

Trendtage Convenience 2009

Die Branchenplattform für Handel, Gastronomie, Lebensmittel- und Zulieferindustrie

Profitieren Sie u. a. von folgenden Top-Themen:

- Benchmark Convenience Retailing – Best Practice Tankstelle, Kiosk und Convenience Shop
- Shopper Driven Category Management – Preisstrategien und Frontrunner im Convenience-Regal
- Convenience Shopping in Europa, Australien und USA – Internationale Consumer Trends im Fokus
- Shop- und Gastronomie-Konzepte für die Unterwegsversorgung – Bahnhöfe, Flughäfen, Raststätten
- Innovatives Packaging Design – Die Convenience-Verpackung der Zukunft
- Bio-Convenience-Food – Trend oder Chance für den Handel?

Treffen Sie hochkarätige Convenience-Experten aus u. a. folgenden Unternehmen:

- Agip (Suisse) ■ Autogrill Schweiz ■ Bio Partner Schweiz
- Coca Cola Beverages ■ Convenience Shop ■ European Business School
- Hilcona Fresh Express ■ Resas Communication & Design ■ HIM!
- Lekkerland (Schweiz) ■ migrolino ■ SSP, The Food Travel Experts
- Valora

»» Convenience wird die Detailhandelswelt
strukturell und materiell verändern (...)
Dieser Strukturwandel bedeutet
Paradigmenwechsel durch alle Anspruchs-
gruppen hindurch. ««

M. Laenzlinger, Geschäftsführer, migrolino AG

Convenience Shops sind die Gewinner der Krise!

Keine Sparte im Schweizer Detailhandel ist in den letzten Jahren so stark gewachsen wie der Bereich Convenience. Insgesamt geht die Marktforschung in diesem Bereich von einem Volumen von rund 4,5 Mrd. Schweizer Franken Umsatz aus. Das bedeutet, einer von zehn Franken, den der Einzelhandel mit Lebensmitteln umsetzt, geht in einem Convenience Shop über den Ladentisch, Tendenz steigend.

Führende Convenience Retailer haben es bereits erkannt: Komplexe Marktstrukturen verlangen nach strategischen Veränderungen und neuen Shop-Konzepten. Kooperationen und ein breites Sortiment an Frische-Produkten sind neben verlängerten Öffnungszeiten und einer cleveren Preisstrategie Erfolgsfaktoren zur Absatzsteigerung. Doch auch Hersteller müssen einen beachtlichen Anteil zum Erfolg beitragen. Steigende Anforderungen der Kunden und Konsumenten verlangen ständig nach innovativen Ideen und neuen marktfähigen Produkten. Kein leichtes Unterfangen für die Lebensmittelindustrie: Auf gängige Eigenschaften wie «bequem, schnell und möglichst gesund» treffen heute Kriterien wie z. B. «aus biologischem Anbau», «praktisch verpackt» oder «ultrafrisch».

Als führende Branchenplattform bringt die Jahrestagung «Trendtage Convenience» zum achten Mal die wichtigsten Exponenten des Convenience-Marktes zusammen. Alle relevanten Marktteilnehmer kommen zu Wort – Handel, Gastronomie, Lebensmittelindustrie, Zulieferer und weitere Branchenexperten. Sie berichten, mit welchen Strategien sie sich den aktuellen Herausforderungen stellen.

Seien Sie dabei und partizipieren auch Sie erfolgreich an diesem Boom-Markt!

Convenience Retailing: Verschaffen Sie sich einen Überblick über den Convenience-Markt Schweiz und weltweit

Consumer Trends: Erfahren Sie, was der Kunde und Konsument heutzutage eigentlich will

Best Practice Convenience Channels: Lernen Sie von den Besten

Produkte und Verpackung: Holen Sie Sich Anregungen für innovative Produkt- und Verpackungstrends

Preisstrategien: Hören Sie, was Händler und Hersteller in der Preisgestaltung beachten sollten

Smart Category Management: Lassen Sie sich davon inspirieren, wie Marktführer neue Umsatzpotenziale im Shop erschliessen

Wen treffen Sie auf dieser Jahrestagung?

