

Jetzt  
anmelden  
und € 200,-  
sparen!

# POSforum

23./24. November 2011 in Hamburg

Abend-  
programm  
im Meßmer  
MOMENTUM

## PRAXISSEMINARE

(getrennt buchbar)

### Professionelle Generierung von Shopper Insights

22. November 2011 in Hamburg

### Emotionalisierung am POS

26. Januar 2012 in München

## Consumer & Shopper Insights

- >> Wie Nestlé neue Ansätze im Category Management integriert
- >> Wie Unilever Shopper Insights am POS nutzt
- >> Wie Campbell's im Shopper Marketing neue Wege geht

## Konsequente Shopper-Orientierung im Handel

- >> REWE Feine Welt – eine emotionale Marke am POS
- >> Nordmann Gruppe – der Getränkemarkt der Zukunft

## Retail 2.0 – der Online-POS als Wachstumstreiber

- >> Das Erfolgsbeispiel Amazon.de
- >> Wie Tour du Vin Shopper Marketing im Online Retail umsetzt
- >> Multimediale Trends und interaktive Raumkonzepte

## Die Psychologie des Einkaufens

- >> Wie Neuromerchandising in der Praxis umgesetzt wird
- >> Shopping 2020 – über Neo-Shopper und Neo-Retailer

## POS-Touren mit exklusiven Besichtigungen

Der Unilever Shop im Atrium des Unilever Gebäudes  
Meßmer MOMENTUM – die Tee-Erlebniswelt in der Hafencity  
Der Harley-Davidson Store – Markenkult live erleben

## Ihre Referenten |

**Christian G. Bubenheim**, Amazon.de GmbH, **Frank Bittel**, PPM Planung + Projektmanagement GmbH, **Achim Fringes**, neuromerchandising group, **Lars Gräning**, Nordmann Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG, **Christiane Groepler**, Unilever Deutschland GmbH, **Marcus Haus**, REWE Markt GmbH, **Axel Linge**, Campbell's GmbH, **Michael Lomberg**, Nestlé Deutschland AG, **Jens Lönneker**, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalyse GmbH, **Ingrid Salamon**, Tour du Vin Germany GmbH, **Dr. Ralf Salzmann**, emnos GmbH, **Thomas Schumacher**, Schumacher Solutions GmbH, **Norbert Wittmann**, Gruppe Nymphenburg Consult AG, **Ninja Theresa Zeiler**, Harley-Davidson GmbH

## Herzlich willkommen,

beim Jahresforum für mehr Erfolg am POS mit hervorragenden Experten und erfolgreichen Praktikern aus führenden Unternehmen!

Erfahren Sie, was Menschen und Märkte bewegt und wie Sie Consumer- & Shopper-Insights für die optimale Kundenansprache am POS nutzen.

Es erwarten Sie zahlreiche Praxisbeispiele konsequenter Shopper-Orientierung, 3 POS-Touren in Hamburg und viele KollegInnen und ExpertInnen aus Marketing, Vertrieb und Category Management! Neben der Konferenz bieten wir Ihnen die Möglichkeit, zwei vertiefende Praxisseminare zu buchen. Wählen Sie Ihr individuelles Programm!

Im Anschluss an den ersten Konferenztag präsentiert Ihnen Meßmer das MOMENTUM und entführt Sie in die faszinierende Welt des Tees. Eine gute Gelegenheit für neue Kontakte und Erfahrungsaustausch in angenehmer Atmosphäre!

Wir freuen uns auf Sie beim POSforum!



Petra Geiger  
Management Forum Starnberg

## Ihre Ansprechpartnerinnen: Telefon +49 (8151) 27 19 0

**Petra Geiger**  
Konferenz-Managerin, [petra.geiger@management-forum.de](mailto:petra.geiger@management-forum.de)

**Sabrina Wirtz**  
Konferenz-Koordination, [sabrina.wirtz@management-forum.de](mailto:sabrina.wirtz@management-forum.de)



Getrennt  
buchbar!  
Teilnehmerzahl  
begrenzt!

