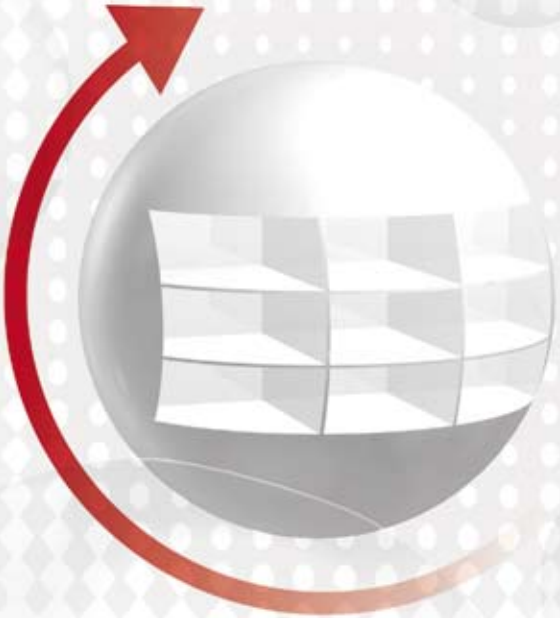
STI GROUP



DISPLAY 2.0

EFFIZIENZ AM POS

Anforderung an die
POS-Kommunikation von Morgen

Best practice:
Welche Konzepte erfolgreich sind
und wo die Gründe für Flops liegen

23. Oktober 2008, Schloss Laubach
mit Verleihung des STI-Design-Awards

Hintergrund

Durchschnittlich 1,6 Sekunden befasst sich der Verbraucher am POS mit einem Produkt, bevor er seine Entscheidung trifft – und für diesen ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance.

Für die erste Begegnung von Kunde und Produkt hat das Marketing-Team von Procter & Gamble einen Namen kreiert: FMOT– der First Moment of Truth. Gemeint sind damit die 2 – 4 Sekunden, die ein Kunde vor dem Regal verbringt, um eine Entscheidung für oder gegen ein Produkt zu fällen.

Untersuchungen in UK haben gezeigt, dass 46 % aller Verbraucher ihre Kaufentscheidung auf den letzten vier Schritten vor dem Regal ändern.

Wie man es schafft, den Blick und die Kaufentscheidung auf das eigene Produkt zu lenken und welche Rolle Displays innerhalb des POS-Marketing spielen – diese Fragen werden im Rahmen des eintägigen Kongresses aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet.

Mit feierlicher Preisverleihung des STI-Design-Awards 2008 zum Thema „Display der Zukunft".

Workshop-Inhalte

- **Consumer Insights – was Verbraucher bewegt**
- **Shoppergeografie in der Handelslandschaft**
- **Kommunikation in 3D – welchen Einfluss hat das Design**
- **Best practice: erfolgreiche Kampagnen live on stage**
- **Anforderungen des Handels**
- **Tops und Flops am POS**
- **Das Display der Zukunft**

Mit dem STI-Design-Award will die STI Group den Designnachwuchs fördern und diesem für seine Ideen eine Bühne geben. Gleichzeitig soll eine enge Verzahnung von Theorie und Praxis erreicht werden.

Hochschulen arbeiten an drei Marken

Zu den Teilnehmern zählen die Kunsthochschule Kassel mit Prof. Oliver Vogt als Dozent für Industrie-Design im Studiengang Produkt-Design und die Hochschule München mit Prof. Peter Schuck als Dozent für Gestaltungsgrundlagen, Design-Theorie und Display im Studiengang Kommunikationsdesign.

Über Ländergrenzen und Kommunikationskanäle hinweg

Aufgabe des Designnachwuchses ist die Entwicklung einer länderübergreifenden, modularen Platzierung sowie ergänzender POS-Maßnahmen.

Durch die Integration von drei Markenartikelherstellern in den Award ist ein hoher Praxisbezug gewährleistet.

