europäischer Discounter Kongress der Lebensmittel Zeitung

200,- € FRÜHBUCHER-BONUS!
Jetzt anmelden:
www.ConferenceGroup.de/Discount

Discounter – ein Betriebstyp im Aufbruch!

Im Fokus:

Was sind die weltweiten Strategien der deutschen Discounter?

Wie wird die Plus/Netto-Fusion die deutsche Discountlandschaft verändern?

Die wichtigsten Themenfelder:

- **Das Phänomen Discount** – Eine 360-Grad-Betrachtung!
- **The Germans are Coming** – Die weltweite Expansion der deutschen Discounter
- **Aufbruch des Discounts in Osteuropa** – Wer sind die wichtigsten Player?
- **Aldi-Expansion in den USA** – Wird Aldi Walmart angreifen?
- **Eigenmarken, Markenartikel und Retail Brands** – Welche Markenpolitik werden Discounter zukünftig verfolgen?
- **Vom Hard Discount zum Nahversorger** – Discounter blicken auf die Innenstadt.
- **Nonfood – Die Schwachstelle im Discount:** Was ist zu tun?
- **Marke im Discount** – Wie positionieren sich künftig Markenartikel im Discountumfeld?

5./6. Mai 2009, InterContinental Berlin

Es referieren und diskutieren:

Armin Rehberg,
Mitglied des Vorstands,
REWE-Zentral AG – Ressort Discount National
und International, Köln

Claus Juel-Jensen,
Managing Director, Netto International
(Dansk Supermarked), Copenhagen/Denmark

Philippe Gaydoul,
CEO, Denner AG, Zürich/Switzerland

Jos Simons,
CEO, BIM Birleşik Mağazalar A.Ş.,
Istanbul/Turkey,
(BIM ist der größte türkische Discounter)

Pedro Pereira da Silva,
CEO, Jeronimo Martins Dystrybcja S.A.,
Biedronka/Poland, (größter Discounter
in Polen mit fast 2000 Märkten/
angefragt)

Jef Colryt,
Geschäftsführender Gesellschafter Colruyt,
Halle/Belgium (angefragt)

Dr. Hermann Bühlbecker,
geschäftsführender Gesellschafter,
Aachener Printen- und Schokoladenfabrik
Henry Lambertz GmbH & Co. KG, Aachen

Prof. Dr. Thomas Rudolph,
Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl für
Internationales Handelsmanagement,
Universität St. Gallen/Switzerland

Cecile Riverain,
Senior Business Analyst,
IGD Institute of Grocery Distribution,
London/UK

Koen Hazewinkel,
Founder, CEO Store Europe, The Netherlands

Richard Herber,
Director, TNS Worldpanel, London/UK

Dr. Daniel Oriesek,
Principal & Office Head, A.T. Kearney
(International) AG, Zürich/Switzerland

Robert Clark,
Director, Retail Knowledge Bank, London/UK

Dr. Jürgen Elfers,
Retail Analyst, Commerzbank AG,
Frankfurt am Main

Thomas Bachl,
Geschäftsführer,
GfK Panel Services Deutschland, Nürnberg

Matthias Queck,
Senior Discount Retail Analyst,
Planet Retail GmbH, Frankfurt am Main

Prof. Dr. Thomas Roeb,
London/UK

Bernd M. Michael,
Präsident, Deutscher Marketing-Verband e.V.,
Düsseldorf

Andreas von der Gathen,
Partner, SIMON-KUCHER & PARTNERS
Strategy und Marketing Consultants, Bonn

Nikolas Kelaiditis,
Roland Berger Strategy Consultants GmbH,
München

Franco Anselmi,
Partner, Kurt Salmon Associates, Düsseldorf

**Zugesagt hat u. a. auch ein
Spitzenvertreter von Lidl Deutschland**

Moderation:
Bernd Biehl,
stellv. Chefredakteur Lebensmittel Zeitung,
Frankfurt am Main

Michael Schellenberger,
Geschäftsführer,
Deutscher Fachverlag GmbH,
Frankfurt am Main

Zum Abschluss des 1. Kongresstages
1st European Discounter Night

Sponsor:



Product Service

Mehr Sicherheit.
Mehr Wert.

