



5 LP-Innovationskongress

+ Preisverleihung HIT 2008 - Neue Produkte

**Nutzen, Design, Marketing –
Was macht Innovation erfolgreich?**

10./11. Juli 2008 - Dorint Hotel Köln (an der Messe)

5 Gründe dabei zu sein:

- NEU!:** Das Branchen-Highlight – jetzt zweitägig!
- Top-Treff:** Die Plattform für Austausch, Kommunikation und Networking
- Top-News:** Ergebnisse der repräsentativen Handelsbefragung HIT - Neue Produkte 2008
- Top-Infos:** Neue Trends, neue Produkte und attraktive Vermarktungsinnovationen
- Top-Themen:** Erfolgreiche Detailstrategien aus erster Hand

+ Fachausstellung „InnovationsWelt 2008“

Eine gemeinsame Veranstaltung von:

LEBENSMITTEL PRAXIS und **managementforum**
Excellence in Business Information

Es referieren, u.a.:



Felix Ahlers
Frosta AG



Dr. Hans-Willi Schroiff
Henkel AG & Co. KGaA



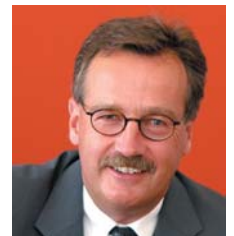
Dr. Reinhard Schütte
Dohle Handelsgruppe Holding



Elena Faisst
Coca-Cola



Florian Haller
Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation



Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch
Justus-Liebig-Universität Gießen

Medienpartner:



1. Tag / 10. Juli 2008

Moderation: Dieter Druck, Stellvertretender Chefredakteur, LEBENSMITTEL PRAXIS, Neuwied
Silke Bohrenfeld, Redakteurin und Korrespondentin, LEBENSMITTEL PRAXIS, Berlin

9.00 - 9.10
Begrüßung

Rahmenbedingungen:
Zukunft Märkte – Zukunft Marke – Zukunft Kunde

9.10 - 9.50 **Zukunft Märkte**
Wie wird der Lebensmittelmarkt von morgen aussehen? Globale Trends und Folgen für die Food-Branche

Ein visionärer Ausblick: Wie wird der Lebensmittelmarkt von morgen aussehen?

Es ist unmöglich, die Zukunft vorzusagen, aber gefährlich, es nicht zu versuchen.

- Keine Zukunft ohne Vergangenheit: Medizinische Wirkung von Nahrungsmitteln
- Die Krise der Ernährungswissenschaft: Gefangen zwischen Vollwertideal und wissenschaftlicher Erkenntnis
- Health Trends erfolgreich nutzen: Die Trickkiste der Rohstoffzulieferer
- Personalisierte Ernährung: Herausforderung für die Zukunft

Michael Gusko, Managing Director, KAMPPFMEYER Food Innovation GmbH, Hamburg

9.50 - 10.30 **Zukunft Marke**
Die Zukunft der Marke - Die neuen Konsumenten und ihr Markenverständnis der Zukunft

- Einstellungs-Veränderungen der Konsumenten in der Vergangenheit und die Wünsche und Erwartungen des modernen Konsumenten in der nahen Zukunft
- Was sind die Anforderungen an das Marketing, an die Marke der Zukunft und Innovationen?
- Wie muss sich eine moderne Marke positionieren, welche Anforderungen werden an sie gestellt?

Oliver Leisse, Geschäftsführer, EARSandEYES, Hamburg

10.30 - 11.10 **Zukunft Kunde**
Innovationen, die dem Verbraucher schmecken!

- Akzeptanzfaktoren von Food-Neuprodukten
- Der Wirrwarr an Food-Stilen und die Orientierungssehnsucht der Verbraucher
- Psychologische Marktpositionierung vor dem Hintergrund von Motivspannungen
- Schlüsselbilder und moderne Mythen als Story-Träger für erfolgreiche Innovation

Dirk Ziems, Geschäftsführer, ifm Wirkung + Strategien GmbH, Köln

11.10 - 11.40
Kommunikations- und Kaffeepause
Besuch der Fachausstellung **InnovationsWelt 2008**

Eine Tour d'Horizon durch die internationale Innovationslandschaft

11.40 - 12.10 **Trendbericht weltweit**
Key-Trends in Europa
NN, Sial le Salon International de l'Arroalimantaire International, Paris/F
(Vortrag in englischer Sprache!)

12.10 - 12.45 **Trendbericht UK**
Key-Trends und Entwicklungen in UK
Peter Fisk, Founder, The Genius Works/UK
(Vortrag in englischer Sprache!)

