

20. Deutscher AfG-Kongress



Ertrag vor Menge?! –
Strategien für den AfG-Markt der Zukunft



Fassbrause – Das rheinische Original erobert neue Käuferschichten • **Thomas Deloy**, Privatbrauerei Gaffel
Verkaufsideen für den neuen individuellen Kunden • **Edgar K. Geffroy**, Verkaufsexperte, Trendbrecher und Querdenker
Eine Marke zwischen Tradition und Zukunft? • **Carsten Heß**, Gehring-Bunte Getränke Industrie
Biosiegel für Mineralwasser – Ein Mehrwert für den Verbraucher • **Susanne Horn**, Neumarkter Lammsbräu
Bringen Sie Ihre Facebookfans zurück an den PoS! • **Larissa Laternser**, Ball Packaging Europe
Neue Szene-Brausen erobern den Markt • **Uwe Lübbermann**, PREMIUM
Innovationen für den Kunden nutzbar machen • **Christian Melchior**, A. Kempf Getränkegroßhandel
Stringenz, Marke, Preis – Der Ertragsdreiklang im AfG-Segment • **Georgiy Michailov**, Struktur Management Partner
Neuromarketing am PoS • **Frank Rehme**, METRO Systems
Markenerlebnis statt Dauerniedrigpreis • **Claudia Rivinius**, STI Group
10 Erfolgsthesen für die Getränkemarkte der Zukunft • **Ullrich Schweitzer**, Hassia Unternehmensgruppe
Mit neuen Ideen, Verpackung und der Social Community wieder auf Erfolgskurs • **Kirstin Walther**, Kelterei Walther

Des Weiteren: Drinks of the World, GfK ConsumerScan, taste! food & beverage communication GmbH



Wasserverkostung live :
Mineralwasser – Genuss und Vielfalt
Torsten Henkels, 1. Vorsitzender der
Wassersommelier-Union e.V.



**Der Top-Jahreskongress 2013 für die
gesamte Getränkewirtschaft:**
Der AfG- und Bier-Kongress finden
erneut parallel statt.



Das Improvisationstheater TATwort greift
Bemerkenswertes aus der Getränkewelt prägnant
zusammen. Lassen Sie sich überraschen!

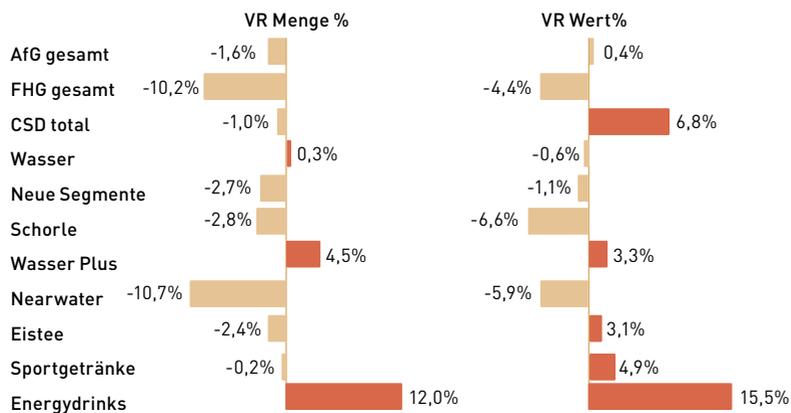


HERAUSFORDERUNG: WERT- STATT MENGENWACHSTUM

Alkoholfreie Getränke waren auch 2012 beliebt. Bei den meisten Getränkemärkten stieg jedoch die Wertkomponente stärker als die Menge. Dies gilt auch für den Bereich der alkoholfreien Getränke, wo nur wenige Bereiche in der Mengennachfrage über dem Vorjahr liegen wie folgende Grafik zeigt:

Veränderungsraten alkoholfreie Getränke

AfG | Jan – Okt 11/12



Quelle: GfK Consumer Tracking

Steigende Preise und die Verlagerung der Nachfrage hin zu höherwertigen Produkten/Marken sorgten für Umsatzwachstum.

