

HANDELSWERBE GIPFEL 2012

The Retail Communication Summit!

The New Media Game – Wie kommuniziert der Handel morgen?

13./14. März 2012 – Dorint Pallas Hotel Wiesbaden

Die Topics:

- **Handelswerbung in Zeiten globaler Umbrüche** – Wie erfolgreiche Händler aktuell werben
- **10 Big Ideas for the Future of Retail Communication** – Was zeichnet erfolgreiche Handelskommunikation zukünftig aus?
- **Tour D´Horizon durch die weltweite Handelswerblandschaft** – What´s vibrant, what´s hot?
- **Retail Excitement, Retail Branding & Creativity** – Die subtile Kraft der Verführung
- **The Art of Storytelling** – Wie Sie Ihre Kunden immer wieder von Neuem faszinieren können
- **The Power of Emotions** – Print als Premiummedium
- **Digital Age** – Wo liegen die wirklichen Potenziale der neuen Technologien?
- **Always Connected** – Welche Werbemöglichkeiten bieten Smartphones und Tablet PCs dem Handel?
- **Social & Mobile Media** – The new frontiers for retailers!
- **Wie müssen sich Zeitungen, TV und Radio neu erfinden**, um in der digitalen Welt wettbewerbsfähig zu bleiben?
- **Outlook 2015** - Wie wird sich Retail Advertising in der Zukunft ändern?

Es referieren und diskutieren u.a.:



Manfred Mandel, CMO International / Generalbevollmächtigter, real-, SB-Warenhaus



Shubhankar Ray, Global Brand Director, G-Star Raw



Carmen Borsche, Head of Social Commerce, Nestlé Deutschland



Alina Kessel, CEO, DDB Tribal Group



Michael Burk, Industry Leader, Google Germany



Thomas Strerath, CEO, Ogilvy & Mather Deutschland



Stefan Schürg, Bereichsleiter Marketing und PR, SportScheck



Torsten Müller, Director Marketing & Communication, Carglass



Nils Giese, Planning Director, Saatchi & Saatchi X



John A. Torella, Senior Partner, Marketing, J.C. Williams Group Limited



Sebastian Raßmann, Innovation Advisor, TrendONE



Sandra Goldt, Projektmanagerin Social Media Marketing, OTTO



Andreas Milles, Brand & Communication, Spreadshirt



Mike Klinkhammer, Head of Display Advertising, eBay Advertising Group



Marc Sasserath, Gründer & Geschäftsführer, Musiol Munzinger Sasserath



Nicole Crichton, Sales Direktorin, SevenOne AdFactory

Prof. Tim Bruysten, Geschäftsführender Gesellschafter, richtwert Gesellschaft für Komm | **Michele Pignatti Morano**, Head of the New Business Department, Ferrari, Italien (angefragt) | **Michael Burk**, Industry Leader, Google Germany | **Timo Thomsen**, Client Business Partner, Nielsen Media Research GmbH | **Dr. Andreas Bersch**, General Manager, Berliner Brandung | **Alexander Sempf**, Geschäftsführer Verkauf, Radio Marketing Service | **Thomas Engel**, Sales, Marketing & PR, Coupies | **Jan Isenbart**, Leiter Marktforschung, IP Deutschland | **Thomas Goertz**, Business Development Manager Deutschland, Scanbuy Denmark | **Norbert Wittmann**, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult | **Sandra Bonis Charancle**, Chef de projet Merchandising, Dia-Mart/Ebeltoft/Frankreich | **Stefan Endrös**, Jurist und Journalist, Geschäftsführender Gesellschafter, Journal International Verlags- und Werbegesellschaft | **Francis Meyer-Postelt**, Geschäftsführer, mediarevolte | **Mark Leinemann**, Founder & Director, MR. WOM – Word of Mouth Marketing Beratung | **Christian Hupertz**, CEO, Grey Worldwide (in Abstimmung) | **Markus Großweischede**, Marketing Director, Hasbro Deutschland GmbH | **Ronald Focken**, CEO, Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation | **Martin Wunnike**, Verlagsleiter, Mittelbayerische Werbegesellschaft | **Oliver Blecken**, COO, MediaCom | **Matthias Wahl**, Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung, OMS | **Franziska von Lewinski**, Geschäftsführerin, Interone Worldwide