12.45 - 14.00
Kommunikations- und Mittagspause
Besuch der Fachausstellung **InnovationsWelt 2008**

Konzept Innovation Industrie

14.00 - 14.30 **Praxisbeispiel Industrie**
From Zero to Hero - Wie man erfolgreich Innovationen vermarktet

- Ausgangslage: Warum wurde Coca-Cola Zero eingeführt?
- Wie wurde Coca-Cola Zero neben bereits bestehenden Marken positioniert und kommuniziert?
- Was zeichnet den Erfolg von Coca-Cola Zero aus?

Elena Faisst, Senior Brand Manager Coke light TM & Coke Zero, Coca-Cola GmbH, Berlin

14.30 - 15.00 **Praxisbeispiel Industrie**
Zukunft Innovation: Mit dem Reinheits-Ansatz zum Erfolg

- Gesundheit: Tiefkühlgerichte ohne Zusatzstoffe – den Konsumenten im Blickfeld
- Kommunikation und Vermarktung: FRoSTA Bistro und FRoSTA Weblog – Innovationen innovativ vermarkten!

Felix Ahlers, Vorstand, Frosta AG, Hamburg

15.00 - 15.40 **Praxisbeispiel Industrie**
Consumer Insights – Wie man gemeinsam mit dem Konsumenten innoviert

- Einige Markterfolge jenseits funktionaler Überlegenheit
- „Make and Sell“ vs. „Sense and Respond“
- Prozessmodell zur Generierung konsumenten-relevanter Innovationen
- Tools und Methoden - ein Überblick
- Konsequenzen für eine marktorientierte Innovationspolitik

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

15.40 - 16.15
Kommunikations- und Kaffeepause
Besuch der Fachausstellung **InnovationsWelt 2008**

Konzept Innovation Kooperation Handel-Industrie

16.15 - 16.45 Praxisbeispiel Handel

Category Management bei Dohle: Theorieträume und praktische Realitäten des CM-Prozesses

Dr. Reinhard Schütte, Geschäftsführer, Dohle Handelsgesellschaft Holding GmbH & Co. KG, Siegburg

16.45 - 17.15 Praxisbeispiel Industrie

Category Management: Mehr als nur „Sortimente“ – Vom klassischen Category Management zum Category Development Management

Michael Lomberg, Leiter Category Management und **Norbert Reiter**, Leiter Channel Category Sales Development, Nestlé Erzeugnisse GmbH, Frankfurt/M. (angefragt)

17.15 - 17.45 Ausblick

Best of Innovation – Erfolgsfaktoren starker Innovationen

Florian Haller, Hauptgeschäftsführer, Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation, München

17.45 - 18.15

Sektempfang und Kommunikationspause
Besuch der Fachaussstellung **InnovationsWelt 2008**

18.15 - 19.15

Preisverleihung HIT 2008 - Neue Produkte

HIT ist eine seit 20 Jahren von der LEBENSMITTEL PRAXIS durchgeführte Handels-Befragung im deutschen Lebensmittelhandel nach den Erfolg versprechenden Neuheiten der letzten 12 Monate. Handels-Entscheider bewerten pfiffige Innovationen, starke Einführungs-Aktionen und consequente Markenführung in 42 Warengruppen.

Im Anschluss an den ersten Veranstaltungstag werden im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung die TOP 3 Produkt-Innovationen in 2008 ausgezeichnet. **Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch**, Universitätsprofessor für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing an der Justus-Liebig-Universität Gießen, wird die Preisträger würdigen. Professor Esch beschäftigt sich seit mehr als 15 Jahren mit Forschung zum Markenmanagement, zur Kommunikation und zum Kundenverhalten.



The winner is... Lassen Sie sich überraschen!

ab 19.15

HIT-Produkte Get-together im Anschluss an die Preisverleihung

Köstliches, Kühles und Kontakte im Hotel und Besuch der Fachaussstellung **InnovationsWelt 2008**.



2. Tag / 11. Juli 2008

Moderation:

Dieter Druck, Stellvertretender Chefredakteur, LEBENSMITTEL PRAXIS, Neuwied

Silke Bohrenfeld, Redakteurin und Korrespondentin, LEBENSMITTEL PRAXIS, Berlin

Detailstrategien für zukünftigen Erfolg:

Der Innovationsfindungsprozess – von der Auswahl über die Produktion bis hin zu Vermarktung/Vertrieb und Kommunikation

Detailstrategien I:

Forschung und Patente

9.00 - 9.40

Von der Idee zum Projekt - die Kunst, auf den richtigen Innovationen zu arbeiten

Jörn Schumann, Freier Berater (mehrjährige Erfahrung u.a. bei Tchibo, Beiersdorf!)

9.40 - 10.20

Tipps für erfolgreiches Innovieren

Haltung und Einstellung im Innovationsprozess machen den Unterschied: Warum die beste Kreativmethodik allein nicht weiter hilft!