## Praxisseminar I | Dienstag, 22. November 2011

Fachliche Leitung: Cirk S. Ott, Mitglied der Geschäftsleitung, Gruppe Nymphenburg Consult AG, Dr. Ralph Salzmann, Senior Consultant FMCG, emnos GmbH

# Professionelle Generierung von Shopper Insights

Quantitative und qualitative Marktforschung als valide Entscheidungsgrundlage für optimiertes Shopper Marketing

Shopper Insights bilden die wesentliche Grundlage zur Verbesserung der (Marken-) Performance am POS und sind für eine optimierte Ansprache der Kunden unabdingbar.

### Ihr Nutzen aus diesem Seminar:

Sie erfahren, wie Sie

- >> professionell Shopper Insights gewinnen
- >> ein Research Projekt optimal planen und durchführen
- >> quantitative und qualitative Marktforschung besser verzahnen
- >> gewonnene Insights in die Praxis transferieren

### Wie wir im Seminar arbeiten:

Das Seminar ist mit vielen praktischen Übungen, Fallbeispielen und Erfahrungsberichten angereichert und liefert Ihnen konkrete Ansätze für den Transfer in Ihre Praxis.

### Ihre Referenten



**Cirk Sören Ott** ist Partner der Gruppe Nymphenburg Consult AG in München und Leiter Marktforschung. Seine Beratungsschwerpunkte sind Kundenverhalten am POS, Markenmanagement im Handel, Promotion-Evaluierung, Shopper Research, Marken- und Werbetacking und Pack-Testing.



**Dr. Ralph Salzmann** ist Manager Retail/FMCG Consulting der emnos GmbH in München. Zuvor war er Senior Consultant Business und Consumer Insights bei Information Resources Incorporation (IRI). Seine Beratungsschwerpunkte sind Customer Centric Retailing, Shopper Marketing, Promotion-Evaluierung und multimodales Marketing.

- 09.30 Frühstücksempfang /Ausgabe der Seminarunterlagen
- 10.00 **Neue Möglichkeiten im Shopper Marketing mittels quantitativer Marktforschung – basierend auf Abverkaufs- und Kundenkartendaten**
- Zukunftsmodell Customer Centric Retailing – der Kunde im Zentrum des Handel(n)s
  - You are what you buy: Kaufverhaltensbasierte Kundenclusterung als State-of-the-Art der Kundensegmentierung
  - You buy what you need: Bedürfnisgetriebene Sortiments- und Planogrammgestaltung
  - Insight Sharing als Plattform für kooperatives Category Management zwischen Industrie und Handel: Aktuelle Praxisbeispiele
- 12.30 Gemeinsames Mittagessen
- 14.00 **Das professionelle qualitative Shopper Research Projekt – basierend auf POS-Beobachtung und POS-Befragung**
- Auswahl der richtigen Methode – sicher ans Ziel kommen!
  - Grenzen und Fallstricke der Marktforschung am POS – muss es immer am POS sein?
- 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause
- 16.30 **Umsetzung anhand ausgewählter Fallbeispiele**
- Wissens- und Methodentransfer in die Praxis
  - Zielpersonendefinition und -rekrutierung
  - Leitfaden-/Fragebogenentwicklung
  - Ergebnisanalyse und Umsetzung – Shopper Insights richtig und gezielt nutzen!
  - Ausblick: Möglichkeiten für die Verzahnung von quantitativer und qualitativer Marktforschung
- 18.00 Ende des Praxis-Workshops



# Erster Konferenztage I Mittwoch, 23. November 2011

Fachliche Leitung: Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG, München