2009 1. Europäischer Discounter Kongress der Lebensmittel Zeitung



Einladung zum 1. Europäischen Discounter Kongress 2009 der Lebensmittel Zeitung

Der LEH in Deutschland und Europa befindet sich in einem rasanten Umbruch. Discounter wie Aldi, Lidl, Penny oder Netto sind auf dem Vormarsch und werden in der jetzigen Wirtschaftskrise sicherlich weiter zulegen. Aber auch in der Branche selbst werden durch die Fusion von Plus und Netto die Karten neu gemischt.

Aktuell haben Discounter nach Zahlen der GfK einen Marktanteil von fast 43 Prozent am deutschen LEH. In den nächsten Jahren könnte die magische Grenze von 50 Prozent überschritten werden – rosige Zeiten also für Discounter in Deutschland.

Die Lebensmittel Zeitung und die Conference Group haben sich daher entschlossen, erstmalig in Deutschland einen Kongress zum erfolgreichsten Handelskonzept weltweit durchzuführen.

Unter dem Motto

Discounter – ein Betriebstyp im Aufbruch!

werden am 5. und 6. Mai hochkarätige Discountexperten in Berlin zum 1. Europäischen Discounter Kongress zusammenkommen, ein bisher einmaliges Ereignis für den LEH und seine Partner in Deutschland.

Denn: Nicht nur national, auch international ist Discount derzeit im Aufwind. So wird dem europäischen Discountsektor nach der neuesten Studie von IGD „The Evolution of Discount Retailing“ ein hohes Wachstum prophezeit. In West- und Mitteleuropa werde der Marktanteil bis 2012 von jetzt 17,6 Prozent auf über 20 Prozent anwachsen, in Osteuropa sogar noch stärker, so die Prognose.

- Was wird die Zukunft des Discounts in Deutschland und Europa zukünftig prägen?
- Über welche Wettbewerbsstrategien wird der Kampf der Discountgiganten ausgegtragen?
- Wie wird die Fusion von Plus und Netto die deutsche Discountlandschaft verändern?
- Welche Länder und Märkte werden als Nächstes auf der Agenda der deutschen Discountgiganten Aldi und Lidl stehen?
- Wie muss die Markenartikelindustrie auf die Herausforderung Discount reagieren?
- Wie müssen Markenartikel ihre Vertriebsstrategie zukünftig zwischen Supermärkten und Discountern differenzieren?

Diese und weitere Fragen werden beim 1. Europäischen Discounter Kongress der Lebensmittel Zeitung in Berlin diskutiert.

Renommierte Experten aus den Bereichen Discount, Konsumgüterwirtschaft und Top-Strategieberatung werden an den beiden Kongresstagen die wichtigsten Trends und Tendenzen in der nationalen und internationalen Discountlandschaft vorstellen.

Wir würden uns freuen, Sie am 5. und 6. Mai 2009 zum 1. Europäischen Discounter Kongress der Lebensmittel Zeitung im InterContinental in Berlin begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen

Michael Schellenberger
Geschäftsführer
Deutscher Fachverlag GmbH

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH

5. Mai 2009, 1.Tag – Vormittag

Vorsitz:

Bernd Biehl,
stellv. Chefredakteur Lebensmittel Zeitung,
Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main

9.00 – 9.10

Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm durch den Vorsitzenden

9.10 – 9.30 Einführung

Discounter in Deutschland und Europa –

Was sind die aktuellen Strategien von Aldi, Lidl, Netto & Co.

Wie sehen die Zukunftsperspektiven für den deutschen und europäischen Lebensmittelhandel aus?

Bernd Biehl, stellv. Chefredakteur Lebensmittel Zeitung, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main

9.30 – 10.10

Phänomen Discount: eine 360-Grad-Betrachtung

- Die Auswirkungen des Phänomens Discount auf das Konsumverhalten
- Die Auswirkungen auf Markenartikler, Ökologie, Landwirtschaft und Volkswirtschaft
- Was sollten Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zum Phänomen Discount wissen?

