



Einladung zum 1. Internationalen Flagship Store-Kongress LÄDEN2009

Sehr geehrte Damen und Herren,

heute möchten wir Sie herzlich zum 1. Internationalen Flagship Store-Kongress LÄDEN 2009 am 17. und 18. November 2009 nach Wiesbaden einladen. Mit dieser Veranstaltung bündeln wir erstmalig die Branchenkompetenz der wichtigsten Fachmedien des Deutschen Fachverlages – Lebensmittel Zeitung, TextilWirtschaft und Der Handel. – zu den Themen Store Design, New Store Development und neue Handelsformate.

„The Evolution of Retail Space in the 21st Century“ ist die spannende inhaltliche Richtlinie dieses neuen Kongressereignisses: Haben stationäre Läden noch Zukunft und wenn ja, welche? Der Einzelhandel befindet sich seit Jahren im Umbruch. Das rasante Wachstum des Onlinehandels, die wachsenden Einzelhandelsaktivitäten der Markenhersteller sowie die Notwendigkeit zur Umnutzung großer Immobilienflächen zeigen auf, wie gigantisch die Herausforderungen für neue Store-Konzepte zukünftig sein werden.

Der Laden und seine architektonische Hülle werden zunehmend zum Raum für die Inszenierung von Marken, ganzheitlichen Erlebniswelten und Communities. Einige Handelsexperten prognostizieren bereits das Ende der klassischen Einzelhandelsfläche. Zukunft hat nach ihrer Meinung der „Retail Space“ ausschließlich als Flagship Store, als „Verteilstation“ für Multichannel-Händler bzw. als Discounter in der Grundversorgung.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung sollten Einzelhändler, aber auch Hersteller dringend nach neuen Strategien für die Entwicklung ihrer Ladenkonzepte suchen.

Am 17. und 18. November 2009 werden nationale und internationale Top-Kreative und Experten aus Einzelhandel, Markenindustrie und Dienstleistungsunternehmen Antworten auf die Zukunftsfragen des stationären Einzelhandels geben, die aktuellen Trends weltweit aufzeigen und die neuen Benchmarks für die Branche vorstellen.

Parallel zum Kongress findet eine Fachausstellung statt, auf der Hersteller und Dienstleister ihre innovativsten Produkte und Lösungen für die Umsetzung neuer Store Konzepte und Retail Brands vorstellen können.

Sichern Sie sich Ihren Wissensvorsprung und werfen Sie einen Blick in die Zukunft des Handels. Tanken Sie frische Inspirationen und Zukunftsesprit!

Wir freuen uns auf eine spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen im November in Wiesbaden.

Mit besten Grüßen

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführender Gesellschafter
The Conference Group GmbH
Ein Teilnehmungsunternehmen der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Fachausstellung LÄDEN 2009

Die begleitende Fachausstellung ermöglicht den Partnern des Handels innovative Projekte und Dienstleistungen vorzustellen:

Die Ausstellungsfelder:

- Ladenbau, Ladeneinrichtung, Store Design und Architektur
- Visual Merchandising und POS Marketing
- Sicherheits- und Informationstechnik
- Beleuchtung

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.

Ihr Ansprechpartner:

Nadine Ritscher, Projektmanagerin Ausstellung, **Telefon 069/7595-3021**, per E-mail nadine.ritscher@conferencegroup.de oder senden Sie uns das aufgefüllte Anmeldeformular zurück an die Faxnummer **069/7595-3020**.

Wir danken den Sponsoren:



- Fax-Anmeldung: 069/7595-3020 -



Ja, hiermit melde ich mich zum **Fachkongress LÄDEN 2009** am 17./18. November 2009 an.
Der Teilnahmepreis beträgt 1.190,- EUR (zzgl. 19 % MwSt.)
Frühbucherpreis: 990,- EUR bis zum 15.10.2009

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

1. Name / Vorname _____

Position _____

Firma _____

Straße/Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail-Adresse _____

Datum _____

2. Name / Vorname _____

Position _____

Firma _____

Straße/Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail-Adresse _____

Unterschrift _____

3. Name / Vorname _____

Position _____

Firma _____

Straße/Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

E-Mail-Adresse _____

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

- 15 %

Kontakt und Anmeldung:

Telefon: 0 69/75 95-30 00
Fax: 0 69/75 95-30 20
per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de/laeden

Termin und Ort:

Dorint Pallas Hotel
Auguste-Viktoria-Str. 15
65185 Wiesbaden
Tel.: 0611/3306-0
Fax: 0611/3306-1000
EZ: 148,00,- EUR exklusive Frühstück
E-Mail: info.wiesbaden@dorint.com

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongress- teilnehmer 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 „Läden 2009“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 15.10. 2009 gewähren wir einen Frühbucher- rabatt von Euro 200,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unter- nehmen 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. Kongress-

einlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag recht- zeitig 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. MwSt.) pro Per- son erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmel- dung 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 Namensplaketten, die vor Beginn ausgehändigt werden.**

Lebensmittel Zeitung, TextilWirtschaft und Der Handel. laden ein:

1. Internationaler Flagship Store-Kongress LÄDEN 2009

Retail Space in the 21st Century –
Brauchen wir morgen noch Läden und wenn ja, welche?