Premium Partner:



Platin Partner:



Metropolregion Rheinland

Partner:



Medienpartner:



Eventpartner:



Eine Veranstaltung von:



In Zusammenarbeit mit:



Moderation:

Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag

9.00 Eröffnung des Handelswerbe-Gipfels 2012 durch den Moderator

The Future of Retail Media: Wie sehen Entscheider die Zukunft der Kommunikation?

9.10 – 9.40 Visionary Opening

Eine Zeitreise ins Jahr 2021 – The Future of Retail Communication

Sebastian Raßmann, Innovation Advisor, TrendONE GmbH

Sebastian Raßmann nimmt Sie mit auf eine spannende multimediale Trendreise in das Jahr 2021. Welche Trends erwarten uns: Das Internet explodiert auf die Straße und wird zum Outernet, Gamification oder wie motiviere ich den Konsumenten spielerisch und die Konvergenz der Medien sind nur drei Stationen der Reise. Also: Fasten your seatbelts and get ready for boarding!

9.40 – 10.00

The New Media Game – Wie verteilt der Handel aktuell seine Werbegelder?

- Welche Rolle wird Print zukünftig spielen?
- Hat die Zeitung noch Chancen; wenn ja, welche?
- Wird immer mehr Budget in die digitalen Medien „wandern“?

Timo Thomsen, Client Business Partner, Nielsen Media Research GmbH

10.00 – 10.20 Impulsreferat

Was zeichnet erfolgreiche Handelskommunikation von morgen aus?

- Leading in Retail Communication – Was bedeutet dies?
- Was sind die Herausforderungen für Erfolgshändler und Markenartikler?

Thomas Strerath, CEO, Ogilvy & Mather Deutschland GmbH

10.20 – 10.45 Expertenrunde

The New Media Game – Wie wird der Handel morgen werben? Wie verteilt der Handel seine Werbegelder?

- Medienvielfalt im Handel – Wer spielt die erste Geige?
- Klassisch – Online – LoMoSo – Welchen Medien gehört die Zukunft? Wo liegen die wirklichen Potentiale der neuen Medien?
- Wie müssen sich Zeitungen, TV und Radio neu erfinden, um in der digitalen Welt wettbewerbsfähig zu bleiben?

Es diskutieren:

Manfred Mandel, CMO International / Generalbevollmächtigter real,- SB-Warenhaus GmbH

Alexander Sempff, Geschäftsführer Verkauf, Radio Marketing Service GmbH und Co. KG

Jan Isenbart, Leiter Marktforschung, IP Deutschland GmbH

Stefan Hilscher, Geschäftsführer Verlag, Verlag M. DuMont Schauberg Expedition der Kölnischen Zeitung GmbH & Co. KG

10.45 – 11.10 Kommunikations- und Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

Tour D'Horizon durch die weltweite Handelswerblandschaft – What's hot, what's new?

11.10 – 11.35

Future Retail Communication – The Google Perspective

Gero Graf, Strategic Partnerships Europe, Middle East & Africa, Google Inc. und

Michael Burk, Industry Leader, Google Germany GmbH

11.35 – 12.00 Impulsreferat

Shopping 2020: Über Neo-Consumer und Neo-Shopper

- Bewegungen und Trends am Markt
- Neo-Consumer und Neo-Shopper: Zielgruppen 2020
- Multichannel Erkenntnisse für den Handel und Chancen für den POS – Learnings und Erfolgsbeispiele

Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG

12.00 – 12.25 The French Perspective

Excellence in Retail Communication

Sandra Bonis Charancle, Chef de projet Merchandising, Dia-Mart/Ebeltoft/Frankreich