- 5 Möglichkeiten, wie Sie Ihre Innovationsideen bereits im Keim ersticken
- Wie Sie zu einer offenen Haltung aller Beteiligten gelangen
- Weg mit Denkblockaden und vorschnellen Urteilen - Wie Sie in Zukunft noch effizienter Ideen entwickeln

David Jeggle, Partner, Avenue (www.avenue.de), Berlin - dem Spezialisten für Kreativität, Innovation und Veränderung

10.20 - 11.00

Möglichkeiten eine Neuentwicklung/Marke vor Nachahmung zu schützen

- Schutzmöglichkeiten für technische Neuentwicklungen
- Schutzmöglichkeiten für Marken
- Vorgehen gegen Nachahmungen aus technischen Schutzrechten, Marken

Dr. Ralf Sieckmann, Partner, Patentanwalt, Cohausz Dawidowicz Hannig & Sozien Patent- und Rechtsanwaltskanzlei GbR, Düsseldorf

11.00 - 11.30

Kommunikations- und Kaffeepause

Besuch der Fachaussstellung **InnovationsWelt 2008**

Das Programm

Detailstrategien II: Verpackung und Preisgestaltung

11.30 - 12.00

Innovationen und Verpackung – Wie setzt sich eine Marke durch die Verpackung ab?

- Welche Rolle spielt die Verpackung im Marketing? – Trends in der Verpackung
- Anforderungen an Sicherheit, Funktionalität und Design

Thomas Reiner, Geschäftsführender Gesellschafter, Berndt & Partner und Vorstandsvorsitzender, Deutsches Verpackungsinstitut e.V., Berlin

12.00 - 12.30

Wettbewerbsvorsprung durch Verpackung Innovative neue Verpackungslösungen für innovative Produkte

Dr. Monika Schmidhofer, Intersnack Vertriebs GmbH, Köln (angefragt)

12.30 - 13.00

Preispositionierung und Preissetzung für Innovationen

- Bedeutung der Preisentscheidung für den Erfolg von Innovationen
- Preisstrategien für Innovationen
- Wahl der Preispositionierung
- Methoden der Preisbestimmung
- Durchsetzung der Preise im Markt

Dr. Andreas von der Gathen, Partner, Simon, Kucher & Partner Strategy & Marketing Consultants GmbH, Bonn

13.00 - 14.00

Kommunikations- und Mittagspause
Besuch der Fachaussstellung **InnovationsWelt 2008**

Detailstrategien III: Namensgebung, Werbung/Kommunikation, POS

14.00 - 14.40

Food-Naming: Was Konsumenten auf den Geschmack bringt

- Was Namen leisten können
- Namen zwischen Tradition und Innovation
- Namen ohne Grenzen?
- Namensstrategien bei Markendehnungen
- Vorgeschmack: Marken von morgen

Sybille Kircher, Geschäftsführerin, Nomen International Deutschland GmbH, Düsseldorf

14.40 - 15.20

Innovation auf der ganzen Linie – wie man mit Thru-the-Line Marketing die PS wirklich auf die Straße bringt.

- Innovation ganzheitlich gedacht
- Vom Schnittstellen-Management zum Umsetzungserfolg
- Vom Funktions- zum Prozessdenken
- Anwendungs- und Praxisbeispiele

Bert Martin Ohnemüller, Geschäftsführer, BMO Bert Martin Ohnemüller GmbH & Co. KG, Offenbach a. Main

15.20 - 16.00

Die Wirkung innovativer Werbeformen: „Mobile Marketing“ – Erfolgsgarant für junge Zielgruppen?

- Mobile Werbevision – Welche Aufgabe übernimmt die mobile Werbung?
- Wie kann man Zielgruppen erfolgreicher definieren?
- Welche neuen Möglichkeiten mobiler Kommunikation gibt es?
- Praxisbeispiele erfolgreicher Mobile Marketing Kampagnen

Susanne Seichter, Deputy Managing Director, 12snap Germany GmbH, München

ca. 16.00

Abschluss des **5. LP-Innovationskongresses 2008**





hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum

„5. LP-Innovationskongress“

+ Preisverleihung HIT 2008 – Neue Produkte

- am 10. und 11. Juli 2008 im Dorint Köln
€ 1.190 p.P. zzgl. MwSt.



- wir sind an der **Teilnahme als Aussteller** an der **begleitenden Fachausstellung** zum 5. LP-Innovationskongress interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

2. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

3. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

Datum Firmenstempel Unterschrift

* Hiermit erkläre ich mich einverstanden, künftig weitere Informationen von B+P Management Forum zu erhalten.

