

Das Top-Kongressevent für den LEH und die Markenartikelindustrie in Deutschland!

Jetzt anmelden:
www.conferencegroup.de/supermarkt

Deutscher Supermarkt Kongress

**Faszination Supermarkt: Handel oder Hersteller
– Wer sind die Innovations-Champions am POS von morgen?**

Die wichtigsten Themenfelder des Deutschen Supermarkt Kongresses:

- **Zukunftskonzepte für Supermärkte im Spannungsfeld von SEH und Zentrale** – Wer wird gewinnen?
- **Consumer Insights** – Was will der Kunde? Welche neuen Produkte müssen Handel und Hersteller entwickeln?
- **Handel versus Hersteller** – Wird der Handel zum Innovationstreiber oder können Hersteller ihre Innovationsführerschaft sichern?
- **Open Innovation und Co-Creation** – Wie Sie Kunden und Kooperationspartner erfolgreich als Innovationstreiber nutzen können
- **Von Drive-in bis Self-Checkout** – Was können deutsche Händler von führenden Food Retailern weltweit lernen?
- **Retail 2.0** – Wie die neuen Medien den POS verändern werden!
- **Handels- versus Herstellermarke** – Wer macht das Rennen um die Zweitplatzierung?

Es referieren und diskutieren:

Gerhard Bersenbrügge, Vorstandsvorsitzender, Nestlé Deutschland AG
Harald Rissel, Sprecher der Geschäftsführung, Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH
Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff, Corporate Vice President Market Research, Henkel AG & Co. KGaA
Stefan Leitz, VP Customer Development, Unilever Deutschland GmbH
Harm Humburg, Vertriebsdirektor, Ferrero Deutschland GmbH
Friedhelm Dornseifer, Geschäftsführender Gesellschafter, Unternehmensgruppe Dornseifer
Jean-Jacques Vandenheede, Director Retailer Industry Insights, Nielsen Europe

Claus Butterwegge, Geschäftsführer, Barilla Deutschland
Georg Gocke, Geschäftsführer, Apollinaris GmbH
Stefan Grubendorfer, Geschäftsführender Gesellschafter, REWE Markt Grubendorfer EH OHG
Peter Kowalsky, Geschäftsführer, BIONADE GmbH
Karsten Nüsken, Geschäftsführer, REWE Nüsken GmbH
Sebastian Schaeffer, Geschäftsführer Vertrieb, SCHWARTAUER WERKE GmbH & Co. KGaA
Klaus-Jürgen Philipp, Geschäftsführer, Haus Rabenhorst O.Lauff's GmbH & Co. KG
Dieter Overath, Geschäftsführer, TransFair e.V.

Prof. Martin Fassnacht, WHU – Otto Beisheim School of Management | **Prof. Dr. Frank Piller**, RWTH Aachen | **Heinz-Jürgen Pick**, Geschäftsführer, PickMeUp Werbeagentur GmbH | **Dr. Tom Giessler**, Geschäftsführer, STI Group | **Jochen Krisch**, Director E-Commerce, Optaros / Exciting Commerce | **Klaus-Dieter Koch**, Geschäftsführender Gesellschafter, Brand:Trust GmbH, Brand Strategy Consultants | **Prof. Dr. Thomas Roeb**, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg | **Norbert Wittmann**, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG | **Achim Fringes**, Handelsexperte und Unternehmensberater | **Hermann G. Sievers**, Inhaber, Sievers Marken + Konzeptberatung | **Dr. Michael Raffel**, Director, B2B & Business Development, Tupperware Deutschland GmbH



Höhepunkt des Deutschen Supermarkt Kongresses Preisverleihung des SALESCUP 2010 am 15. Juni 2010

Im festlichen Ambiente der Kurhaus-Kolonnaden in Wiesbaden treffen sich hochkarätige Gäste zur Verleihung einer der begehrtesten Auszeichnungen in der Lebensmittelbranche. And the winner is ... Lassen Sie sich überraschen!