(Vortrag in englischer Sprache)

12.25 – 13.00 The American Perspective

Re_Think Retail Branding

- Was sind Kommunikationsstrategien der erfolgreichsten Händler in den USA und weltweit?
- Was folgt daraus für deutsche Einzelhändler und ihre Kommunikationsstrategien?
- Learnings for more Success in Retail Communication

John A. Torella, Senior Partner, Marketing, J.C. Williams Group Limited/Canada

(Vortrag in englischer Sprache)

13.00 – 14.00 Kommunikations- und Kaffeepause, Besuch der Fachausstellung

Erfolgsrezepte und -beispiele für Handelskommunikation in der neuen Welt

14.00 – 14.25

The Future of Retail Communication – Physical vs. e-Experience

Was zeichnet erfolgreiche Handelskommunikation von morgen aus?

Franziska von Lewinski, Geschäftsführerin, Interone GmbH

14.25 – 14.50

Content CRM – Mit den richtigen Inhalten beim Kunden punkten!

- Content2Go: Relevante Inhalte über alle Kanäle von Print über das Web zum App
- Storytelling und Content-Management = Customer Management: Aktive Kaufanreize für Ihre Kunden im Handel

Stefan Endrös, Geschäftsführender Gesellschafter, Journal International Verlags- und Werbeagentur mbH

14.50 – 15.15

Winning the Zero Moment of Truth – Wie man mit Word of Mouth Marketing die Kaufentscheidung am Point of Sales beeinflusst

Mark Leinemann, Founder & Director, MR. WOM – Word of Mouth Marketing Beratung

15.15 – 15.40 Praxisbeispiel

Emotional Branding als Herausforderung für die Handelskommunikation

- Social Creativity als Werttreiber in der digitalen Welt
- Wie Brand Networks Marken mit Menschen und Menschen miteinander verbinden
- Anwendungsbeispiele aus der Handelswerbung: REWE und andere

Alina Kessel, CEO, DDB Tribal Group GmbH

15.40 – 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause, Besuch der Fachausstellung

The New Retail Communication Game – Kreative Kommunikationsführerschaft für den Handel

16.00 – 16.25

Shopper Marketing und Retail Advertising in the „Age of Now“

- Wie wollen Kunden morgen angesprochen werden?
- Spielen „tradierte Werbeformate“ noch eine Rolle?

Nils Giese, Planning Director, Saatchi & Saatchi X

16.25 – 16.50

Retail Advertising of Luisa via Roma – The Hub for fashionable Luxe

Andrea Panconesi, CEO, LUISAVIAROMA

16.50 – 17.15

Award Cocktail vor der Preisverleihung

Mit freundlicher Unterstützung von: 

17.15 – 19.00



Preisverleihung Merkur Award + Special Award Best Sellers Best



Moderation:

Alexandra Polzin

MERKUR Award für kreative Handelswerbung

Prämiert werden Handelsunternehmen, denen es besonders überzeugend gelingt, mit kreativer Werbung ihre Marke zu emotionalisieren oder überraschend zu präsentieren.

Die Kategorien: Print • TV & Rundfunk • Out-of-Home • Online

+ Special Award ZMG Best Sellers Best

+ Special Award Local Heroes

Die Jury:

- Manfred Mandel, real,-
- Thorsten Rolfes, C&A
- Burkhard Mensing, Dirk Rossmann
- Robert Köhler, Bauhaus
- Roger Ulke, Konsum Dresden
- Dr. Gunnar George, Möbel Kraft
- Anja Müller, Otto Group
- Jesko Perrey, McKinsey & Company
- Stefan Kolle, Kolle Rebbe
- Marc Schwieger, Scholz & Friends
- Markus Ruppe, ZMG – Zeitungs-Marketing-Gesellschaft
- Markus Gotta, HORIZONT
- Marcelo Crescenti, Der Handel

www.merkuraward.de

Eventpartner: 