Vorstände, Geschäftsführer und leitende Mitarbeiter aus:

- Detail- und Grosshandel
- Lebensmittelindustrie und Zulieferbetrieben
- Mineralölgesellschaften
- Gastronomie, Catering- und Delivery-Unternehmen
- Bäckerei- und Metzgereibetrieben

sowie Leiter der Abteilungen:

- Unternehmensentwicklung und New Channels
- Tankstelle und Convenience
- Einkauf und Vertrieb
- Category Management
- Produktmanagement
- Marketing

Info-Telefon +41-43-444 78 53

Haben Sie Fragen zu dieser Jahrestagung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Sophie von Harnier, M.A.
(Project Manager)



Anuschka Osterkamp
(Senior Project Coordinator)
E-Mail: anuschka.osterkamp@euroforum.ch



Referentinnen und Referenten



Kuno Andrey,
Convenience Key Account Management,
Coca-Cola Beverages AG



Dr. Christoph Melchers,
Forschungsleiter, Forschungsinstitut für Wirtschafts-
und Kulturpsychologie, University of Management
und Communication, Potsdam



Tom Fender,
Director, HIM!



Stefan Menti,
Geschäftsführer, Bio Partner Schweiz AG



Jean-Sébastien Génot,
Retail Business Manager, Agip (Suisse) SA



Prof. Dr. Sabine Möller,
Lekkerland Stiftungslehrstuhl für Convenience &
Marketing, European Business School



Beat Grau,
Country General Manager Autogrill Österreich &
Schweiz, Autogrill Schweiz AG



Kaspar Niklaus
CEO Valora Retail, Valora AG



Michael Heintschel,
Designer, Heintschel+ (Positive Branding)



Birger Ohl,
Director of Sales and Marketing,
Lekkerland (Schweiz) AG



Michael Kolp,
Leiter, Hilcona Fresh Express



Hans-Jürgen Resas,
Geschäftsführender Gesellschafter, Resas Commu-
nication & Design Agentur für Marketing, Werbung
und Produkt-Entwicklung GmbH & Co. KG



Hans Jürgen Krone,
Chefredakteur und Objektleiter,
CONVENIENCE SHOP



Rick Stavast
Managing Director SSP Schweiz und Österreich,
SSP, The Food Travel Experts



Markus Laenzlinger,
Geschäftsführer, migrolino AG



Mark Wohltmann
Prokurist/Head of Client Service,
USP market intelligence GmbH

Mittwoch, 25. November 2009

8.30

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00

Begrüssung und Eröffnung der Jahrestagung durch den Vorsitzenden

Hans Jürgen Krone, Chefredakteur und Objektleiter,
CONVENIENCE SHOP

Convenience Retailing – Lernen von den Vorreitern

9.15

Wachstumsmarkt Convenience: Standortbestimmung Schweiz

- Status quo und internationaler Vergleich
- Chancen und Herausforderungen für C-Stores
- Wie verändern sich die Sortimente im Shopgeschäft?
- Gewinner und Verlierer im Schweizer Convenience Markt

Mark Wohltmann, Prokurist/Head of Client Service,
USP market intelligence GmbH

9.45

«migrolino»: die Convenience-Antwort der Migros

- Ist Convenience ein langfristiger Trend?
 - Spannungsfelder im makro- und mikroökonomischen Umfeld
 - Wie handelt «migrolino» in diesem Markt? – Mittelfristige Zielsetzungen
 - migrolino eingebettet in der Migros Gemeinschaft
- Markus Laenzlinger, Geschäftsführer, migrolino AG

10.15

Vom Tankstellenshop zum Convenience Store – die Convenience Strategie von Agip

- Trends und aktuelle Herausforderungen für den dynamischen Verkaufskanal
 - Bedeutung der Öffnungszeiten im Schweizer Tankstellenshop
 - Macht Category Management auf einer Verkaufsfläche von unter 100 m² überhaupt Sinn?
 - Wachstumspotenziale und Profitcenter
- Jean-Sébastien Génot, Retail Business Manager, Agip (Suisse) SA

10.45–11.15

Diskussion und Fragen an die Referenten

11.15– 11.45

Kaffee- und Kommunikationspause
offeriert von HIESTAND SCHWEIZ AG

11.45

Detailhandelsmarkt im Umbruch – Warum Valora Retail zu den zukünftigen Gewinnern gehört!