Sponsoren des SALESCUP und des Deutschen Supermarkt Kongresses 2010:



15./16. Juni 2010 – Dorint Pallas – Wiesbaden

Veranstalter: **Lebensmittel Zeitung direkt**

Organisation und Durchführung: **the conference group**
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Einladung zum Deutschen Supermarkt Kongress 2010

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir dürfen Sie heute sehr herzlich zum Deutschen Supermarkt Kongress 2010 einladen. Diskutieren Sie mit Top-Entscheidern aus dem LEH und der Markenartikelindustrie die zentralen Herausforderungen für die Branche. Werfen Sie einen Blick in die Zukunft des Betriebstyps Supermarkt.

Betrachtet man sich die aktuelle Umsatzentwicklung im LEH ist auffällig, dass es immer wieder einzelnen Supermarktunternehmen gelingt, sich positiv vom allgemeinen Markttrend abzukoppeln. Diese Unternehmen erkennen das Wachstumspotenzial ihres Betriebstyps und reagieren mit innovativen Konzepten schnell auf Veränderungen im Kundenverhalten. Vor allem selbständige Einzelhändler eilen mit kreativen Ideen ihren Wettbewerbern und teilweise auch den eigenen Handelszentralen voraus.

Liegt der Erfolg in der Supermarktbranche zukünftig in der Kraft einzelner Unternehmer oder doch eher in der Innovationskraft der Systemzentrale? Wie können sie zukünftig optimal zusammenarbeiten, um dem Discount effizient Paroli zu bieten?

Um aufzuzeigen, wer im Rennen um den Kunden und die besten Betriebskonzepte die Nase vorne hat, haben die Veranstalter LZ direkt und The Conference Group den Deutschen Supermarkt Kongress 2010 unter das Motto gestellt:

Faszination Supermarkt: Handel oder Hersteller – Wer sind die Innovations-Champions am POS von morgen?

Die Dynamik im LEH setzt die bisherigen Innovationschampions, die Markenartikelhersteller, unter Druck. Zunehmend kommen die Produktinnovationen aus dem Einzelhandel z. B. über neue Han-

delsmarkensortimente wie REWE Feine Welt. Hersteller müssen dem Handel zukünftig mehr „echte“ Produktinnovationen bieten und gleichzeitig die emotionale Bindung der Kunden an ihre Marken erhöhen, wenn sie hier nicht ins Hintertreffen geraten wollen.

Nutzen Sie die Chance, die deutsche Supermarktelite am 15. und 16. Juni beim Deutschen Supermarkt Kongress 2010 in Wiesbaden zu treffen. Diskutieren Sie die aktuellen Branchenentwicklungen mit führenden Handelsexperten. Gewinnen Sie Branchen-Know-how aus erster Hand.

Wir würden uns freuen, Sie bei diesem spannenden Kongressereignis begrüßen zu dürfen. Last but not least ... feiern Sie mit uns die Preisträger des SALESCUP 2010, die Unternehmen und Marken, die in 2010 bewiesen haben, dass Einkaufen immer wieder von neuem innovativ und faszinierend sein kann.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH



Marcelo Crescenti
Chefredakteur
Lebensmittel Zeitung direkt

Die hochkarätige Jury des SALESCUP 2010



Harald Rissel
Sprecher der
Geschäftsführung
Edeka Handelsgesellschaft
Südwest mbH



Friedhelm Dornseifer
Geschäftsführender
Gesellschafter
Unternehmensgruppe
Friedhelm Dornseifer



Klaus Sauer
Geschäftsführer
real,- SB-Warenhaus
GmbH



Stefan Grubendorfer
Geschäftsführender
Gesellschafter
REWE Markt
Grubendorfer EH OHG



Karsten Pabst
Geschäftsführer
Hieber's Frische Center KG



Willi Schwerdtle
Vice President Global CBD
Procter & Gamble
Service GmbH



Ivo Reuter
Leiter Channel
Management
MAGGI GmbH



Günther Nessel
Geschäftsführender
Gesellschafter
taste!
Food & Beverage
Communication