Mit freundlicher Unterstützung von:



Metropolregion Rheinland



**FACHKONFERENZ 1:
Retail Communication in FMCG – Was zeichnet exzellente Food- & Nonfood-Kommunikation morgen aus?**

in Zusammenarbeit mit der Lebensmittel Zeitung

Moderation:
Günther Nessel, Geschäftsführender Gesellschafter, taste! food & beverage communication

9.00 – 9.30

Erlebnis bringt Ergebnis – Die Kunst des Retail Branding und der Retail Communication im FMCG

- Markenerleben > Erlebnismarketing > Marketing
- Was sind die Benchmarks?
- Wie werben erfolgreiche Unternehmen weltweit?

Marc Sasserath, Gründer & Geschäftsführer, Musiol Munzinger Sasserath Gesellschaft für umsetzungsorientierte Markenberatung und Markenentwicklung mbH

9.30 – 10.00 Praxisbeispiel

A uniquely lively online marketplace: Der Nestlé Marktplatz – Entdecken, Shoppen, Mitmachen

Two way communication with our consumers
Carmen Borsche, Head of Social Commerce, Nestlé Deutschland AG

10.00 – 10.30

Excellent Communication in Retail & FMCG – What's hot, What's working?

Ronald Focken, CEO, Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

**FACHKONFERENZ 2:
The Power of Communication – Was sind die neuen Benchmarks für die Fashion- und Lifestyle-Branche?**

in Zusammenarbeit mit der Sportswear International

Moderation:
Klaus Hang, Editor-at-Large, Sportswear International, Deutscher Fachverlag

9.00 – 9.30 Praxisbeispiel

Wir verkaufen sportliche Emotionen – Die Multichannel-Strategie von SportScheck

Stefan Schürg, Bereichsleiter Marketing und PR, SportScheck GmbH

9.30 – 10.00 Praxisbeispiel

Erst kommt die Liebe. Und dann der Sales

- Wie Mobile Media den POS befeuern kann und wie man gleichzeitig seine Verkäufer neu justiert
- Erfolgsbeispiel Biotherm – Eine Erzählung aus dem wahren Leben

Francis Meyer-Postelt, Geschäftsführer, mediarevolte – Atelier für Werbung

10.00 – 10.30 Praxisbeispiel

Inventing the Future, inspiring People – The G-Star Brand and Advertising Story

Shubhankar Ray, Global Brand Director, G-Star Raw, Niederlande

10.30 – 11.00 Kaffee- und Kommunikationspause

**THE NEW MEDIA GAME
Handelswerbung im digitalen Zeitalter – Die Zukunft von Print, TV, Online, Social Media, Digital Signage und Out of Home**

**MASTERCLASS 1:
Print und Zeitungen 2.0 – Offline trifft Online Excellence**

Moderation:
Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag

11.00 – 11.20

Neue Marketingideen für alte und neue Zeitungsmärkte

Martin Wunnike, Verlagsleiter, Mittelbayerische Werbegesellschaft KG

11.20 – 11.40

Erfolgskonzept regionales Online-Handelsmarketing

- Nationale Online-Kampagne - regionale Schwerpunkte
- Werbebotschaften gezielt aussteuern
- Für ein Mehr an Werbewirkung - aufgezeigt an Beispielen

Matthias Wahl, Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung der OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG

11.40 – 12.00 Round up discussion in Zusammenarbeit mit



Zeitungen: Print + Online

- Kraft der Zeitung - Wie übertragen deutsche Zeitungen ihren Kernnutzen in die Online-Welt?
- Zeitung Off- und Online - Die Komplettierung des Basis-Werbeträger?
- Werbemittel für den Handel von morgen - Von der Anzeige bis zur digitalen Beilage

Es diskutieren:

Martin Wunnike, Verlagsleiter, Mittelbayerische Werbegesellschaft KG

Matthias Wahl, Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung der OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG

Oliver Blecken, COO, MediaCom Agentur für Media-Beratung GmbH

**MASTERCLASS 2:
Netzathleten – Online als Lead Medium für Handel und Werbung**

Moderation:
Olaf Kolbrück, Leiter, Etailment.de; Reporter Internet und E-Business HORIZONT, Deutscher Fachverlag

11.00 – 11.30

Vermarktungskanal „Online-Retail-Media“

- Neue Handelsmöglichkeiten für Händler und Nutzer auf e-Commerce Plattformen
- Potenzial von Online-Werbung innerhalb von Online-Retail-Medien und die punktgenaue Verknüpfung des Nutzers mit seiner Lieblingsmarke

Mike Klinkhammer, Head of Display Advertising, eBay Advertising Group

11.30 – 12.00 Praxisbeispiel

Digitale Handelswerbung 2012 – lokal, mobil, persönlich!

- Streuverluste minimieren, Reichweite erhöhen, Kunden binden
- Digitales Multi-Channel-Marketing für relevante Sichtbarkeit
- Trends von Marktjagd, Facebook, barcoo und Google

Jan Großmann, Geschäftsführung, Marktjagd GmbH

**MASTERCLASS 3:
Wachstumsfelder TV / Bewegtbild / Out-of-Home – Leistungsstark im Mediamix**

Moderation:
Jürgen Scharrer, Chefredakteur, HORIZONT, Deutscher Fachverlag

12.00 – 12.20 Praxisbeispiel

The Power of Service – Neue Dimensionen für die Handelswerbung

Torsten Müller, Director Marketing & Communication, Carglass GmbH

12.20 - 12.40

Innovative 360°-Vermarktung – Chancen für den Handel

Nicole Crichton, Sales Direktorin, SevenOne AdFactory

12.40 – 13.00 Praxisbeispiel

Vernetzte Handelswerbung – Erfolgsfaktor Branded Entertainment

Oliver Blecken, COO, MediaCom Agentur für Media-Beratung GmbH
Markus Großweischede, Marketing Director, Hasbro Deutschland GmbH

**MASTERCLASS 4:
Social Media in der Marken- und Handelskommunikation – Potenziale im digitalen Zeitalter**

Moderation:
Olaf Kolbrück, Leiter, Etailment.de; Reporter Internet und E-Business HORIZONT, Deutscher Fachverlag

12.00 – 12.20 Impulsreferat

Facebook Marketing & Commerce – Chancen für den Handel

- Qualifizierte Reichweiten in der Kommunikation statt Gewinnspielen und Coupons
- Fans binden und begeistern im Facebook Shop
- Neue Umsatzpotenziale für den Handel im open graph

Dr. Andreas Bersch, General Manager, Berliner Brandung GmbH

12.20 – 12.40 Praxisbeispiel

Was bringt Social Media? – Wie Facebook Markenwahrnehmung und Kaufentscheidung beeinflusst

- Strategische Social Media-Ziele
- Direkte Erfolgsmessung und Entwicklung langfristiger Erfolgskennzahlen

Sandra Goldt, Projektmanagerin Social Media Marketing, OTTO GmbH & Co KG

12.40 – 13.00 Praxisbeispiel

Social Shopping & Social Advertising – Wie Facebook & Co. Teil einer effektiven Unternehmenskommunikation werden

- Kommunikation in Sozialen Netzwerken - jenseits von „Push- & Pull“
- „Innovation hoch2“ User integrieren und Kundenloyalität & Markenstrategie gewinnen.
- „Shitstorm“-Wettervorhersage: Wie geht man mit der destruktiven Macht der Netzwerke um?