Prof. Oliver Vogt

Prof. Peter Schuck

www.manuel-list.de

Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Abteilungsleiter und Mitarbeiter der Markenartikelindustrie und des Handels, insbesondere aus folgenden Bereichen:

- **Marketing**
- **Trade-Marketing**
- **POS-Marketing**
- **Marktforschung**
- **Verpackungs- und Displayentwicklung**
- **Einkauf**

Programm

22. Oktober 2008

Verleihung des STI-Design-Awards mit festlichem Abendmenü

19.00 Uhr

Dinner Speach:
Good design goes to heaven, bad design goes everywhere – Kommunikation in 3D und die Rolle des Designs für den Markenauftritt im Handel

Ronald Bartikowski, Creative Director, Interbrand Zintzmeyer & Lux GmbH, Hamburg

Verleihung des STI-Design-Awards mit Vorstellung der Siegerarbeiten

Prof. Dr. Frank Ohle, CEO STI Group und Prof. Dr. Herrmann Diller, Universität Nürnberg-Erlangen (Jury-Vorsitzender)

anschließend Get-together

23. Oktober 2008

09.00 Uhr

Begrüßung und Einführung

Dr. Tom Giessler, CFO STI Group

09.15 Uhr

„Entwicklungslinien im Trade-Marketing“

- **Individualisierung des POS-Marketing: Utopie oder praktikable Strategie?**
- **Intelligente Preisaktionen: wie vermeidet man Rabattschlachten?**
- **Was bedeutet die zunehmende Nutzung des Internets für die Handelskommunikation?**
- **Messen – Machen – Messen: Prozessmanagement für Trade-Marketing-Erfolge**

Prof. Dr. Herrmann Diller, Universität Nürnberg-Erlangen

10.00 Uhr

Shopper Metrics: dem Verbraucher auf der Spur

- **Was Verbraucher bewegt**
- **Welche Maßnahmen Kaufimpulse generieren**
- **Wie Impulswirkungen gemessen werden können**
- **Die Sieger des STI-Design-Awards aus der Sicht des Verbrauchers**

Michael Schiessl, Geschäftsführer eye-square GmbH, Berlin

10.45 Uhr

Kaffeepause – Möglichkeit zur Besichtigung der Einreichungen und Preisträger

11.15 Uhr

Blickpunkt Handel: Erkenntnisse aus der Handelsforschung und Einblick in die Handelslandschaft und -anforderungen von morgen.

Olaf Gens, Leiter Marktforschung REWE

12.00 Uhr

Display 2.0

- **Neue Ideen für die POS-Kommunikation der Zukunft**
- **Die 10 Kardinalfehler am POS – was Sie von Flops lernen können**

Markus Weißgerber,
Leiter strategische Projekte, STI Group

13.00 Uhr

Mittagspause

14.15 Uhr

Effizienz am POS: Kurzpräsentationen aktueller Kampagnen und Diskussion im Podium

Olaf Gens,
REWE Group

Marlene Lohmann,
EHI Retail Institute

Dr. Tom Giessler,
STI Group

Rasmus Sørensen,
LEGO

Hannes Streng,
Gesellschaft BU HOLDING AG & Co. KG

Matthias Meyer,
Bahlsen GmbH & Co. KG

Moderation:
Prof. Dr. Herrmann Diller,
Universität Nürnberg-Erlangen

15.45 Uhr

Ende des Kongresses – Transfer nach Grebenhain

16.15 Uhr

Displayfertigung in der Praxis Führung durch Europas größtes Displaywerk

Norbert Dietz, Werkleiter
STI Grebenhain Display + Verpackung GmbH

ca. 17.30 Uhr

Ende der Veranstaltung

Red Bull ENERGY DRINK

■ Carina Bähr

arbeitet seit 2002 für die in München ansässige Red Bull Deutschland GmbH. Von 2004 – 2007 war sie im Trade-Marketing-Team tätig. Seit 2008 ist sie als Purchasing Coordinator unter anderem für die Beschaffung von Displays und Werbemitteln verantwortlich.

Interbrand

■ ■ Ronald Bartikowski

ist Creative Director bei der internationalen Design-Agentur Interbrand, Zintzmeyer und Lux in Hamburg. Er komplettierte seinen Master of Arts an der Hamburg University of Applied Sciences und arbeitete in dieser Zeit als Artdirector u.a. für internationale Projekte des Unilever-Konzerns. Seit 2002 ist Bartikowski Leiter des Hamburger Kreativteams von Interbrand und u.a. verantwortlich für die internationale Brand Identity von Knorr und Nivea.

Unilever

■ Melanie Brauner

ist nach Stationen im Handel und in der Industrie 2000 bei der Unilever Deutschland GmbH als Buyer für verschiedene Produkte eingestiegen und heute als Implementation Project Leader R&D bei Unilever für die Entwicklung von u.a. POS-Produkten (HPC und Bertolli) verantwortlich.