Die Feststellung, dass mengenmäßiges Wachstum für die Hauptmärkte des Getränkebereichs kaum mehr möglich ist, ließ sich bereits in den vergangenen Jahren wiederholt feststellen – trotz steigender Artikelzahlen, steigendem Promotiondruck, intensiver Verbraucherkommunikation ... Wachstum ist bei rückläufiger Einkaufsmenge und parallel sinkender Einkaufsfrequenz nur noch über einen steigenden Einkaufsbonus des Shoppers möglich. Daher gilt das Augenmerk mehr und mehr der Ertrag bringenden Vermarktung.

Hören Sie auf dem 20. Deutschen AfG-Kongress von Experten und Praktikern wie erfolgreiche Unternehmen es schaffen, ihre Profitabilität zu bewahren und sich auch zukünftig sicher aufzustellen.

IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK:

1. Die gesamte Branche vor Ort:

Nutzen Sie die Pausen und die gemeinsame Abendveranstaltung, um wertvolle Kontakte zu knüpfen und auszubauen!

2. Zwei Kongresse – Profitieren Sie doppelt:

Buchen Sie gegen einen geringen Aufpreis beide Kongresse und wählen Sie Ihre individuellen Themenschwerpunkte!

3. Eine fachübergreifende Ausstellung:

Präsentieren Sie Ihre innovativen Produkte und Dienstleistungen den Entscheidern aus dem gesamten Getränkemarkt.

Wen treffen Sie auf diesem Kongress?

Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung sowie Leiter der Abteilungen

- Vertrieb
- Marketing
- Verkauf
- Key Account
- Produkt-Management
- Category-Management

von

- Mineralbrunnen
- Fruchtsaferherstellern
- Molkereien
- Brauereien
- Getränkefachgroßhändlern
- Getränkeabholmärkten
- Lebensmitteleinzelhändlern
- Verpackungsherstellern
- Beratungsunternehmen
- Marktforschungsinstituten

INFO-TELEFON

02 11.96 86-36 14

Haben Sie Fragen zu dem Kongress?
Wir helfen Ihnen gern weiter.

Konzeption und Inhalt:

Ingrid Della Giustina

Senior-Konferenz-Managerin

Organisation:

Kristin Langer

Konferenz-Koordinatorin

kristin.langer@iir.de



MITTWOCH, 24. APRIL 2013

8.30-9.00 Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Kongressunterlagen

9.00-9.15

Begrüßung durch den Vorsitzenden des ersten Kongresstages

Günter Birnbaum, Division Manager, GfK ConsumerScan

Mehr Profitabilität durch klare Markenpositionierung

9.15-10.00

Alkoholfreie Getränke: Ein Markt im Wandel

- Konsumtives Umfeld
- Wertorientierung statt Mengendenke
- Marktstrukturen im Überblick
 - Segmente/Gebinde
 - Vertriebschienen/Accounts
 - Handels-Eigenmarke vs. Herstellermarke

Günter Birnbaum

10.00-10.45

Stringenz, Marke, Preis – Der Ertragsdreiklang im AfG-Segment

- Ertrag versus Wachstum
- Stringenz als Profitabilitätsgarant
- Marke, Marke, Marke
- Stichwort: Preisdruck

Georgy Michailov, Partner, Struktur Management Partner GmbH

10.45-11.15 Pause mit Kaffee und Tee

11.15-11.45

Vorwärts, wir müssen zurück! Die Zukunft der Getränkemarkte – Die Getränkemarkte der Zukunft

- Die Erkenntnis vom dauerhaften Ende des Mengenwachstums
- Handelsmarken auf der Überholspur!
- Innovationen sind kein Rettungsanker
- Social Web – Wunderwaffe oder Rohrkrepiere?

Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing,
Hassia Unternehmensgruppe

11.45-12.15

Eine Marke zwischen Tradition und Zukunft

Carsten Heß, Geschäftsführer,
Gehring-Bunte Getränke Industrie GmbH & Co. KG

Ideen, die den Markt antreiben

12.15-12.45

Fassbrause auf dem Vormarsch

- Das rheinische Original von Gaffel
- Eine neue Kategorie erobert den Markt

- Erfrischende Ansprache anderer Käuferschichten
Thomas Deloy, Geschäftsführer Marketing,
Privatbrauerei Gaffel Becker & Co. OHG

12.45-13.00 Diskussionsrunde mit den Referenten und Teilnehmern

13.00-14.00 Gemeinsames Mittagessen

14.00-14.30

Biokristall – das erste Mineralwasser

- Wasser: Unser wichtigstes Lebensmittel
- Das Konzept Bio-Mineralwasser
- Mehrwert für den Verbraucher
Susanne Horn, Generalbevollmächtigte,
Neumarkter Lammsbräu Gebr. Ehrnsperger e.K.

14.30-15.00

Neue Szene-Brausen erobern den Markt: „Premium-Cola“

- In der Nische wachsen
- „Betriebssystem“ für nachhaltiges und soziales Wirtschaften
- Mit „Geschichten“ gegen kommerzielle Wettbewerber durchsetzen
Uwe Lübbermann, Inhaber, PREMIUM

Konzepte mit Zukunft

15.00-15.30

Was ist „Gutes Gewissen“ wert?

- Nichts ist wertvoller als ein guter Name
- Wie Nachhaltigkeit auf Reputation und Umsatz wirkt
- Steigerung des Markenerfolgs durch Nachhaltigkeit in der Praxis

Alexander Biesalski, Managing Partner, Biesalski & Company

15.30-15.45 Diskussionsrunde mit den Referenten und Teilnehmern

15.45-16.15 Pause mit Kaffee und Tee

16.15-17.00

Triumph des Individuums

- Kunden kaufen heute anders
- Alles ist verkäuflich
- Mit den Augen des Kunden
- Verkaufsideen für den neuen individuellen Kunden
Edgar K. Geffroy, Verkaufsexperte, Trendbrecher und Querdenker



17.00-17.30

Wasserverkostung live: Mineralwasser – Genuss und Vielfalt

- Mineralwassertypen – das richtige für jeden Anlass
- Mineralwasser als Genussbegleiter
- Mineralwasserverkostung – viel mehr als nur Wasser
Torsten Henkels, 1. Vorsitzender der Wassersommelier-Union e.V.



17.30 Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Vorsitzenden

ca.18.00 Ende des ersten Kongresstages



ab 19.00 Uhr



Lassen Sie den Abend mit einem leckeren „Kölsch“ ausklingen. Zum Abschluss des ersten Kongresstages laden Gaffel und wir Sie in das „EigelStein“ zu einer gemeinsamen Abendveranstaltung ein. Dabei haben Sie Gelegenheit, in entspannter Atmosphäre mit den Referenten und Fachkollegen aus der gesamten Getränkewirtschaft (AfG- und Bierbranche) zu diskutieren und neue Kontakte zu knüpfen.



DONNERSTAG, 25. APRIL 2013

8.30-8.45 Empfang mit Kaffee und Tee

8.45-8.50

Begrüßung durch den Vorsitzenden des zweiten Kongresstages

Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing,
Hassia Unternehmensgruppe

Kommunikation 2.0

8.50-9.20

Die interaktive Getränkedose: So bringen Sie Ihre Facebookfans zurück an den PoS!