09.30	Frühstücksempfang/Ausgabe der Tagungsunterlagen	14.30	<b>Shopper, Kategorie, Einkaufsstätte: Shopper Insights am POS umsetzen</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Von Shopper Insights zur Gestaltung von Abteilungen im Markt</li><li>- ... in der Kühlung</li><li>- ... im Körperpflegebereich</li></ul> <i>Christiane Groepler, Senior Category Manager, Unilever Deutschland GmbH, Hamburg</i>
09.50	Begrüßung und Einführung durch den Vorsitzenden <i>Norbert Wittmann</i>	15.15	Kommunikations- und Kaffeepause
10.00	<b>Der Konsument auf Sinnsuche – was Menschen und Märkte bewegt</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Aktuelle Trends aus der Konsumentenforschung</li><li>- Was bewegt den Konsumenten – wie spreche ich Kunden heute richtig an?</li><li>- Die Kunst der Kundenbindung – wie funktioniert es wirklich?</li></ul> <i>Jens Lönneker, Geschäftsführer, rheingold GmbH, Institut für qualitative Markt- und Medienanalyse, Köln</i>	15.45	<b>Shopper Marketing! Oder aber: Der Kunde ist König Wie Tour du Vin Shopper Marketing für kleine und mittelständische Unternehmen in der Weinbranche umsetzt</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Am Anfang war der Konsument – oder sollen wir ihn „Shopper“ nennen?</li><li>- Verstehen wir uns richtig – wie viel Marktforschung braucht der Mensch?</li><li>- Neue Medien braucht das Land - vom Monolog zum Dialog!</li><li>- Nur zufriedene Kunden sind gute Kunden</li></ul> <i>Ingrid Salamon, Gründerin und Geschäftsführende Gesellschafterin, Tour du Vin (Germany GmbH), Kaiserslautern</i>
10.45	<b>Consumer- &amp; Shopper-Verständnis als Grundlage für strategische Kundenansprache</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Die Nestlé Ernährungsstudie als qualitativer Ausgangspunkt</li><li>- Integration neuer Ansätze in den klassischen Category Management Gedanken</li><li>- Ableitung strategischer Optionen auf Basis einer Kundenanalyse</li><li>- Umsetzungsbeispiel</li></ul> <i>Michael Lomborg, Group Category Manager, Nestlé Deutschland AG, Frankfurt/M.</i>	16.30	<b>Shopping 2020 – über Neo-Consumer, Neo-Shopper und Neo-Retailer</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Bewegungen und Trends am Markt: Shopperverhalten, Handelsentwicklungen</li><li>- Neo-Consumer und Neo-Shopper: Zielgruppen 2020</li><li>- Multichannel: Erkenntnisse für den Handel – Chancen für den POS: Learnings und Beispiele</li></ul> <i>Norbert Wittmann, Vorstandsvorsitzender, Gruppe Nymphenburg Consult AG, München</i>
11.30	<b>Umsetzung eines innovativen Produktkonzeptes „Feine Welt“ am POS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Emotionalisierung des Einkaufs, um sich im Wettbewerb zu differenzieren</li><li>- REWE Feine Welt, eine emotionale Marke mit klarem Konzept</li><li>- Die Marke am POS und in der Kommunikation</li><li>- Erfolge von REWE Feine Welt</li></ul> <i>Marcus Haus, Bereichsleiter Marketing Vollsortiment National, REWE Markt GmbH, Köln</i>		<b>POS-Tour in die Hafencity</b>
12.15	Gemeinsames Mittagessen	17.30	Besuchen Sie mit uns im Anschluss an den 1. Konferenztage das Unilever Atrium mit dem <b>Unilever Shop</b> . Erleben Sie die Unilever Markenwelten und erfahren Sie, wie hier ein Ort der Begegnung zwischen Unilever Mitarbeitern und Konsumenten geschaffen wurde.
13.45	<b>Der Consumer &amp; Shopper Journey Framework: Vom Category zum Customer Management</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Das C&amp;SJ Framework Projekt: Neue Wege der Kooperation zwischen Händler und Hersteller</li><li>- Segmentierung als zentrale Voraussetzung für erfolgreiches Shopper Marketing</li><li>- Shopper Marketing in der Praxis</li></ul> <i>Axel Linge, Senior Category Manager, Campbell's GmbH, Lübeck</i> <i>Dr. Ralph Salzmann, Manager Retail/FMCG Consulting, emnos GmbH, München</i>		<b>18.15 Empfang im Meßmer MOMENTUM</b> , der Tee-Erlebniswelt in der Hafencity. Nach einem Überblick zur Entstehung des Meßmer Hauses MOMENTUM genießen Sie die original „English Tea-time“. Lassen Sie sich in die faszinierende Welt des Tees entführen! Eine gute Gelegenheit für neue Kontakte und Erfahrungsaustausch in angenehmer Atmosphäre!