- Warum Valora Retail den Convenience Markt in Europa prägen wird
 - Warum wir mit fundiertem Kunden-/Marktverständnis entscheidende Erfolgsvorteile effizienter entwickeln
 - Warum wir Learnings aus anderen Convenience-Märkten schneller umsetzen
 - Warum wir als Angreifer die Leader fordern werden
 - Warum Valora Retail gut für die Zukunft gewappnet ist
- Kaspar Niklaus, CEO Valora Retail, Valora AG

12.15

Vom «Chörnlipickerimage» zur Bio-Convenience- Chance

- Ist Bio auch gesund für ein Unternehmen?
 - Glaubwürdigkeit im Bio-Fachhandel
 - Entwicklung des Bio-Angebotes und des Bio-Konsumenten
 - Überzeugung vom Bio-Convenience-Trend
- Stefan Menti, Geschäftsführer, Bio Partner Schweiz AG

12.45–13.00

Diskussion und Fragen an die Referenten

13.00–14.30

Gemeinsames Mittagessen

Convenience-Konzepte an Hochfrequenzlagen – Neue Chancen für Flughäfen, Bahnhöfe und Raststätten

14.30

Innovative Konzepte und Wachstumspotenziale in der Reisegastronomie

- Trends im Food- und Getränkebereich
- Entwicklung erfolgreicher Konzeptmix' an Hochfrequenzstandorten/Spannungsfeldern
- Wie funktioniert Autogrill international?
- Entwicklung von «Taylor made»-Lösungen
Beat Grau, Country General Manager Autogrill Österreich & Schweiz, Autogrill Schweiz AG

15.00

Der reisende Kunde an Flughäfen und Bahnhöfen

- Welche Rolle spielt die Nationalität?
- Welche Bedürfnisse hat der Reisende?
- Wie sieht der ideale Konzeptmix für hochfrequentierte Knotenpunkte aus?
- Was nervt den reisenden Kunden heutzutage?
Rick Stavast, Managing Director SSP Schweiz und Österreich, SSP, The Food Travel Experts

15.30–15.45

Diskussion und Fragen an die Referenten

15.45–16.15

Kaffee- und Kommunikationspause
 offeriert von HIESTAND SCHWEIZ AG

Cleveres Pricing – Strategien im Convenience Shop

16.15

Akzeptanz der Preisgestaltung im Convenience Shop

- Preiserwartungen und ihre Hintergründe
- Besonderheiten von Shop-Kategorien: Tankstelle, Bahnhof, Kiosk
- Was unter Convenience genau verstanden wird
- Folgerungen für Händler und Hersteller
Dr. Christoph Melchers, Forschungsleiter, Forschungsinstitut für Wirtschafts- und Kulturpsychologie, University of Management and Communication, Potsdam

Blick über den Tellerrand – Convenience Shopping international

16.45

Convenience in the UK, USA and Australia – a shoppers' perspective

- Understanding shopper MISSIONS & need states
- EPOS/Sales data records sales – This is not always the same as shopper wants
- Shoppers are prepared to pay a premium over supermarkets for convenience
Tom Fender, Director, HIM!

17.15–17.30

Diskussion und Fragen an die Referenten

17.30

Ende des ersten Tages

Im Anschluss an den ersten Tag laden wir Sie herzlich zu einem Aperó ein. Nutzen Sie die Gelegenheit zu einem informellen Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Referenten und lassen Sie den Tag Revue passieren.