**Sabine Schnell-
Fjordside**
Director Retailer Services
The Nielsen Company
GmbH



Peter Esser
Bereichsgeschäftsführer
LZ-Medien
Deutscher Fachverlag
GmbH



Marcelo Crescenti
Chefredakteur LZ direkt
Deutscher Fachverlag
GmbH



Michael Schellenberger
Geschäftsführer
Deutscher Fachverlag
GmbH

Programm zum Deutschen Supermarkt Kongress 2010

1. Tag – 15. Juni 2010 – Vormittag

Moderation: Marcelo Crescenti, Chefredakteur, LZ direkt

9.00 – 9.10 Begrüßung und Einführung in den Kongresstag durch den Vorsitzenden

Market Trends – Neue Realitäten für Handel und Hersteller

9.10 – 9.40

**Food Retailing Europe 2011 – How to meet the shopper challenge
Perspectives for retail and the FMCGs industry**

Was sind die wichtigsten Entwicklungen in der deutschen und europäischen Supermarktbranche?

Jean-Jacques Vandenhede, Director Retailer Industry Insights, Nielsen Europe*

* Vortrag in englischer Sprache

9.40 – 10.10

Markenzentrierte Innovation: Große Hebel bei kleinem Risiko:

Klaus-Dieter Koch, Geschäftsführender Gesellschafter, Brand: Trust GmbH,
Brand Strategy Consultants

10.10 – 10.40

Retail 2.0 – Wie die neuen Medien den POS verändern

Wie werden die Geschäftsmodelle von morgen aussehen?

• Wie verändern Youtube, Facebook, Twitter & Co. den Handel?

• Welche Bedeutung hat zukünftig der POS?

• Kann man die beiden Welten erfolgreich verknüpfen?

Jochen Krisch, Director E-Commerce, Optaros / Exciting Commerce

10.40 – 11.20 Kommunikations- und Kaffeepause

Retail Innovations: Welche Handelskonzepte sind die Gewinner?

11.20 – 11.50

Der Supermarkt der Zukunft: Mit innovativen Konzepten und Mut zu unternehmerischem Handeln neue Wege gehen – Die Perspektive der Unternehmensgruppe Dornseifer

Friedhelm Dornseifer, Geschäftsführender Gesellschafter, Unternehmensgruppe Dornseifer

11.50 – 12.30

Retail Innovations im Spannungsfeld von Unternehmer vor Ort und Systemzentrale – Wie wird sich der Betriebstyp Supermarkt weiterentwickeln?

• Delhaize – Sind discountorientierte Konzepte eine Erfolgsstrategie im Wettbewerb mit Aldi & Co.?

• Drive-in goes food – Ein Konzept mit Zukunft?

• Temma – Neue Konzepte für neue Zielgruppen: was funktioniert?

• SEH oder Systemzentrale – Wer entwickelt die innovativsten Konzepte für den Supermarkt von morgen?

Prof. Dr. Thomas Roeb, Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

12.30 – 14.00 Mittagspause und Besuch der Ausstellung

1. Tag – 15. Juni 2010 – Nachmittag

Top oder Flop – Was macht Innovationen erfolgreich?

Kann die Markenartikelindustrie ihre Innovationsführerschaft behaupten?

14.00 – 14.30

Zwischen Produkt, Marke und POS – Was macht Innovationen erfolgreich?

Handel oder Hersteller – Wer sind die Innovationschampions?

• Wer gewinnt die Gunst der Konsumenten? • Wer gewinnt das Rennen um die beste Platzierung?

• Warum der Markenartikler die Kooperation mit dem Handel suchen muß?

Prof. Dr. Martin Fassnacht, Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insbesondere Marketing und Handel, WHU - Otto Beisheim School of Management

14.30 – 15.00

Innovationsmanagement – Wie man gemeinsam mit dem Konsumenten den Innovationsprozess gestalten kann

• Prozessmodell zur Generierung konsumentenrelevanter Innovationen

• Konsequenzen für eine marktorientierte Innovationspolitik

Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff, Corporate Vice President Market Research, Henkel AG & Co. KGaA

15.00 – 15.30 Keynote Industrie

Strategien für ein erfolgreiches Marken- und Innovationsmanagement aus Sicht der Industrie

Gerhard Bessenbrügge, Vorstandsvorsitzender, Nestlé Deutschland AG

15.30 – 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause

Food Retailing 2010/2011 – What's next? Was sind die Herausforderungen in den Märkten von morgen?