# Zweiter Konferenztag | Donnerstag, 24. November 2011

Fachliche Leitung: Achim Fringes, Gründer, neuomerchandising group gmbh & co. kg, Frankfurt/M.

09.00	Begrüßung und Einführung in den zweiten Konferenztag		
09.05	<b>Der Online-POS als Wachstumstreiber</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Produktauswahl</li><li>- Vermarktung</li><li>- Delivery &amp; Amazon SparAbo</li></ul> <i>Christian G. Bubenheim, Director - Category Leader Baby &amp; Consumables, Amazon.de GmbH, München</i>		<ul style="list-style-type: none"><li>- Innovative Retaillösungen mit intelligenter Technologie</li><li>- Erfahrungen und Beispiele aus der Praxis</li></ul> <i>Frank Bittel, Geschäftsführer, PPM Planung + Projekt Management GmbH, Dormagen</i>
10.00	<b>Neuomerchandising® – Vom Hype zur Realität am POS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Grundlagen der Neurowissenschaft</li><li>- Emotionen sind kein Luxus</li><li>- Mit allen Sinnen handeln</li></ul> <i>Achim Fringes, Gründer, neuomerchandising group gmbh &amp; co. kg, Frankfurt/M.</i>	14.15	<b>Harley-Davidson – der moderne Auftritt einer Kultmarke am POS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- The American Dream: Die Geschichte Harley-Davidson</li><li>- Emotionale Ansprache des Kunden und seiner Sinne durch den Einsatz vielfältigster Tools</li><li>- Multichannel Marketing - durchgängig bis zur Planung des POS/ Storekonzepts</li></ul> <i>Thomas Schumacher, Geschäftsführer, Schumacher Solutions GmbH, Starnberg</i> <i>Ninja Theresa Zeiler, Marketing Managerin, Harley-Davidson GmbH, Mörfelden</i>
10.45	Kommunikations- und Kaffeepause	15.00	Abschließende Diskussionsrunde
11.15	<b>Getränkemarkt der Zukunft – Zisch Getränke-großmarkt in Stralsund</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Wahrnehmungs- und Entscheidungsprozesse der Kunden am Beispiel Getränkemarkt</li><li>- Bedürfnis- und bedarfsgerechte Ausrichtung der Ladengestaltung</li><li>- Angebot und Service im Zisch Getränkemarkt</li><li>- Kundenevents im Markt</li></ul> <i>Lars Gräning, Geschäftsführer, Nordmann Getränke, Stralsund</i>		<b>POS-Tour zum Harley-Davidson Store</b>
12.00	Gemeinsames Mittagessen	15.15	Erleben Sie das Geheimnis des Markenkults um eine Harley direkt vor Ort. Sie sind eingeladen, zu hören, zu fühlen, zu riechen, zu sehen und auch zu schmecken. Harley-Davidson lädt Sie im Anschluss der Besichtigung in seinem Hamburger Store zu einem American Snack ein.
13.30	<b>Retail 2.0 – Vernetzte interaktive Medien erfordern eine neue Kreativität am POS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Multimediale Trends im stationären Handel</li><li>- Interaktive Raumkonzepte als wichtiger Bestandteil einer durchgängigen Markenidentität</li></ul>	16.30	Ende der Fachkonferenz POSforum



Getrennt  
buchbar!  
Teilnehmerzahl  
begrenzt!

## Praxisseminar II | Donnerstag, 26. Januar 2012 in München

Fachliche Leitung: Achim Fringes, Bert Martin Ohnemüller, neuomerchandising group, Frankfurt/M.

# Emotionalisierung am POS

Produkte und Dienstleistungen gibt es im Überfluss, und sie sind gegeneinander austauschbar. Auch das Kaufverhalten hat sich geändert. Kunden sind wenig loyal und lassen sich längst nicht mehr in definierte Zielgruppen pressen.

### Wie können Sie Ihre Kunden erreichen und nachhaltig an sich binden?

80% der Kaufentscheidungen werden unbewusst getroffen. Die Gefühlswelt der Verbraucher rückt also in den Vordergrund.