„By 2030 most stores will either be display showrooms, flagship stores, collection points for the best multi-channel retail brands or discount outlets“

(Nick Hubb, Retail Analyst Pali International)

Jetzt anmelden –
Frühbucherrabatt sichern!
www.conferencegroup.de

17./18. November 2009 – Dorint Pallas Hotel – Wiesbaden

Die Top-Themen:

- **Retail Space in the 21st Century** – Tour d'Horizons durch die internationale Handelslandschaft
- **Reinventing Retail** – Welche Geschäftsmodellinnovationen braucht der Handel?
- **Customer Driven Store Design** – Wie sieht der Laden von morgen aus?
- **Flagship Stores & Concept Stores** – Lifestylewelten zwischen Emotion und Kosteneffizienz
- **Pop up Stores** – Verknappung als Teil der Markeninszenierung
- **Supermarket 3.0** – Wie sieht der Lebensmittelhandel der Zukunft aus?
- **Coming to your neighborhood soon** – Die Renaissance der Nachbarschaftsläden
- **High Performance Stores** – Welches sind die Erfolgsformeln der besten Händler weltweit?
- **Flagship Restaurants** – Welche Gastro-Konzepte funktionieren im Handel?

+ Fachausstellung LÄDEN 2009

Es referieren und diskutieren:



Ibrahim Ibrahim,
Managing Director,
Portland



Raj Wilkinson,
Creative Director &
Joint Managing Director, JHP Design



Torsten Widarzik,
Geschäftsführer,
LEVI STRAUSS GERMANY GMBH



Raoul Spanger,
Mitglied d. Geschäftsführung,
Gebr. Heinemann KG



Rüdiger Zurheide,
Mitglied d. Geschäftsführung,
Edeka Zurheide KG



Thomas Schönen,
Geschäftsführer,
Nivea Haus GmbH



Jochen Spethmann,
Geschäftsführer, Ostfriesische
Teegesellschaft



Ales Kernjak,
Global Head of Visual Communica-
tions, The Timberland Company



Campbell Rigg,
Founder und CEO,
Campbell Rigg Design



Bill Webb,
The University of the Arts; Retail
Consultant, The Ebeltoft Group



Guy Vaughan,
Managing Director,
Hubscope LLP



Richard Lanczmann,
Geschäftsführer,
Chiquita Fruit Bar (Germany) GmbH



Frank Füssli,
Inhaber,
Metropolitan Pharmacy



Thomas Brill,
Geschäftsführer,
Welke Gruppe GmbH – Zoo & Co.



Dr. Christian Loefert,
Telekom Shop
Vertriebsgesellschaft mbH



Heinz-Peter Böker,
Geschäftsführer,
Modehaus Kaiser

Dr. Alexander Bach, Inhaber, FAUN Trading / FAUN Shop & Café

Heike Steinberger, Inhaberin, Genuss Galerie

Dr. Diane Robers, Competence Center Innovation, PricewaterhouseCoopers AG WPG

Sven Alt, CEO, Syndicate AG

Dr. Bernhard Schweitzer, Inhaber & CEO, Schweitzer Project AG

Bernd Michael, Präsident, Deutscher Marketingverband e.V.

Dieter Blocher, Inhaber, BLOCHER BLOCHER PARTNERS ARCHITECTURE AND DESIGN

Pablo Theux, Segment Manager D/A/CH, Philips Lighting GmbH

Jens Güssow, Geschäftsführer, RBM Retail Brand Management Europe GmbH

Jens Bork, Senior Consultant, Jos de Vries International

Martin Hotz, Partner, Fuhrer & Hotz Excellence in Retailing

Peter Prisching, Leitung Design / Projektmanagement, Assmann Ladenbau Leibnitz GmbH

Christoph Ester, Geschäftsleitung Vertrieb-Marketing, BÄRO GmbH & Co. KG

Daniel Schnödt, Inhaber, Teamscio

Pierre Nierhaus, Gastronom & Buchautor

Premiumsponsoren:

PHILIPS

vizona

visplay

Sponsoren:

BÄRO
PERFECT RETAIL LIGHTING

ruppel
Geschäftseinrichtungen

dlv
Netzwerk Läden

RETAILBRAND
WWW.RETAIL-BRAND-MANAGEMENT.COM

Music Branding Partner:

wavemusic
by Callifornia Sunset Records

Medienpartner:

**Lebensmittel
Zeitung**

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

Der Handel.
Das Wirtschaftsmagazin für Handelsmanagement

Veranstalter:

the conference group
worldwide business events

1. Internationaler Flagship Store-Kongress

Das Kongressprogramm

1.Tag – 17. November 2009

Vorsitz:
Bert M. Ohnemüller, BMO GmbH & Co. KG, Dreieich

The Changing Role of Retail Space in the 21st Century – Facts, Figures and Trends

9.00 – 9.10

Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm durch den Vorsitzenden

Part 1: The New Retail Environment – Brauchen wir morgen noch Läden und wenn ja, welche?

9.10 – 9.50

Innovationen in Handel und Industrie – Wagen deutsche Unternehmen zu wenig Neues?

- Welche Geschäftsmodelle sind zukunftsfähig?
- Was sind die Voraussetzungen für den Erfolg neuer Modelle?
- Wie kann der Handel von den Learnings anderer Branchen profitieren?

Dr. Diane Robers¹, Competence Center Innovation, PricewaterhouseCoopers AG WPG, Frankfurt am Main

9.50 – 10.30

Designing brands and places for people – What will the store of the future look like?

- Wie werden neue Technologien das Einkaufen verändern?
- Wie werden Läden in der Multichannel-Welt von morgen aussehen?

Ibrahim Ibrahim², Managing Director, Portland, London*

10.30 – 11.10 Kaffeepause

Part 2: Brand Environments – Flagship Store, Concept Store oder Pop up Store: Welche Erlebnisräume brauchen Marken morgen?

11.10 – 11.40

Levi's® – Erlebnisräume als Treffpunkt von Premium Marke und Konsument

Torsten Widarzik³, Geschäftsführer, LEVI STRAUSS GERMANY GMBH, Frankfurt am Main

11.40 – 12.10

Nivea Pop up Store und Nivea-Haus – Marken brauchen neue Erlebnisräume
Die Erfahrungen eines renommierten Markenartiklers

Thomas Schönen⁴, Geschäftsführer, Nivea Haus GmbH, Hamburg

12.10 – 12.50

The changing role of retail space in the 21st Century – Brauchen wir morgen noch Läden, und wenn ja, welche?

- Concept Stores und Temporary Stores – Erlebniswelten für Marken
- Flagship Stores – Die Showrooms im Multichannel-Zeitalter
- Vertikalisierung der Marken – Utopie oder Realität für Markenartikelhersteller, auch im Food Bereich?
- e-Shops – Werden stationäre Läden zur „Paketstation“ der Multichannel Retailer?

Bill Webb⁵, The University of the Arts, London; Retail Consultant, The Ebeltoft Group*

12.50 – 14.00 Mittagspause

* Vortrag in englischer Sprache

Part 3: Retail Innovations – Welche Handelskonzepte werden zukünftig erfolgreich sein?

14.00 – 14.30

Creating retail environments that work – From brand awareness to store layout
The key factors for success

- Wie man Läden zu produktiveren „Verkaufsmaschinen“ macht!
- Wie kreieren weltweit erfolgreiche Einzelhändler die entsprechenden Ladenlayouts?

Guy Vaughan⁶, Managing Director, Hubscope LLP, Uxbridge; Director of Research, POPAI UK & Irland*

14.30 – 15.00

From Safeway to Argos. The new formula for success – Integrating non-food into food retailing

Campbell Rigg, Founder and CEO, CampbellRigg, London*

15.00 – 15.30

Zurheide Feine Kost Center – So sieht der Supermarkt von morgen aus!

- Von der Idee zur Realisierung
- Was macht den neuen Zurheide anders?

Rüdiger Zurheide⁷, Geschäftsführung, Edeka Zurheide KG, Bottrop

Dr. Bernhard Schweitzer, Inhaber & CEO, Schweitzer Project AG, Naturns

15.30 – 16.00 Kaffeepause

Part 4: Markenwelten – Was sind die Trends und Entwicklungen?