16.00 – 16.30

Spezial: Ethischer Konsum – Der neue Boommarkt?!

Dieter Overath, Geschäftsführer, TransFair e.V.

16.30 – 17.00

Markenkonzepte zwischen Premium und Discount

• Eigenmarken erobern alle Preis- und Qualitätsstufen

• Konsequenzen für Sortimentsstrukturen und Positionierung der Herstellermarken

• Feine Welt & Co. - Wird der Handel zum Innovationstreiber?

Hermann G. Sievers, Inhaber, Sievers Marken + Konzeptberatung

Die Top-Diskussionsrunde zum Abschluss des 1. Kongresstages

17.00 – 17.40

Markenkonzepte im Handel zwischen Premium und Discount: Handel oder Hersteller – Wer sind die Innovations-Champions?

Gerhard Bessenbrügge, Vorstandsvorsitzender, Nestlé Deutschland AG

Harm Humburg, Vertriebsdirektor, Ferrero Deutschland GmbH

Harald Rissel, Sprecher der Geschäftsführung, Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH

Moderation: Werner Prill, früherer Redakteur LZ



Preisverleihung des SALESCUP 2010

Ab 18.30 Award Cocktail im Kurhaus Wiesbaden

Ab 19.15 Höhepunkt des Deutschen Supermarkt Kongresses

Preisverleihung des SALESCUP 2010

Auch in diesem Jahr erwartet Sie wieder ein Abend voller Überraschungen. Feiern Sie im Anschluss mit uns und zahlreichen hochkarätigen Gästen die Preisträger 2010.

Im Anschluss an den ersten Kongresstag vergibt die Lebensmittel Zeitung direkt erneut den begehrten SALESCUP für die besten Verkaufsförderungsaktionen des Jahres im LEH. Im festlichen Ambiente der Kurhaus-Kolonnaden in Wiesbaden trifft sich die Lebensmittelbranche zur begehrten Verleihung der *POS Oscars 2010*.

2. Tag – 16. Juni 2010 – Vormittag

Vorsitz: Bert Martin Ohnemüller, BMO GmbH & Co. KG

Handel oder Hersteller – Wer sind die Innovations-Champions am POS von morgen?

9.00 – 9.05

Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm

9.05 – 9.30

Shopper Insights - Was will der Kunde? Welche neuen Konzepte und Produkte müssen Handel und Industrie bieten?

Stefan Leitz, VP Customer Development, Unilever Deutschland GmbH

9.30 – 9.40 kurze Abstimmungspause

9.40 – 10.50 Zwei parallele Sessions

Session 1: POS Intelligence – Strategien zur erfolgreichen Umsetzung von Consumer Insights am POS

Moderation: Bert Martin Ohnemüller, BMO GmbH & Co. KG

9.40 – 10.15

Consumer Insights – Die Neupositionierung der Marke Apollinaris

• Die Bedeutung von Consumer Insights für die Marke Apollinaris

• Die Positionierung der Marke am POS:

Welche Zielgruppen kann man mit welche POS-Aktionen erreichen?

Georg Gocke, Geschäftsführer, Apollinaris GmbH

10.15 – 10.50

Von Consumer Insights zur Regaloptimierung –

Welches sind die Erfolgsfaktoren für die Umsetzung einer Uplift-Strategie?

• Marktdaten

• Positionierung der Marke Schwartau im Sortiment „Gekühlte Frucht“

Sebastian Schaeffer, Geschäftsführer Vertrieb, SCHWARTAUER WERKE GmbH & Co. KGaA

Session 2: Von der Produktidee bis zur Markenstrategie – Wie sieht erfolgreiches Innovationsmanagement zukünftig aus?

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

9.40 – 10.10

Co-Creation mit Kunden als Innovations- und Profit-Treiber: Impulse für Handel und Hersteller

- Open Innovation und Co-Creation: Entwicklung neuer Produkte und Vertriebskonzepte

- Der Handel als Produktentwickler

- Aktuelle Best-Practice-Cases aus den USA und Deutschland

Prof. Frank Piller, Professur für Technologie- und Innovationsmanagement, RWTH Aachen

10.10 – 10.50 Diskussionsrunde

Innovation im LEH – Wie geht es wirklich? Worauf kommt es an?

