

MONTAG, 23. September 2019

ab 8.30 Uhr **Registrierung und Willkommenskaffee**

9.00 **Begrüßung und Eröffnung**
Janine Mehner, Moderatorin

FASHION FUSION: DIE VERSCHMELZUNG VON BEAUTY UND FASHION

9.10 **Keynote**
Same same but different – zur Psychologie von Beauty und Fashion.
Ines Imdahl, Inhaberin und Geschäftsführerin, Rheingold Salon

9.50 **Case Study**
The Starting Point: How Zalando Wants to Become the Spotify for Fashion & Beauty.
Pamela Wade-Lehmann, Head of Beauty, Zalando (Vortrag in englischer Sprache)

10.15 **Case Study**
Beyond Omnichannel – vom führenden Premium-Beautyhändler zur ersten Beauty-Plattform Europas.
Vanessa Stützle, Executive Vice President E-Commerce & Omnichannel, Douglas

10.40 • ERFRISCHUNGSPAUSE •

TRENDS: DIE STARS AM BEAUTY-HIMMEL

11.20 **Diskussion**
Der Naturkosmetik-Boom und was er für etablierte Player und Newcomer bedeutet.
Hendrike Grubert, CEO, Things We Love
Michael Lindner, geschäftsführender Gesellschafter, BÖRLIND
Laura Rath, Co-Founder und Managing Director, HEJ ORGANIC
Nicoline Wöhrle, Leitung Kommunikation, WALA Heilmittel

11.55 **Case Study**
Männer für Pflege begeistern – Mehr als nur der Barber-Trend.
Johannes Zerger, Brand- und Communitymanager SEINZ., dm-drogerie markt

12.20 • LUNCHBREAK •

13.40 **Case Study**
On the pulse of beauty: Wie New Flag Euphorie in die alltägliche Beauty-Routine bringt.
Kristina von Troschke, CMO, New Flag

TRUSTED BRANDS: ERFOLGREICHE MARKEN- UND MARKETING-STRATEGIEN

14.05 **Case Study**
Hack high-reach media in an innovative way.
Linda Höck, Brand Manager, M.A.C Cosmetics Deutschland

14.30 **Case Study**
dm Beauty: Social Media, digitale Berater und das Ökosystem der GLOW by dm.
Frauke Klos, Teamverantwortliche Social Media & Corporate Design, dm-drogerie markt

14.55 **Pitch**
Generation Alpha als Innovationstreiber in Beauty Tech – Wie sich die Brand Experience auf mobilen Geräten durch Augmented Reality verändert.
Martin Pentenrieder, Partner bei Edition.VC und Co-Founder BeQu

15.00 • ERFRISCHUNGSPAUSE •

VERNETZT: DIE OPTIMIERUNG DER CUSTOMER JOURNEY ÜBER ALLE KANÄLE HINWEG

15.30 **Impuls**
Qualitativ-psychologische Insights zur Customer Journey von Beauty- und Pflegeprodukten.
Veronica Ebenfeld, Senior Project Manager, concept m

15.50 **Case Study**
Digital Innovation @L'ORÉAL – Wie der Beauty Tech Player die Consumer Journey neu gestaltet.
Nicole Bard, Digital Director Corporate, L'Oréal

16.15 **Case Study**
Babor – vom Instituts-Marktführer zum Omnichannel-Erlebnis.
Michael Schummert, CEO, Babor

16.40 **Kurze Zusammenfassung und Ende des Beauty & Business Summit 2019**