- Browser der Zukunft: Mobile Augmented Reality – Nutzen & Key Insights
- Verkaufsfördernde Maßnahmen und neue Vertriebswege für Marken und Handel
- Best Practice: Perlquell Cool Cola Orange und Karlsberg MiXery

Larissa Latemser, Business Manager Europe, Ball Packaging Europe Holding GmbH

9.20-9.50

Social Media in der Getränke-Industrie am Beispiel der Saftkellerei Walther

- Wie kann man facebook, twitter & Co. für die AfG-Branche nutzen?
- Mit neuen Ideen, Verpackung und der Social Community wieder auf Erfolgskurs

Kirstin Walther, Geschäftsführerin, Kellerei Walther GmbH

9.50-10.20

Greif zu und trink mich

- Shopper-Insights – Wie man Getränke-Käufer am PoS begeistert
- Online und Offline – Wie das Packaging-Design die Produktwahrnehmung steuert
- Markenerlebnis statt Dauerniedrigpreis – Wie man neue Produkte inszeniert
- Stimulate – Probieren geht über Studieren
- Display 2.0 – Zwischen Logistik, Emotion und Interaktion

Claudia Rivinius, Leitung Unternehmenskommunikation,
STI - Gustav Stabernack GmbH

10.20-10.50

Innovationen im Spannungsfeld: Storytelling vs. Vertrauensverlust

- Was erwartet der Verbraucher wirklich?
- 3 Sozial Milieus und ihre Wünsche
- Erkenntnisse der aktuellen Vertrauens-Studie 2012

Günther Nessel, Geschäftsführer,
taste! food & beverage communication GmbH

10.50-11.00 Diskussionsrunde mit den Referenten und Teilnehmern

11.00-11.30 Pause mit Kaffee und Tee

AfG- und Bier-Kongress gemeinsam



11.30-12.00

Bemerkenswertes aus der Getränkewelt prägnant zusammengefasst



Das Improvisationstheater TATwort greift Diskussionen und Highlights aus AfG- und Bierkongress auf und stellt den Teilnehmern beider Tagungen Schlüsselszenen vor. Lassen Sie sich überraschen!

Erfolg versprechende Getränkesortimente

12.00-12.30

Kundenwünsche rasch anpassen.

Soziale Medien und Trends im Shop

- Das Angebot an erhältlichen Produkten ist riesig. Wie wissen Sie, welche Produkte der Kunde will bzw. welche Produkte im Angebot stehen sollen?
- Das Produktsortiment dreht sich laufend. Wie müssen sich die Anbieter organisieren, damit die hohe Produktfluktuation effizient bewältigt werden kann?
- Jeder spricht von den neuen Medien. Wie aber können diese sinnvoll am Verkaufspunkt eingesetzt werden?

Stefan Müller, Gründer und Inhaber, Drinks of the World, Schweiz

12.30-13.00

Die Zukunft des GFGH am Beispiel der A. Kempf Getränkegroßhandel GmbH

- Wie entwickelt sich der GFGH?
- Innovationen für den Kunden nutzbar machen

Christian Melchior, Geschäftsbereichsleitung, A. Kempf Getränkegroßhandel GmbH

13.00-13.30

Der Sinneswandel zum Sinneshandel – Neue Perspektiven für den Handel

- Wie aktiviert man den Kunden?
- Aktuelle Erkenntnisse aus dem Neuromarketing
- Emotionen und Erlebnisse durch Produkte

Frank Rehme, Innovation Manager, METRO Systems

13.30-13.45 Diskussion mit Teilnehmern und Referenten

13.45-14.00 Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Vorsitzenden

14.00 Ende des Kongresses und gemeinsames Mittagessen

Sponsoring und Ausstellungen

Nutzen Sie den Jubiläums-Kongress, um Ihr Unternehmen als Lösungsgeber der Getränkebranche zu positionieren. Als Partner des Kongresses und im Rahmen der begleitenden Fachausstellung präsentieren Sie den Branchenentscheidern Ihre Produkte und Dienstleistungen. Gern berate ich Sie zu Ihren individuellen Präsentationsmöglichkeiten.