Donnerstag, 26. November 2009

8.30

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00

Eröffnung des zweiten Tages durch den Vorsitzenden
Hans Jürgen Krone

Der Convenience-Konsument – Wie sich seine Bedürfnisse auf das Shopkonzept übertragen lassen

9.15

Ergebnisse der aktuellen «Convenience-Studie 2009»:

- Convenience Konsumenten: Die Schweizer im europäischen Vergleich
- Wie sieht der Convenience Kunde wirklich aus?
- Welche Kanäle bevorzugen Kunden für die Unterwegsversorgung?
- Gibt es Unterschiede in Europa?
- Was sind die Treiber der Unterwegsversorgung?
Prof. Dr. Sabine Möller, Lekkerland Stiftungslehrstuhl für Convenience & Marketing, European Business School

9.45

Erfahrungen aus der Praxis: Wie sich die «Convenience-Studie 2009» auf das tägliche Geschäft übertragen lässt

- Consumer Trends: Herausforderungen für Hersteller und Handel im Schweizer Convenience Markt
- Trenderkennung vs. Trendentwicklung: Ansätze für ein kollaboratives Warengruppenmanagement zwischen Hersteller und Handel
- Rationalisierung und Marktwachstum: ECR Konzepte bei Lekkerland (Schweiz) AG
Birger Ohl, Director of Sales and Marketing,
Lekkerland (Schweiz) AG

10.15–10.30

Diskussion und Fragen an die Referenten

10.30–11.00

Kaffee- und Kommunikationspause
offeriert von HIESTAND SCHWEIZ AG

Convenience Food – Trends, Innovationen und effizientes Category Management

11.00

Innovative Convenience Food Trends weltweit

- Die Qual der Wahl: Convenience ist nicht mehr convenient
- Nicht mehr die Industrie schafft eine neue Generation von Convenience Food Produkten, sondern die Konsumenten, der Handel und die Systemgastronomie
- Dem individualisierten Convenience Food gehört die Zukunft
Hans-Jürgen Resas, Geschäftsführender Gesellschafter, Resas Communication & Design Agentur für Marketing, Werbung und Produkt-Entwicklung GmbH & Co. KG

11.30

«Convenient Drinking»: Neue Impulse durch innovative Konzepte

- Internationale Trends und Konzepte für die Kategorie AfG
- Shopper Driven Category Management
- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Retail-Partnern
Kuno Andrey, Convenience Key Account Management, Coca-Cola Beverages AG

12.00–12.15

Diskussion und Fragen an die Referenten

12.15–13.30

Gemeinsames Mittagessen

13.30

Wie kann man sich im Convenience Markt mit Frische profilieren?

- Trends und innovative Konzepte im Bereich der (Ultra-)Frische
- Herausforderungen auf dem Weg zur Profilierung mit Frischprodukten
- Perspektiven und Wachstumspotenziale in der «on the go»-Verpflegung

Michael Kolp, Leiter, Hilcona Fresh Express

Die Verpackung macht's! – Wie man den Verbraucher zum Kauf verführt

14.00

Packaging Design lässt Kunden "anbeissen"

- Wie die Verpackung zum Verkaufserfolg beiträgt
- Wie man Convenience-Food-Konzepte adäquat verpackt
- Wie die Verpackung der Zukunft aussieht

Michael Heintschel, Designer, Heintschel+ (Positive Branding)

14.30–15.00

Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse

15.00

Ende der Jahrestagung

Gastgeber der Kaffeepausen:

HIESTAND steht seit über 40 Jahren für unvergleichliche Ofenfrische und traditionelles Bäckerhandwerk. Zur Verarbeitung kommen bei der Bäckerei HIESTAND ausschliesslich natur- und tiergerecht produzierte Rohstoffe. Diese einzigartige Rohstoff-Philosophie wird kombiniert mit modernster Produktionstechnologie und der Herstellung nach traditionellem Bäckerhandwerk. Deshalb schmecken die ofenfrischen HIESTAND-Backwaren auch so unerschämmt gut!