Wie können Handel und Hersteller dabei zusammenarbeiten?

• Wie werden sich die Kundenbedürfnisse verändern?

• Welche Bedeutung hat der POS zukünftig für Markenartikelhersteller und Händler?

• Sind Handelsmarken näher an den Kundenpräferenzen?

Claus Butterwegge, Geschäftsführer, Barilla Wasa Deutschland GmbH

Klaus-Jürgen Philipp, Geschäftsführer, Haus Rabenhorst O.Lauffs GmbH & Co. KG

Stefan Grubendorfer, Geschäftsführender Gesellschafter, REWE Markt Grubendorfer EH OHG

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

10.50 – 11.20 Kommunikations- und Kaffeepause

11.20 – 12.50 Zwei parallele Sessions

Session 3: Shopper Marketing – Welches sind die innovativsten Promotions? Was macht den Erfolg aus?

Vorsitz: Bert Martin Ohnemüller, BMO GmbH & Co. KG

11.20 – 11.50

Erfolgreiche Promotions am POS aus der Perspektive des Shoppers

• Für den Shopper gemacht: Die Wirkungskette einer erfolgreichen Promotion

• Zentrale Parameter aus Sicht des Handelspartners – kontraproduktiv?

• Best und Bad Practice aus Deutschland

• Für jeden Shoppertyp die passende POS-Vermarktung

Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG

11.50 – 12.20 Praxisbeispiel I

Neue Promotionpartner für Markenartikelhersteller – Die Kooperation von Tupperware und Freixenet: Kernfaktoren für eine erfolgreiche Cross Promotion

• Soziale Netzwerke erfolgreich nutzen

• Mit On-Pack-Promotions neue Zielgruppen ansprechen

Dr. Michael Raffel, Director, B2B & Business Development, Tupperware Deutschland GmbH

12.20 – 12.50 Praxisbeispiel II

Von der Nische zum Mainstream –

Wie Bionade den Sprung ins Supermarktregal geschafft hat

• Virale Kampagnen und Soziale Netzwerke – die Marketingphilosophie von Bionade

• Samplings oder Verkostungen als Teil einer nachfrageorientierte Vermarktung

Peter Kowalsky, Geschäftsführer, BIONADE GmbH

Session 4: Display & Co. – Internationale Trends und Best Practices

Vorsitz: Pierre Pfeiffer, Redakteur, LZ direkt

11.20 – 11.50

Greif zu und kauf mich! – Internationale Display Trends 2010

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance: Wie Sie den First Moment of Truth gewinnen

• Andere Länder – andere Anforderungen? Wie Sie mit Plattformkonzepten die Flexibilität erhöhen

• 360° Marketing: Displays als Erfolgsfaktor von Marken und Handel

Dr. Tom Giessler, Geschäftsführer, STI Group

11.50 – 12.20

Zweitplatzierungen – Was macht POS-Aktionen erfolgreich? Am Beispiel der Fairtrade-Promotions

• Differenzierung und Profilierung von Marken durch nachhaltige Projekte am POS

Heinz-Jürgen Pick, Geschäftsführer, PickMeUp Werbeagentur GmbH

12.20 – 12.50

Neuro-Marketing – Mit innovativen Konzepten den POS zum Erlebnis machen

Die Erfahrungen von Rewe-Nüsken

• Mit allen Sinnen Handel(n) – Emotionalisierung der Kaufentscheidung

• Von Duft bis Farbe – Kleine Unterschiede mit einer großen Wirkung

Karsten Nüsken, Geschäftsführer, REWE Nüsken GmbH

Achim Fringes, Handelsexperte und Unternehmensberater

12.50 – 13.00 kurze Abstimmungspause

13.00 – 13.30 Preisverleihung AZUBI AWARD 2010

Kreative Köpfe mit innovativen Ideen und Teamgeist werden für den Einzelhandel immer wichtiger. Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung muss die Förderung des Handelsnachwuchses zukünftig sehr viel stärker im Branchenfokus stehen.