Juliane Baudisch

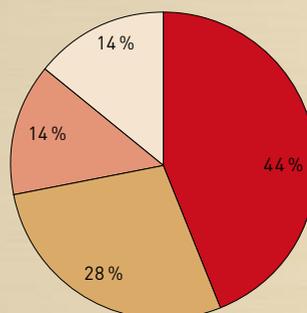
Sales Managerin

Telefon: 0211.9686-3736

E-Mail: juliane.baudisch@iir.de

Treffen Sie Ihre Zielgruppe

Teilnehmerstruktur AfG-Kongress 2012



- Getränke-Hersteller
- Handel
- Nahrungs-/Genussmittel Hersteller
- Sonstige (Beratung, Agentur)

Man trifft Leute aus der gesamten AfG-Branche.

Key Account Manager, PepsiCo Deutschland GmbH

Sehr guter Überblick über den gesamten AfG-Markt Deutschland und neue Strategien.

Geschäftsführer Waldquelle Kobersdorf GesmbH

Guter Kontaktaustausch.

Category Manager, Beneo-Palatinit GmbH

Zahlen, Daten, Fakten mit dem nötigen Spritzer an Innovation, Herzblut und Emotionalität. Eine interessante Mixtur für die AfG-Branche.

Consultant PR & Digital Media, 80 Grad – Agentur für digitale Kommunikation



20. Deutscher AfG-Kongress

Ertrag vor Menge?!
Strategien für den AfG-Markt der Zukunft



24. und 25. April 2013

Van der Valk Airporthotel Düsseldorf
Am Hülserhof 57
40472 Düsseldorf
Telefon: +49 (0)211.20063-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11.96 86-40 40

- Ja, ich/wir buche(n) den **AfG-Kongress 2013** am 24. und 25. April 2013 zum Preis von € 1.899,- (p.P. zzgl. gesetzl. MwSt.) (P2100318M012)
- Ja, ich/wir buche(n) den **den AfG- und Bier-Kongress 2013** zum Vorteilspreis von € 2.399,- (p.P. zzgl. gesetzl. MwSt.) und kann beliebig häufig zwischen beiden Kongressen wechseln. (P2100318M012 und P2100319M012)
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** (AfG-Kongress) zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. (P2100318M700)
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.
- Stimmt Ihre Adresse? Bitte geben Sie uns Ihre Änderungen durch.
[Telefon: +49(0)211.9686-3333, Telefax: +49(0)211.9686-4040, E-Mail: adresse@iir.de]

Teilnahmebedingungen. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (Inr 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.

Datenschutzinformation. IIR Deutschland ist ein Geschäftsbereich der EUROFORUM Deutschland SE. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalische Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

Zimmerreservierung. Für unsere Teilnehmer steht in dem Veranstaltungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu besonderen Konditionen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „IIR-Veranstaltung“ vor.

Änderungen vorbehalten

Ihre Tagungshotels.

Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Van der Valk Airporthotel Düsseldorf herzlich zu einem Begrüßungsumtrunk ein.



Wir über uns. IIR Deutschland bietet hochwertige berufliche Weiterbildung in Form von Kongressen, Foren, Konferenzen, Seminaren und Trainings an. Fach- und Führungskräfte können sich bei uns aus erster Hand praxisnah informieren, ihr Netzwerk vertiefen und erweitern. IIR Deutschland ist ein Geschäftsbereich der EUROFORUM Deutschland SE, einem führenden deutschen Konferenzanbieter.

Unsere Muttergesellschaft, die Informa plc mit Hauptsitz in London, organisiert und konzipiert jährlich weltweit über 12.000 Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt Informa über ein umfangreiches Portfolio an Publikationen für die akademischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Märkte. Informa ist in über 80 Ländern tätig und beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter.

Name, Vorname	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geburtsjahr
Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein per Fax: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Branche	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Datum, Unterschrift	

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst *oder* Name: _____ Position: _____
Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49(0)211.9686-4040
telefonisch: +49(0)211.9686-3614 [Kristin Langer]
Zentrale: +49(0)211.9686-3000
per E-Mail: anmeldung@iir.de

schriftlich: **IIR Deutschland**
Ein Geschäftsbereich der EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf
im Internet: www.getraenke-kongress.de