HIESTAND SCHWEIZ AG

Ifangstrasse 9, CH-8952 Schlieren

Tel.: +41-44-7 38 43 43

Fax: +41-44-7 38 43 13

E-Mail: info@hiestand.chInternet: www.hiestand.ch

Ansprechpartner:

Peter Zehnder, Marketingleiter

Tel.: +41-44-7 55 25 63

Fax: +41-44-7 38 46 55

E-Mail: peter.zehnder@hiestand.ch

Natascha Alibrandi, Kommunikation/Projekte

Tel.: +41-44-7 55 25 11

Fax: +41-44-7 38 46 55

E-Mail: natascha.alibrandi@hiestand.ch**Sponsorship & Exhibitions**

Im Rahmen dieser Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu den Ausstellungskapazitäten, der Zielgruppenanalyse sowie der Entwicklung Ihres individuellen Sponsoring-Konzeptes beantworten wir Ihnen gerne.

Violetta Lakwa

(Sales Manager Sponsorship & Exhibitions)

Tel.: +41-43-444 78 61

Fax: +41-43-444 78 79

E-Mail: violetta.lakwa@euroforum.ch

So melden Sie sich an

Bitte verwenden Sie möglichst diese Seite als Anmeldeformular, ggf. in Kopie.

per Fax: +41-43-444 78 79
via E-Mail: anmeldung@euroforum.ch
im Internet: www.euroforum.ch
schriftlich: EUROFORUM Schweiz AG
Postfach/Förrlibuckstrasse 70, CH-8021 Zürich

Adressänderungen

per Telefon: +41-43-444 78 70
per Fax: +41-43-444 78 80
per E-Mail: info@euroforum.ch

Weitere Fragen zu dieser Tagung?

Sophie von Harnier, M.A. (Project Manager)
Anuschka Osterkamp (Senior Project Coordinator), Tel.: +41-43-444 78 53
E-Mail: anuschka.osterkamp@euroforum.ch

- Ja, ich/wir nehme(n) teil am 25. und 26. November 2009 zum Preis von CHF 2950.– zzgl. MwSt. pro Person [P5100481M012]
- Ja, ich benötige/wir benötigen einen **Gratis-Shuttle** von Thalwil zum Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon
- Ich kann nicht teilnehmen. Bitte senden Sie mir die **Tagungsunterlagen** zum Preis von CHF 590.– inkl. MwSt. (Lieferbar ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung)
- Bitte informieren Sie mich über **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben:

Name-1:

Position:

Abteilung:

Name-2:

Position:

Abteilung:

Firma:

Ansprechpartner im Sekretariat:

Adresse:

Tel.:

Fax:

E-Mail:

Beschäftigtenanzahl an Ihrem Standort

bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Rechnung an (Name):

Abteilung:

Adresse:

Datum, Unterschrift:

Termin und Ort

25. und 26. November 2009

Gottlieb Duttweiler Institute

Langhaldenstrasse 21, CH-8803 Rüschlikon/Zürich
Telefon +41-44-724 61 11, Fax +41-44-724 62 62

Ihre Zimmerreservierung

Im **Alexander Hotel am Zürichsee** steht ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort «Euroforum-Veranstaltung» vor.

Alexander Hotel am Zürichsee

Seestrasse 182, CH-8800 Thalwil/Zürich
Telefon: +41-43-388 38 38

Teilnahmebedingungen

Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

EUROFORUM

www.euroforum.ch

Euroforum – Quality in Business Information

Der Name Euroforum steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. In der Schweiz gehört die Euroforum Schweiz AG mit Sitz in Zürich zu den führenden Veranstaltern von Management-Tagungen und -Seminaren. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die Planung der Veranstaltungen erfolgt in enger Zusammenarbeit mit der Verlagsgruppe Handelszeitung.

Per Fax an Anuschka Osterkamp: +41-43-444 78 79