16.00 – 16.30

Neue Konzepte für High Frequency Locations

Die Weiterentwicklung der Travel Value & Duty Free Shops – Das neue Markenkonzept von Geb. Heinemann

Sven Alt⁸, CEO, Syndicate AG, Hamburg

Raoul Spanger⁹, Mitglied der Geschäftsführung, Gebr. Heinemann KG, Hamburg

16.30 – 17.00

Meßmer Momentum – Branding, Profilierung und Differenzierung

- Brand Lands – Meßmer Momentum als Teil einer ganzheitlichen Markenstrategie
- Meßmer Momentum – warum es ein einmaliges Marken- und Produkterlebnis bleiben wird

Jochen Spethmann¹⁰, Geschäftsführer, Ostfriesische Tee Gesellschaft
Laurens Spethmann GmbH & Co. KG, Seevetal

17.00 – 17.30

From wholesale to the latest flagship store concept – The Timberland Case

- Local, sustainable and fashionable – Wie inszeniert sich Timberland für die Kunden von morgen?
- The Market Place – Das nachhaltige Store-Konzept mit lokalem Fokus
- Visual Communications – Der Laden als Teil eines ganzheitlichen Kommunikationskonzepts

Ales Kernjak¹¹, Global Head of Visual Communications, The Timberland Company, London*

17.30 – 18.10

Handel oder Markenartikler – Wer gewinnt den Kampf um den Konsumenten von morgen?

- Sitzt der Handel endgültig am längeren Hebel?
- Kann die Industrie eigene Konzepte durchsetzen?
- Welche Funktion haben Brand Lands und Flagship Stores zukünftig?

Bernd Michael¹², Präsident, Deutscher Marketingverband e.V., Düsseldorf

18.10 Get-together

Zum Abschluss des ersten Kongresstages laden die Veranstalter alle Teilnehmer zu einem Get-together auf die Fachausstellung ein. Erleben Sie die neuesten Innovationen für Retail Branding und Flagship Store-Design. Nutzen Sie die Gelegenheit, neue Kontakte zu Referenten, Aussteller und Teilnehmern zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte zu vertiefen.

Music Branding Partner: **wavemusic**
by California Sunset Records



1. Internationaler Flagship Store-Kongress



2. Tag - 18. November 2009

9.00 – 12.50

2 parallele Sessions Part 5: New Store Ideas for Food, Fashion and Lifestyle

Session 1: Fashion & Living – Innovative neue Konzepte!

Vorsitz:

Peter Gröndahl, Geschäftsführender Gesellschafter, VALUECOM GmbH
Strategie und Kommunikation, Frankfurt am Main

9.00 – 9.40

Brands and Retail Spaces – Die nächste Generation der Flagship Stores

- Warum Flagship Stores die Erfolgskonzepte für Hersteller von morgen sind?
- Was müssen Marken bei der Entwicklung von Flagship Stores beachten?
- Welche Konzepte sind zuzukünftig noch bezahlbar?

Raj Wilkinson¹³, Creative Director and Joint Managing Director of JHP Design, London*

9.40 – 10.10

Local Heroes und Architektur – Profis im Profil

Dieter Blocher¹⁴, Geschäftsführender Gesellschafter, BLOCHER BLOCHER PARTNERS
ARCHITECTURE AND DESIGN, Stuttgart

10.10 – 10.40

Kaiser S1 – Das neue HAKA-Sportswear-Haus von Kaiser Freiburg

Wie Local Heroes nachhaltig ihre Position im Markt stärken können

Heinz-Peter Böker¹⁵, Geschäftsführer, Modehaus Kaiser, Freiburg

Session 2: Food Retailing – New Store Ideas

Vorsitz:

Bert M. Ohnemüller, BMO GmbH & Co. KG, Dreieich

9.00 – 9.30

Retail innovations worldwide

Was machen die besten Händler weltweit besser/anders?

Martin Hotz²⁰, Geschäftsführender Gesellschafter, Fuhrer & Hotz Excellence in Retailing, Baar

9.30 – 10.10

Gastronomie und (Flagship-) Stores: Imagebringer, Profit Center oder Problemkind

- Welches sind weltweit die innovativsten Gastro-Konzepte?
- Welche Konzepte eignen sich für welche Handelsflächen?
- Welche Faktoren sind entscheidend für den Erfolg von Gastro-Konzepten im Handel?
- Welche Betreibermodelle funktionieren; welche Konflikte sind vermeidbar?
- Hotellerie und Handel - Ein neues Erfolgsteam?