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

■ ■ Univ.-Prof. Dr. Herrmann Diller

ist Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insb. Marketing, an der Universität Erlangen-Nürnberg. Die wichtigsten Forschungsschwerpunkte von Prof. Diller liegen beim Preis-Management von Industrie und Handel einschließlich der Analyse des Preisbewusstseins von Verbrauchern sowie beim Kundenmanagement. Zudem ist er Präsident der Wissenschaftlichen Gesellschaft für Innovatives Marketing e.V. (WIGIM) und Vizepräsident des GfK e.V.

REWE

■ ■ Olaf Gens

ist Leiter der Marktforschung REWE Group in Köln. Sein Studium absolvierte er 1985 – 1991 an der Universität Wuppertal im Bereich der Wirtschaftswissenschaften mit dem Abschluss zum Diplom-Ökonom. Seine beruflichen Stationen waren 1991 – 1992 Trainee bei der REWE Leibrand OHG, 1992 – 2001 betrieb er Marktforschung für die REWE-Gruppe bei der er seit 2001 die Leitung inne hat.

STI GROUP

■ Dr. Tom Giessler

promovierte nach den parallelen Studien der Betriebswirtschaftslehre und des Maschinenbaus an der RWTH Aachen auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften. Anschließend trat er in die interne Beratung eines internationalen Industriekonzerns ein. Nach verschiedenen Stationen im internationalen Umfeld, zeichnet Dr. Giessler seit 2007 als CFO (Chief Financial Officer) der STI Group verantwortlich.

EHI Retail Institute

■ ■ Marlene Lohmann

absolvierte nach der Ausbildung zur Bankkauffrau ein Studium der Wirtschaftswissenschaft (Schwerpunkt Marketing) an der Universität Paderborn. Seit August 2005 leitet Marlene Lohmann den Forschungsbereich Marketing im EHI. Davor war sie acht Jahre bei Orga-Kartensysteme in leitender Marketingfunktion tätig. Erfahrung im Handelsmarketing sammelte Marlene Lohmann in ihrer mehrjährigen Tätigkeit als Leiterin der Werbeabteilung bei der Konsumgenossenschaft Dortmund-Kassel und bei Stinnes-Baumarkt, Esslingen. Abgerundet wird ihr Handelsmarketing-Know-how durch ihre Tätigkeit als Produktmanagerin bei der Paderborner Brauerei Haus Cramer.

Matthias Meyer

nach einem Studium mit dem Schwerpunkt International Management am Buckinghamshire College of Higher Education sowie an der Fachhochschule Osnabrück, begann er 1991 seine Karriere bei Bahlsen GmbH & Co. KG in Hannover im Produktmanagement. Nach verschiedenen weiteren Stationen im Vertrieb leitet er seit 2005 das Customer Marketing und ist damit verantwortlich für die Abteilungen Trade Marketing, Messen, Events, Merchandising sowie Category- und Channel-Management.

Prof. Dr. Frank Ohle

ist seit 2006 CEO der STI Group. Aufgewachsen in einem Familienunternehmen der Papier- und Druckindustrie hat Frank Ohle an der Universität Göttingen ein Studium der Physik mit der Promotion abgeschlossen. Ohle war zuletzt Teilhaber der Unternehmensberatung MANAGEMENT ENGINEERS. Parallel zu seinen beruflichen Aktivitäten hält Ohle als apl. Professor Vorlesungen über Management- und Ingenieursthemen an der Fakultät für Maschinenbau der Universität Karlsruhe.

Prof. Bernd Schubert

begann nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Göttingen als wisssenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing und Handel, Universität Göttingen und ist seit 1996 Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing, an der Hochschule Harz, Wernigerode. Seit 1995 ist er Gesellschafter und wissenschaftlicher Leiter der isi GmbH, Institut für Sensorikforschung und Innovationsberatung GmbH, Göttingen.

Michael Schiessl

ist Diplompsychologe und einer der europäischen Experten für Packaging. Schiessl ist Geschäftsführer von eye square, einem auf Usability und Brandresearch ausgerichteten Marktforschungsinstitut. Zudem ist er Lehrbeauftragter an der Technischen Universität Berlin, der Universität der Künste, und forscht und publiziert im Bereich Aufmerksamkeitsforschung, Printgestaltung, Werbewirkung, Usability und Konsumentenverhalten.

Rasmus Sørensen

hat Graphic Business in Dänemark studiert. Nach Stationen als Graphic Artist und Account Manager startete er 2003 seine Karriere bei der Lego Group A/S in Billund als Graphic Produktion Manager. Seit 2006 leitet er als Director die Grafische Produktion bei Lego Group A/S in Dänemark.