Auf unserem Seminar erfahren Sie,

- >> wie Sie die Sinne Ihrer Kunden optimal ansprechen und mehr Verkaufserfolg erzielen
- >> wie Ihre Produkte oder Dienstleistungen emotionale Assoziationen beim Kunden auslösen

*„Emotionen bestimmen unser Verhalten und beeinflussen unsere Taten. Wir müssen die Kunden persönlich berühren und sie inspirieren.“*  
Achim Fringes

### Wie wir im Seminar arbeiten

Das Seminar ist mit vielen praktischen Übungen, Fallbeispielen und Erfahrungsberichten angereichert und liefert Ihnen konkrete Ansätze für den Transfer in Ihre Praxis.

### Ihr besonderes Plus

Sie erstellen Ihren individuellen „**Emotion Guide**“ und erhalten einen konkreten Leitfaden für Ihre praktische Umsetzung.

### Referenten



**Achim Fringes** hat den Begriff Neuomerchandising® geprägt und gründete im Juli 2010 die neuomerchandising group in Frankfurt/M. Achim Fringes ist Einzelhandelsexperte, Coach und freier Autor.



**Bert Martin Ohnemüller** ist Geschäftsführender Gesellschafter der neuomerchandising group in Frankfurt/M. Er ist langjähriger POS-Experte und Visionär mit einem hohen Maß an Umsetzungskompetenz.



**Beat Grossenbacher** ist Gründer, Inhaber und Verwaltungsratspräsident der GRORYMAB AG in Wangen a/Aare und Gründer und Inhaber der Air Creative AG, Schweiz, und der Air Creative GmbH in Rheinfelden.

09.30	Frühstücksempfang /Ausgabe der Seminarunterlagen
10.00	<b>Einführung in das Neuomerchandising®</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Wie kommt die Realität in meinen Kopf</li><li>- Sinne und Wahrnehmung</li><li>- Vom Hype zur Realität am POS</li></ul> <i>Achim Fringes, Bert Martin Ohnemüller</i>
	<b>Übung</b> <b>Sinne und Wahrnehmungsphänomene</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Sinnesparcour</li></ul>
12.30	Gemeinsames Mittagessen
14.00	<b>Einführung in die Farbmethodeanalyse</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Wie Farben schwingen und Erfolg riecht</li><li>- Von der Luftveredelung zum Wohlfühlambiente</li><li>- Praktische Beispiele und Anwendungen</li></ul> <i>Beat Grossenbacher</i>
	<b>Übung</b> <b>Umgang mit der Farbmethodeanalyse</b>
15.00	Kommunikations- und Kaffeepause
15.30	<b>Neuomerchandising von der Praxis für die Praxis</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vom Neuomerchandising Audit zum Emotion Guide</li><li>- Professionelles Vorgehen im Neuomerchandising®</li><li>- Erfolgsregeln</li></ul> <i>Achim Fringes, Bert Martin Ohnemüller</i>
	<b>Übung</b> <b>Individuelle Fallbearbeitung</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Erstellung des individuellen „Emotion Guide“</li></ul>
17.30	Ende des Seminars

# Ihre ReferentInnen



## Christian G. Bubenheim

ist Director, Category Leader Consumables bei der Amazon.de GmbH in München. Er ist verantwortlich für die Bereiche Lebensmittel & Getränke, Drogerie/Health & Personal Care, Baby, Parfümerie/Beauty. In dieser Position setzt Herr Bubenheim die globale Amazon Vision um, „alle Produkte anzubieten, die Kunden online suchen und kaufen wollen“.



## Frank Bittel

ist Geschäftsführer der 1996 gegründeten PPM Planung + Projektmanagement GmbH mit Sitz in Dormagen. Das Unternehmen versteht sich als ganzheitlicher Dienstleister für die Planung und Realisierung von Markenarchitektur.



## Achim Fringes

hat den Begriff des Neuomercchandising® geprägt und gründete im Juli 2010 die neuomercchandising group in Frankfurt. Er ist Spezialist für die Umsetzung von multisensorischen Denk- und Wahrnehmungsprozessen in Handel und Dienstleistung. Seit 2001 ist er als Unternehmensberater, Coach und freier Autor international tätig.