Prof. Tim Bruysten, Geschäftsführender Gesellschafter, r i c h t e r t Gesellschaft für Kommunikationskultur mbH

13.00 – 14.00 Mittags- und Kommunikationspause

**Idea Lab
Mobile, Couponing, LBS & Co – Wie digitale Tools den stationären Handel verändern**

Moderation:
Olaf Kolbrück, Leiter, Etailment.de; Reporter Internet und E-Business HORIZONT, Deutscher Fachverlag

14.00 – 14.20

Mobile Couponing – Lokales Marketing auf den Smartphones Ihrer Kunden

Thomas Engel, Sales, Marketing & PR, Coupies GmbH

14.20 – 14.40 Praxisbeispiel

Everywhere Commerce – Mobile Shopping auf Smartphones und Tablets als die nächste Dimension des Handels

Thomas Goertz, Business Development Manager Deutschland, Scanbuy Denmark ApS

14.40 – 15.00 Praxisbeispiel

Online, Offline, No-line – Das Ende der Kaufentscheidung am POS?

- „Offsite“- und Plattform-Gedanke: fCommerce und mobile Commerce als neue Konsumentenaktivierung?
- Von Marktplätzen (ebay, amazon, dawanda, etsy, otto oder neckermann) bis hin zum „Shop in Shop“.

Andreas Milles, Brand & Communication, Spreadshirt GmbH

15.00 Schlusswort und Ende des 4. Handelswerbe-Gipfels 2012

EINLADUNG ZUM HANDELSWERBE-GIPFEL 2012

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Medienlandschaft ändert sich dramatisch. Zwar bleibt die Zeitung laut Nielsen Media Research auch in diesem Jahr beliebtester Werbeträger für den Einzelhandel in Deutschland, doch klassische Werbeformen wie Flyer, Anzeigen, Kataloge verlieren im deutschen Einzelhandel immer mehr an Bedeutung.

Laut dem aktuellen EHI Marketingmonitor werden nur noch 58 % der Werbeetats in „traditionelle Handelswerbung“ investiert. 2009 waren es noch 70 %. Der Handel schichtet seine Budgets zunehmend in die digitale Welt um. Bleibt die spannende Frage: Wer sind die zukünftigen Gewinner-Medien und wie wird der kleiner werdende Werbekuchen zukünftig verteilt?

Die Conference Group hat zusammen mit den wichtigsten Fachmedien des Deutschen Fachverlags – HORIZONT, Lebensmittel Zeitung, Textilwirtschaft und Der Handel und Sportswear International – diese Entwicklungen zum Anlass genommen, den

4. Handelswerbe-Gipfel 2012 unter das Motto zu stellen:

The New Media Game – Wie kommuniziert der Handel morgen?

Am **13. und 14. März 2012** treffen sich in **Wiesbaden** innovative Einzelhändler, Werbe- und Marketingleiter aus Handel und Konsumgüterwirtschaft sowie ihre wichtigsten Partner aus Werbung und Kreation, um die zentralen Fragen zur Zukunft der Handelswerbung zu diskutieren.

Im Mittelpunkt des zweitägigen Kongresses stehen folgende Themen und Fragen:

- Handelswerbung in Zeiten globaler Umbrüche – Wie erfolgreiche Händler aktuell werben
- Retail Excitement & Creativity – Die subtile Kraft der Verführung
- The digital Age – Wo liegen die wirklichen Potenziale der neuen Technologien?
- The Power of Emotions – Print als Premiummedium
- Social & Mobile Media – The New Frontiers for Retailers!
- 10 Big Ideas for Future of Retail Communication – Was zeichnet erfolgreiche Handelskommunikation zukünftig aus?
- Outlook 2015 – Wie wird sich die Handelswerbelandschaft in Zukunft ändern?

Erfahren Sie von Top-Experten und Repräsentanten der zentralen Mediengattungen, wie Sie morgen erfolgreich um Kunden werben können. Der Handelswerbe-Gipfel 2012 stellt Ihnen punktgenau die neuen Trends in der Handelswerbung sowie die Potenziale für die Kommunikation von morgen vor.