Pierre Nierhaus²¹, Trendexperte, Berater, Gastronom und Buchautor, Frankfurt am Main

10.10 – 10.40

Nahversorger-Konzepte – Die Erfolgsfaktoren für den LEH in der City

- Convenience, Frische, Regionalität – Welche neuen Konzepte sind erfolgreich?
- Nahversorgermärkte – Die Erfolgsfaktoren

Peter Prisching, Leitung Design und Projektmanagement, Assmann Ladenbau
Leibnitz GmbH, Leibnitz

10.40 – 11.00 Kaffeepause

Part 6: The Instruments: Das Praxis-Know-how

11.00 – 11.30

Concept Store 4010 – die neue Generation des Telekom-Stores

- Erleben, was verbindet – Das Shop-Konzept für die junge Zielgruppe
- Shop, Galerie und Eventlocation – Was macht 4010 so einzigartig
- Learnings – Ist 4010 multiplizierbar?

Dr. Christian Loefert¹⁶, Leiter Strategie, Expansion und Projekte,
Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH, Bonn

11.30 – 12.00

Licht-Verführung – The new spirit of light

Differenzierung durch gezielte Inszenierung im Nonfood Retailing

Pablo Theux¹⁷, Segment Manager D/A/CH, Geschäftsbereich Professional Lamps,
Philips Lighting GmbH, Hamburg

12.00 – 12.30

Ein Gespräch über die virtuelle Vernetzung realer Produktwelten

Jens Güssow, Geschäftsführer, RBM Retail Brand Management Europe GmbH
Georg Exler, (Moderator), Wirtschaftsjournalist

12.30 – 13.00

Erfolgreiche Ausrichtung eines innovativen Retail Formates anhand der Praxisbeispiele Welke Duisburg und Welke Dortmund

Thomas Brill¹⁸, Geschäftsführer, WelkeGruppe GmbH, Dortmund

Jens Bork¹⁹, Senior Consultant, Jos de Vries International, Dortmund

11.00 – 11.40

Fruchtige Erlebniswelt – Die Chiquita Fruit Bar

Vom Großhandel zum ultra-frischen Konzept für den Außerhaus-Markt

- Die Inszenierung der Obstmarke Chiquita
- Von der Idee zur Realisierung der Chiquita Fruit Bar
- Learnings und Perspektiven für die Zukunft

Richard Lanczmann²², Geschäftsführer,
Chiquita Fruit Bar (Germany) GmbH, Berlin

11.40 – 12.10

Qualität und Inszenierung – Erfolgreiche Lichtkonzepte im Lebensmittelhandel

Christoph Ester, Geschäftsleitung Vertrieb-Marketing,
BÄRO GmbH & Co. KG, PERFECT RETAIL LIGHTING, Leichlingen

12.10 – 12.50

Concept Stores im Food & Lifestyle-Bereich – die Erfolgsfaktoren

Praxisbeispiele: Faun Café und schöne Dinge in Münster und Genuss Galerie in Regensburg

- Zielgruppenorientierung
- Flächen- und Raumkonzept
- Sortimentswelten

Daniel Schnödt²³, Inhaber, Teamscio, Steinheim

im Gespräch **Dr. Alexander Bach**, Inhaber FAUN Trading / FAUN Shop & Café, Münster
und **Heike Steinberger**, Inhaberin, Genuss Galerie, Regensburg

13.00 – 14.00 Mittagspause

Läden 2015 – Wie sieht die Zukunft des stationären Handels aus?

14.00 – 14.40

Der Kunde ist Königin!

- Weit über 70% aller Kaufentscheidungen werden von Frauen getroffen. Thomas Lipke,
- Frauen denken, fühlen, entscheiden und kaufen anders. Und sie verändern die Welt.
- Wer sich, seine Marken, seine Regale und seine Verkäufer darauf einstellt – wird überlegen sein.

Frank Dopheide, Chairman, Grey Worldwide GmbH, Düsseldorf

14.40 – 15.20

Wachstumsmarkt Gesundheit, Wellness und Vorsorge

- Vom Apotheker zum Händler und Coach: Die neuen Herausforderungen für Apotheker
- Prävention: Apotheken in Gesundheitsimmobilien
- Wellness und Beauty: Neue Kooperationsstrategien für neue Geschäftsmodelle

Frank Füssl²⁴, Inhaber, Metropolitan Pharmacy, Frankfurt am Main

15.20 – 16.00

Retail Environements der nächsten Generation – Das Airrail Center Frankfurt

Jens Dörrie, Geschäftsführung, AIRRAIL Center Verwaltungsgesellschaft mbH & Co.
Vermietungs KG, Frankfurt am Main, angefragt

16.00 Ende des 1. Internationalen Flagship Store Kongresses LÄDEN 2009