## Lars Gräning

ist seit 2000 bei der Nordmann Unternehmensgruppe GmbH und Co. KG als Geschäftsführer Marketing tätig. Seit 2011 ist er Geschäftsführer Getränke Fachgroßhandel Nordmann Getränke Stralsund mit Schwerpunkt Marketing & Einzelhandel.



## Christiane Groepler

ist Senior Category Manager und leitet den Bereich Category Management für alle Kategorien bei der Unilever Deutschland GmbH in Hamburg. Vorherige Stationen waren Consumer Marketing, Marktforschung, Trade Marketing, Fieldforce Management und Key Account. Ihre Erfahrungen sammelte sie neben Unilever bei Kraft Foods und Bestfoods.



## Marcus Haus

ist Bereichsleiter Marketing Vollsortiment National der REWE Markt GmbH in Köln. Er ist verantwortlich u.a. für die Vertriebsmarke „REWE“, alle Eigenmarken sowie die nationale Kommunikations- und Marketingstrategie. Marcus Haus hat mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Marketing und Werbung, u.a. als Mitglied der Geschäftsführung der Schaffhausen Communication Group.



## Axel Linge

ist Senior Category Manager bei Campbell's GmbH in Lübeck und in dieser Position verantwortlich für das Category Management und Shopper Insights. Er hat über 14 Jahre Erfahrung im Category Management der Konsumgüterindustrie. Er ist Experte in Shopper Research und Insights und hat langjähriges Trade Marketing Know-how aus vorherigen Positionen.



## Michael Lomberg

ist Group Category Manager bei der Nestlé Deutschland AG in Frankfurt/M. Michael Lomberg ist seit 2004 bei der Nestlé AG und verantwortete bis Oktober 2009 den Bereich Category Management bei der Nestlé Kaffee & Schokolade GmbH. Zuvor war er sechs Jahre bei der GfK Nürnberg verantwortlich für den Geschäftsbereich Heißgetränke.



## Jens Lönneker

ist Diplom-Psychologe und Geschäftsführer von rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen in Köln. Er befasst sich national und international mit tiefenpsychologischen Analysen - von der Grundlagenforschung und Produktentwicklung bis hin zur Überprüfung von Werbemaßnahmen in den Bereichen Food, Getränke, Duft und Printmedien.



## Ingrid Salamon

ist Gründerin und Geschäftsführende Gesellschafterin der Tour du Vin (Germany) GmbH in Kaiserslautern und Partnerin der Krost Business Consulting (Taicang) Co., Ltd., Taicang, China. Sie hat langjährige internationale Erfahrung zuletzt als Head of New Product Development Department und Mitglied des Senior Management Teams der Philip Morris International in Moskau.



## Dr. Ralph Salzmann

ist Manager Retail/FMCG Consulting der emnos GmbH in München. Zuvor war er Senior Consultant Business und Consumer Insights bei Information Resources Incorporation (IRI). Seine Beratungsschwerpunkte sind Customer Centric Retailing, Shopper Marketing, Promotion-Evaluierung und multimodales Marketing.



## Thomas Schumacher

ist Inhaber und Geschäftsführer von Schumacher Solutions GmbH in Starnberg. Er hat langjährige Erfahrung im Bereich Inszenierung von Mode- und Lifestylemarken am POS und berät internationale Marken hinsichtlich Präsentation, Visual Merchandising und Schaffung von authentischen Erlebniswelten, um die Marke glaubwürdig und echt am POS zum Verbraucher zu transportieren.



## Norbert Wittmann

ist Diplom-Psychologe und Vorstandsvorsitzender der Gruppe Nymphenburg Consult AG in München. Seine Beratungsschwerpunkte sind u.a. Kundenverhalten am POS, POS-Marktforschung, Trade Marketing, Category Management und Handelsberatung.



## Ninja Theresa Zeiler

ist Marketing Managerin bei Harley-Davidson GmbH in Mörfelden und in dieser Position verantwortlich für das Marketing der Parts, Acc. & Motorclothes, sowie e-Marketing für die Länder Deutschland und Österreich.