Ein besonderes **Highlight** ist die Verleihung des **Merkur Awards** am Abend des ersten Veranstaltungstag. Prämiert werden Handelsunternehmen, denen es besonders überzeugung gelingt, mit kreativer Werbung ihre Marke zu emotionalisieren und attraktiv zu präsentieren. (Einsendeschluss 15. Februar 2012)

Profitieren Sie von neuen Impulsen, Denkanstößen und Ideen, um auch zukünftig erfolgreich zu sein. Wir freuen uns auf eine aufregende und spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen im März in Wiesbaden.

Mit besten Grüßen

Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer
HORIZONT

Marcelo Crescenti
Chefredakteur
Der Handel

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group

+ Marktplatz für erfolgreiche Handelskommunikation!

Auf der Fachausstellung Retail Media Expo 2012 haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner des Handels die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen vorzustellen:

**Print • Corporate Publishing • TV • Digital Signage • Radio
Marktforschung • Digital/Online • Consulting • Retail Brand
Management • Visual Merchandising und
POS Marketing • Mobile • Social Media**

Nutzen Sie die Chance, Ihre Kompetenz den Top-Entscheidern der Branche zu präsentieren und sichern Sie sich noch heute Ihre Ausstellungsfläche. Nähere Informationen senden wir Ihnen gerne zu.

Ihre Ansprechpartnerin:

Nadine Binder, Telefon 069/7595-3021,
per E-Mail ausstellung@conferencegroup.de
oder senden Sie uns das ausgefüllte Anmeldeformular zurück
an die Faxnummer 069/7595-3020.

Die Partner des 4. Handelswerbe-Gipfel 2012

Premium Partner:



Die **ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft** (Frankfurt am Main) ist der zentrale Marketing-Dienstleister der Zeitungsverlage. Sie bietet Forschung, Planung und Beratung. Sie unterstützt Werbekunden und Agenturen mit praxisorientierten Dienstleistungen von der Mediaplanung bis zur Werbewirkungskontrolle:
www.DIE-ZEITUNGEN.de

Platin Partner:



ACN bringt Sie in die Metropolregion Rheinland. Als Deutschlands größte regionale Tageszeitungskombi bietet ACN Kommunikationslösungen, die über die zehn führenden Tageszeitungen des Rheinlands Spitzenwerte in punkto Reichweite und Kaufkraft erzielen.
www.acn-rheinland.de/

Event Partner:



Journal International ist einer der führenden Verlagspartner für Marketing- und Kundenmedien – Print wie Online. Durch langjährige Erfahrung verfügen wir über eine hohe Kompetenz im Bereich der hochwertigen Kundenkommunikation. Journal International entstand aus der Kooperation mit Presse & Medien International (PMI), einem der führenden deutschen Redaktions-Provider und beschäftigt mittlerweile über 70 Mitarbeiter am Standort München und 42 im Ausland.
www.journal-international.de

Fax-Anmeldung: 069/7595-3030

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **4. Handelswerbe-Gipfel 2012** in Wiesbaden am 13./14. März 2012 an.
Teilnahmepreis: 1.190,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.)
Sonderpreis für Händler: 990,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.)

Ja, ich bin 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,- EUR zzgl. MwSt. (199,- EUR zzgl. 19 % MwSt. für Studenten)

1. Name / Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße/Hausnummer _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail-Adresse _____

2. Name / Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße/Hausnummer _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail-Adresse _____

- 15 %

3. Name / Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße/Hausnummer _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail-Adresse _____

Datum _____ Unterschrift _____

Ich bin damit einverstanden, dass Sie mich per E-Mail oder Brief über neue Angebote von The Conference Group informieren.

Kontakt und Anmeldung:
Telefon: 0 69/75 95-30 36
Fax: 0 69/75 95-30 30
Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
E-Mail: anmeldung@conferencegroup.de
Internet: www.conferencegroup.de/hwg12

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 „Handelswerbe-Gipfel 2012“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:
Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt 990,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.) pro Person für Teilnehmer aus dem Handel und 1.190,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.) pro Person für sonstige Teilnehmer. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress 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 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. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

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