Prof. Dr. Thomas Rudolph, Direktor am Forschungszentrum Handelsmanagement, Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl für Internationales Handelsmanagement, Universität St. Gallen/Schweiz

10.10 – 10.40

Discounter am Scheideweg – Eine ökonomische Bestandsaufnahme

- Sind die Discounter wie Aldi, Lidl & Co. die Gewinner der aktuellen Krise?
- In welchen Sortimentsgruppen gewinnen, in welchen verlieren Discounter aktuell?
- Status quo und Perspektiven für Discounter in Deutschland und Europa

Thomas Bachl, Geschäftsführer GfK Panel Services GmbH, Nürnberg

10.40 – 11.00 Kaffee- und Kommunikationspause

Internationale Tour d'Horizon: Global Retailing – Global Discounting

11.00 – 11.30

Discount Retailing Worldwide – Trends, Developments, Success Strategies

Die Ergebnisse der neuen IGD-Discountstudie

Cecile Reverain, Senior Business Analyst, IGD Institute of Grocery Distribution, London/UK

11.30 – 12.00

Kann Tesco in UK die deutschen Discounter Aldi und Lidl stoppen?

Der Bericht eines Insiders

German Discounters in the UK – Tesco Strategic Response to Discounters

Robert Clark, Director, Retail Knowledge Bank, London/UK

12.00 – 12.40

Deutschland einig Discountland –

Wie der Discount die Handelslandschaft in Deutschland verändert

Wie wird sich die Plus/Netto-Fusion auf den LEH in Deutschland auswirken?

Dr. Jürgen Elfers, Retail Analyst, Commerzbank AG, Frankfurt am Main

12.40 – 14.00 Lunch- und Kommunikationspause



05. Mai 2009, 1. Tag – Nachmittag

Discount in Europa – Chancen und Perspektiven Tour d'Horizon durch die einzelnen Märkte

14.00 – 14.30

Discountentwicklungen in den vier europäischen Kernmärkten – Deutschland, Frankreich, Holland und UK im Vergleich – Ergebnisse einer neuen Studie der Universität Groningen/Holland

Wo liegen künftigen Wachstumsfelder?

Die Zukunft des Discounts als Nahversorger in Deutschland und Europa

Koen Hazewinkel, Founder Store Europe, The Netherlands

14.30 – 15.00

Wachstumsmarkt Osteuropa – Erfolgsstrategien aus der Sicht des führenden polnischen Discounters

Pedro Pereira da Silva, CEO, Jeronimo Martins Dystrybucja S.A., Biedronka/Poland,
(angefragt)

15.00 – 15.40

Discount in der Schweiz – Die Perspektiven aus der Sicht von Denner

Wie reagiert der Schweizer Einzelhandel auf die Expansion von Aldi & Lidl?

Philippe Gaydoul, CEO, Denner AG, Zürich/Switzerland

15.40 – 16.10 Kaffee- und Kommunikationspause

16.10 – 16.30

Die Erfolgsgeschichte von Netto – Perspektiven für den deutschen Markt

Claus Juel-Jensen, Managing Director, Netto International (Dansk Supermarked)
Copenhagen/Denmark

16.30 – 17.00 Keynote

Herausforderungen für Discounter und ihre Partner aus der Perspektive von Penny

Armin Rehberg, Mitglied des Vorstands, REWE-Zentral AG –

Ressort Discount National und International, Köln

17.00 – 17.30 Keynote

Es referiert ein **Spitzenvertreter** von Lidl/ Deutschland

(Thema und Referent werden noch bekannt gegeben)

17.30 – 18.00

European Discount CEO Summit 2009

Discounter 2009 – eine Branche im Aufwind!

Entwicklungen und Perspektiven

Es diskutieren:

Armin Rehberg,

Mitglied des Vorstands, REWE-Zentral AG – Ressort Discount National und International

Pedro Pereira da Silva,

CEO, Jeronimo Martins Dystrybucja S.A., (angefragt)

Claus Juel-Jensen,

Managing Director, Netto International (Dansk Supermarked)

Hermann Bühlbecker,

geschäftsführender Gesellschafter, Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz

Moderation:

Bernd Biehl, stellvertr. Chefredakteur Lebensmittel Zeitung, Deutscher Fachverlag GmbH

18.30 – 19.00 Cocktail & Reception

ab 19.00 **Abendveranstaltung – „1st European Discounter Night“** der Lebensmittel Zeitung.