So melden Sie sich an:

per Post: B+P Management Forum GmbH,
Schwedenpfad 24 · 61348 Bad Homburg
per Telefax: 0 61 72 / 96 66 - 45
per Telefon: 0 61 72 / 96 66 - 0
per E-Mail: info@managementforum.com
per Internet: www.managementforum.com

Termin und Ort:

Donnerstag, 10. Juli 2008 und
Freitag, 11. Juli 2008
Dorint Hotel Köln · An der Messe
Deutz-Mülheimer Straße 22-24 · 50679 Köln
Tel: 02 21 / 8 01 90 - 0 · Fax 02 21 / 80 19 0 - 800
E-Mail: info.koeln-messe@dorint.com
Web-Site: www.dorint.com/koeln
EZ: € 140,- € exkl. Frühstück (Frühstück: € 21,-)

Zielgruppe:

Der Kongress richtet sich an Werbe- und Marketingverantwortliche sowie an Geschäftsführer, Entscheider und leitende Angestellte aus der Markenartikelindustrie und dem Handel, vor allem aus den Bereichen Handelsmarketing, Vertrieb, Verkaufsförderung, Produkt- und Brandmanagement, Werbung/Kommunikation, Forschung und Entwicklung sowie an leitende Mitarbeiter in diesem Bereich tätiger Agenturen und Dienstleistungsunternehmen.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt € 1.190,- zzgl. MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Getränke 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 Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 9. Juni 2008 schriftlich bei B+P Management Forum Bad Homburg, eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 9. Juni 2008 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. vier Wochen vor der Veranstaltung zur Verfügung. Der Einzelzimmerpreis beträgt € 140,- (exkl. Frühstück). Bitte nehmen Sie die Buchung **direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Forum, Bad Homburg, vor.

Registrierung:

Der Kongress-Counter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

-15%



5. LP-Innovationskongress

+ Preisverleihung HIT 2008 - Neue Produkte

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Freunde und Partner der LEBENSMITTEL PRAXIS!

Der 5. LP-Innovationskongress wird auch in diesem Jahr wieder die Plattform für Austausch, Kommunikation und Networking sein. Er findet erstmalig zweitägig statt. Neben neuen Trends, neuen Produkten und attraktiven Vermarktungsstrategien erfahren Sie die Ergebnisse der repräsentativen Handelsbefragung HIT 2008 - Neue Produkte. In einem feierlichen Rahmen werden die TOP 3 Produkt-Innovationen in 2008 ausgezeichnet.

Der 5. LP-Innovationskongress steht unter dem Motto:

**Nutzen, Design, Marketing –
Was macht Innovation erfolgreich?**

Experten aus Handel, Industrie und Beratung werden Ihnen an den beiden Kongresstagen die wichtigsten Mega-Trends und Entwicklungen auf einen Blick präsentieren. Dabei werden auch Themen rund um Design und Marke eine zentrale Rolle einnehmen. Denn: Wer sich auf die Suche nach Wachstumspotenzialen für seine Innovation und Marke macht, wird in Zukunft um das Design nicht mehr herumkommen – vom Produktdesign über das Packaging und das Kommunikationsdesign bis hin zum kompletten

Marktauftritt am Point of Sales. Durch ein stimmiges Design werden nicht nur die Attraktivität und das Wertschöpfungsvermögen einer Innovation und Marke erhöht, sondern auch die Rahmungsqualitäten geschaffen, die den potentiellen Käufern einer Marken-Innovation die ganzheitlichen und multisensuellen Konsumerlebnisse verschaffen, nach denen sie – auch und gerade in den fragmentierten Konsumwelten der Zukunft – vermehrt suchen werden.

Nur wer stimmige Angebote schafft, gewinnt! Wir hoffen, Ihnen die Impulse und Denkanstöße vermitteln zu können, die sie benötigen um auch zukünftig erfolgreich zu sein.

Wir freuen uns auf Sie.

Eckhard Lenz
Geschäftsführer
LPV Lebensmittel Praxis
Verlag Neuwied GmbH

Stefan Schneider
Geschäftsführer
B+P Management Forum
GmbH

Fachausstellung „InnovationsWelt 2008“

Parallel zum 5. LP-Innovationskongress findet die Fachausstellung **InnovationsWelt 2008** statt.

Innovative Dienstleister und Hersteller haben hier die Möglichkeit, den anwesenden Innovationsexperten aus Handel, Markenartikelindustrie, Agenturen und Dienstleistungen neue Konzepte und Lösungsansätze für die Zukunft in den Bereichen Ideenfindung, Konzeption und Umsetzung von Produkten, Verpackungen und Kommunikationsstrategien vorzustellen.

Sind Sie interessiert, als Aussteller dabei zu sein? Dann fordern Sie bitte unverbindlich weitere Informationen an unter: B+P Management Forum GmbH, Tel.-Nr. 0 61 72 / 96 66-0, Fax-Nr. 0 61 72 / 96 66-45 oder E-Mail: ausstellung@managementforum.com

10./11. Juli 2008 - Dorint Hotel Köln (an der Messe)