Aus diesem Grund prämiieren wir erstmals zum Abschluss des Deutschen Supermarkt Kongresses 2010 die innovativsten und kreativsten Aktivitäten von Auszubildenden im deutschen Lebensmittelhandel mit dem AZUBI AWARD 2010.

Die Jury des AZUBI-AWARDS 2010:

Stefan Noppenberger (Metro AG), **Dieter Göwel** (Rewe Group), **Andreas Nolte** (Edeka), **Oliver Peik** und **Bernd Nusser** (Mediadidact – Deutscher Fachverlag)

Verliehen wird der AZUBI AWARD von Mediadidact, dem Spezialisten für Aus- und Weiterbildungsthemen der Lebensmittel Zeitung.

13.30 – 14.30 Lunch zum Abschluss des Deutschen Supermarkt Kongresses 2010



Fachausstellung POS 2010

Parallel zum Deutschen Supermarkt Kongress findet die kongressbegleitende Fachausstellung POS 2010 statt. Hier präsentieren Top-Lieferanten und Dienstleister die neuesten Produkte und Lösungen für mehr Erfolg im Markt.

Die Ausstellungsfelder:

- **Produktinnovationen**
- **Ladenbau und POS-Werbung**
- **Verpackung und Display**
- **Verkaufsförderung**
- **Strategieberatung und Agenturleistungen**

Sind Sie interessiert, beim Deutschen Supermarkt Kongress 2010 als Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie weitere Informationen bei unserer Ausstellungsleitung an:

The Conference Group GmbH
 Mainzer Landstraße 251
 60326 Frankfurt am Main
 Telefon 0 69 / 75 95 - 30 00
 E-Mail: ausstellung@conferencegroup.de

Greif zu und kauf mich! – Displays als Erfolgsmotor für Marken und Handel Move people to buy more – Displays build brands in store

Was bewegt Menschen dazu, ein bestimmtes Produkt zu kaufen? Die Antwort auf diese Frage beschäftigt Marktforscher, Psychologen, den Handel und die Markenartikelhersteller seit vielen Jahrzehnten. Das vorliegende Buch spannt einen Bogen über 50 Jahre Markengeschichte am Point of Sale. Internationale Experten aus Wissenschaft, Markenartikelindustrie, Handel und der Kommunikationswirtschaft beleuchten die POS-Kommunikation von gestern, heute und morgen.

ISBN 978-3-86641-216-3
 288 Seiten,
 zahlreiche vierfarbige Abbildungen,
 zweisprachig, gebunden, 89 €

Zu beziehen bei:
 Deutscher Fachverlag GmbH
 Gerlinde Manus
 Tel: 069 7595 2124
 Fax: 069 7595 2110
 Email: manus@dfv.de
 Online-Shop: www.dfv-fachbuch.de



Fax-Anmeldung: 0 69 / 75 95-30 20



Ja, hiermit melde ich mich zum **Deutschen Supermarkt Kongress 2010** am 15. und 16. Juni 2010 an. Teilnahmepreis: 1.190,- EUR p. P. (zzgl. 19 % MwSt.)

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 299,- € (zzgl. 19 % MwSt.). (199,- €, zzgl. 19 % MwSt. für Studenten)

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

- 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*
<input type="radio"/> *Ja, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.	<input type="radio"/> *Ja, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.	<input type="radio"/> *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 20
 per E-Mail: info@conferencegroup.de
 per Internet: www.conferencegroup.de/supermarkt

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 „Deutscher Supermarkt Kongress“ vor

Dorint Pallas Hotel | Auguste-Viktoria-Straße 15 | 65185 Wiesbaden
 Tel.: 06 11/33 06-33 06 | Fax: 06 11/33 06-10 00
 EZ: 141,- EUR exkl. Frühstück
 E-Mail: Reservierung.Wiesbaden@Dorint.com | Internet: www.dorint.com/wiesbaden

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:
 Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt 1.190,- EUR p.P. (zzgl. MwSt.). Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke, Mittagessen und die Teilnahme an der Abendveranstaltung. 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.