Zum Abschluss des 1. Kongresstages trifft sich auf Einladung der Lebensmittel Zeitung

die deutsche und europäische Discountbranche zur 1st European Discounter Night im

InterContinental in Berlin. Nutzen Sie die Gelegenheit bei diesem erstmalig stattfindenden

Event zum Austausch mit Referenten, Kollegen und Ausstellern. Bauen Sie Ihr Netzwerk aus –

und vertiefen Sie Ihre Branchenkontakte.

Sponsor der Abendveranstaltung:



Mehr Sicherheit.
Mehr Wert.

6. Mai 2009, 2. Tag – Vormittag

Perspektiven für erfolgreiches Discounting in Deutschland und Europa Erfolgsstrategien und neue Wege

Vorsitz:

Michael Schellenberger, Geschäftsführer, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt am Main

9.00 – 9.10 Einführung in den 2. Kongresstag

9.10 – 9.50

Discounter 2009 – Wo liegen noch Wachstumsfelder für Discounter?

The Germans are Coming – Wo liegen die weltweiten Wachstumsfelder für deutsche Discounter?

Nonfood als Problemfeld – Wo liegen hier neue Ansätze und Perspektiven?

Prof. Dr. Thomas Roeb, London/UK

9.50 – 10.30

Pricing im Discount – Herausforderungen für Hersteller und Händler

• Was ist zu tun? Wie müssen sich Markenartikler positionieren?

• Warum sollten Preiskriege besser verhindert werden?

Andreas von der Gathen, Partner, SIMON-KUCHER & PARTNERS

Strategy und Marketing Consultants, Bonn

10.30 – 11.00 Kommunikations- und Kaffeepause

11.00 – 11.30

„The Germans are Coming“ – Weltweite Wachstumsmärkte für Discount!

Speziell: Entwicklung des Discounts in den USA und Asien – Status quo und Perspektiven

Richard Herber, Global Insight Director, Europanel, UK

11.30 – 12.10

Emerging Discount Markets – Discountstrategien in der Türkei am Beispiel BIM

Jos Simons, CEO, BIM Birleşik Mağazalar A.Ş., Istanbul/Turkey –

BIM ist der größte türkische Discounter

12.10 – 13.45 Lunch- und Kommunikationspause

6. Mai 2009, 2. Tag – Nachmittag

If you can't beat them, join them – Strategioptionen für Markenartikler im Discountumfeld

13.45 – 14.20

Eigenmarken: Wie verändern sich die Sortimente und Preisstrukturen der führenden Discounter in Deutschland und Europa

Wohin geht die Reise?

Matthias Queck, Senior Discount Retail Analyst, Planet Retail GmbH, Frankfurt am Main

14.20 – 15.00

Sollen Markenartikler „in den Discount gehen“? – Was empfehlen Top-Strategieberater

Statement-Referat 1: Empfehlungen von KSA

Konsumentengetriebene Differenzierung – Was Discounter von ihren Lieferanten erwarten

Franco Anselmi, Partner, Kurt Salmon Associates, Düsseldorf

Statement-Referat 2: Empfehlungen von Roland Berger Strategy Consultants

Vertriebsdifferenzierung zwischen Supermärkten und Discountern – Was ist entscheidend?

Nikolas Kelaiditis, Roland Berger Strategy Consultants GmbH, München

15.00 – 15.30

Business Wargaming – eine neue Perspektive zur Wettbewerbsfähigkeit im Einzelhandel

Dr. Daniel F. Orieseck, Principal & Office Head, A.T. Kearney (International) AG, Zürich/Switzerland

15.30 – 16.15 Abschlussreferat

Marken und Discount –

Wie könnte die Zukunft von Marken und Discountern in Deutschland aussehen?