## Medienpartner



# Informationen

Zielgruppe	Das POSforum richtet sich an Geschäftsführer und Vorstände sowie an Fach- und Führungskräfte der Bereiche Vertrieb, Category Management, Trade Marketing, Marktforschung, Marketing und Werbung aus Handel, Industrie und Dienstleistung.
So melden Sie sich an	>> <b>per Telefon:</b> +49 (8151) 27 19 0 >> <b>per Telefax:</b> +49 (8151) 27 19 19 >> <b>per E-Mail:</b> info@management-forum.de >> <b>per Internet:</b> www.posforum.de >> <b>per Post:</b> Management Forum Starnberg GmbH - Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg
Teilnahmegebühr, Kombipreise und Sonderaktion für „Schnellentscheider“	POSforum am 23./24. November 2011: € 1.895,- zzgl. 19% MwSt. (bzw. € 1.695,- bei Anmeldung bis zum 23. Sep. 2011) Praxisseminar I „Professionelle Generierung von Shopper Insights“ am 22. Nov. 2011: € 1.095,- zzgl. 19% MwSt. Praxisseminar II „Emotionalisierung am POS“ am 26. Jan. 2012: € 1.095,- zzgl. 19% MwSt. POSforum und ein Praxisseminar: € 2.495,- zzgl. 19% MwSt. (bzw. € 2.295,- bei Anmeldung bis zum 23. Sep. 2011. <b>Sie sparen bis zu € 695,-!</b> ) POSforum und zwei Praxisseminare: € 3.095,- zzgl. 19% MwSt. (bzw. € 2.895,- bei Anmeldung bis zum 23. Sep. 2011. <b>Sie sparen bis zu € 1.190,-!</b> )
Termin und Ort	<b>POSforum: Mittwoch, 23. und Donnerstag, 24. November 2011, Praxisseminar I: Dienstag, 22. November 2011</b> Empire Riverside Hotel, Bernhard-Nocht-Straße 97, 20359 Hamburg, Telefon: 040 / 31 113 - 0, Telefax: 040 / 31 113 - 70 601, E-Mail: empire@hotel-hamburg.de, Zimmerpreis: € 149,- exkl. Frühstück  <b>Praxisseminar II: Donnerstag, 26. Januar 2012</b> Literaturhaus München, Salvatorplatz 1, 80333 München
Registrierung	Der Veranstaltungs-Counter ist ab 9.00 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.
Rücktritt	Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 65,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 31. Oktober 2011 (Praxis-Seminar I und POSforum) bzw. 11. Januar 2012 (Praxis-Seminar II) schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.
Anreise	Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zur Veranstaltung von Management Forum Starnberg und zurück. Infos unter: www.management-forum.de/bahn
Management Forum Starnberg	Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte stehen wir für >> professionelle Planung, Organisation und Durchführung >> Zusammenarbeit mit namhaften Referenten >> aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte >> viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte.
Aussteller	<b>Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?</b> Nutzen Sie die Chance, Ihre Produkte und Dienstleistungen einem Fachpublikum zu präsentieren. Gerne senden wir Ihnen unverbindlich weitere Informationen zur Ausstellung. Bitte wenden Sie sich an Gabriele Fuchs, Tel. 08151/2919-0, gabriele.fuchs@management-forum.de

## Anmeldung | per Fax (0 81 51) 27 19-19 oder www.posforum.de

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg



**Ja**, hiermit melde ich mich für folgende/n Termin/e an

POSforum (23./24. November 2011)

Praxisseminar I (22. November 2011)

Praxisseminar II (26. Januar 2012)

Ich bin interessiert an Ausstellungsmöglichkeiten.  
Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

X 5370/5371/5422

1. Name \_\_\_\_\_ 2. Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_ Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_ PLZ/ Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Telefax\* \_\_\_\_\_

E-Mail\* \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_ Beschäftigungszahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

**Management Forum  
Starnberg GmbH  
Frau Sabrina Wirtz  
Maximilianstraße 2b  
D-82319 Starnberg**

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 65,- zzgl. MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 31. Oktober 2011 (Praxis-Seminar I und POSforum) bzw. 11. Januar 2012 (Praxis-Seminar II) schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. \* Mit der Nennung Ihrer E-Mailadresse und/oder Faxnummer erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Sie auch per E-Mail und/oder Fax über unser aktuelles Angebot informieren dürfen.