Bernd M. Michael, Präsident, Deutscher Marketing-Verband e.V., Düsseldorf

16.15 Ende des 1st Europäischen Discounter Kongresses 2009 der Lebensmittel Zeitung





2009 1. Europäischer Discounter Kongress

der Lebensmittel Zeitung

Fachausstellung

Fachausstellung zum 1. Europäischen Discounter Kongress 2009

Auf der begleitenden Fachausstellung können Partner des Discounterhandels innovative Produkte und Dienstleistungen vorstellen.

Aussteller sind etwa:

- **Top-Lieferanten mit außergewöhnlichen Produktideen**
- **Dienstleister aus den Bereichen Fulfillment, Logistik oder IT**
- **Berater und Agenturen**

Nutzen Sie die Chance, Ihre Produkte bzw. Ihr Know-how den Top-Entscheidern der Branche zu präsentieren, und sichern Sie sich noch heute Ihre Ausstellungsfläche.

Nähere Informationen erhalten Sie unter

Telefon 0 69/75 95-30 00,

per E-Mail info@conferencegroup.de

oder senden Sie uns das aufgefüllte Anmeldeformular zurück an die

Fax-Nummer 0 69/75 95-3010.

Der Kongress wird veranstaltet in Zusammenarbeit mit

Lebensmittel Zeitung

Die Lebensmittel Zeitung ist die führende Fach- und Wirtschaftszeitung der Konsumgüterbranche in Deutschland. Wer aktuelle Nachrichten, Analysen und Hintergrundberichte zu Marketingstrategien, Sortiments- und Vertriebskonzepten deutscher und internationaler Handels- und Industrieunternehmen sucht, findet sie in der LZ – oftmals exklusiv. Dabei reicht das Spektrum der Berichterstattung von Food über Nonfood bis hin zu IT und Logistik.

www.lz-net.de



Mehr Sicherheit.
Mehr Wert.

Wir danken dem Sponsor:

TÜV SÜD Product Service ist ein weltweit operierendes Unternehmen. Wir bieten Ihnen ein komplettes Servicepaket entlang der gesamten Wertschöpfungskette in den Bereichen Prüfen, Zertifizieren und Prozessoptimierung. Gewinnen Sie Sicherheit und Qualität mit dem anerkannten TÜV SÜD-Prüfzeichen – für Hersteller, Händler und Verbraucher. www.tuev-sued.de/trade

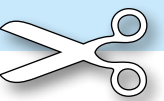
Fax-Anmeldung: 0 69 / 75 95-30 10

Ja, hiermit melde ich mich zum **1. Europäischen Discounter Kongress 2009** der Lebensmittel Zeitung am 5. und 6. Mai 2009 an.

Teilnahmepreis: 1.399,- € (zzgl. 19 % MwSt.)

Frühbucherpreis: 1.199,- € (zzgl. 19 % MwSt.) bis zum 16. April 2009

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



- 15%

1. Name	2. Name	3. Name
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Vorname	Vorname	Vorname
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Position	Position	Position
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Firma	Firma	Firma
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Straße Hausnummer	Straße Hausnummer	Straße Hausnummer
<hr/>	<hr/>	<hr/>
PLZ Ort	PLZ Ort	PLZ Ort
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Telefon Fax	Telefon Fax	Telefon Fax
<hr/>	<hr/>	<hr/>
E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*
<hr/>	<hr/>	<hr/>

***Ja**, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.

***Ja**, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.

***Ja**, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.

So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
 per Telefon: 0 69/75 95-30 00
 per Telefax: 0 69/75 95-30 10
 per E-Mail: info@conferencegroup.de
 per Internet: www.conferencegroup.de

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „1. Europäischer Discounter Kongress 2009“ vor.

InterContinental Berlin, ein Betrieb der Neue Dorint GmbH

Budapester Straße 2, 10787 Berlin

Tel. : 0 30 / 26 02 12 87 Fax: 0 30 / 26 02 11 82 EZ: 145,- € inkl. Frühstück DZ: 165,- € inkl. Frühstück

E-Mail: berha.reservation@ihg.com www.berlin.intercontinental.com

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt 1.399,- EUR (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 30. März 2009 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von 200,- EUR. 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 50,- EUR (zzgl. 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.