Hannes Streng

ist Geschäftsführender Gesellschafter der BU HOLDING AG & Co. KG, Nürnberg (OBI-Franchisepartner, BAUSTOFF UNION) und hat nach seinem Studium zum Diplom-Kaufmann internationale Erfahrung im Handel mit Non-Food-Produkten gesammelt. Als Mitglied im nationalen Franchisepartner-Beirat der OBI AG kennt er die vielfältigen Interessen und Anforderungen an die Produktpräsentation am POS.

Carsten Rasmussen

Nach seinem Studium der Graphic Technology und Ökonomie am Graphic Arts Institute of Denmark, arbeitete Carsten Rasmussen an verschiedenen Stationen als Product Manager und Production Manager. 1999 wechselte er zur Lego Group A/S in Billund , Dänemark, wo er seitdem als Graphic Production Manager tätig ist.

Markus Weißgerber

ist Leiter strategische Projekte in der Business Unit Display der STI Group. Weißgerber hat die Displayentwicklung von der Pike auf gelernt und entdeckte bereits früh seine Liebe für konstruktiv durchdachtes Design. Gemeinsam mit seinem Team ist er verantwortlich für die Produktentwicklungen der Displaywerke der STI Group und betreut führende nationale und internationale Kunden.

Ihre Ansprechpartnerin

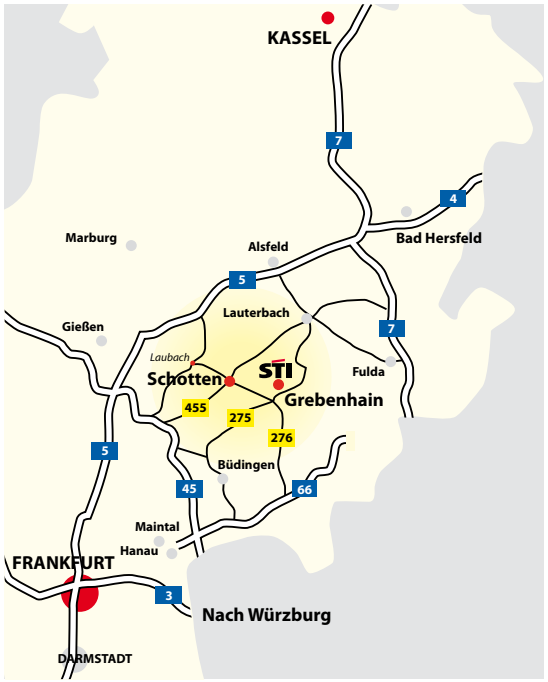
Sarah Reith
Tel.: +49 6644 9606-20
sarah.reith@sti-group.com

Termin und Ort

Donnerstag, 23.10.2008
mit Vorabendprogramm
am Mittwoch, 22.10.2008

Schloss Laubach
Schottener Straße 2
35321 Laubach

www.schloss-laubach.de



Eine Anfahrtsskizze zum Tagungsort geht Ihnen nach Erhalt der Anmeldung zu.

Anmeldung

Anreise / Übernachtung

Schlosshotel „Bunter Hund“
Schottener Straße 2
35321 Laubach

Tel. +49 6405 506980
www.schlosshotel-laubach.de

Hotel Sonnenberg
Laubacher Strasse 25
63679 Schotten

Tel. +49 6044 9621-0
www.hotel-haus-sonnenberg.de

Im Schlosshotel Bunter Hund steht ein begrenztes Zimmerkontingent zum Preis von 66,- € exkl. Frühstück sowie in Schotten im Hotel Sonnenberg zum Preis von 55,- € exkl. Frühstück zur Verfügung.

Die Zimmerreservierung nehmen Sie bitte über Sarah Reith vor.

Für die Gäste aus dem Hotel Sonnenberg ist ein Bus-Pendelverkehr eingerichtet.

Teilnahmegebühr / Stornierungsbedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und Rechnung sowie eine Anfahrtsskizze zum Schloss.

Im Preis inbegriffen sind die Teilnahme an der STI-Design-Award Verleihung am Vorabend, die Tagungsunterlagen, Mittagessen sowie die Pausengetränke. Der Teilnahmebeitrag in Höhe von 249,- € zzgl. MwSt. wird nach Erhalt der Rechnung fällig. Bei Anmeldung mehrerer Teilnehmer aus einem Unternehmen reduziert sich der Preis für die zweite und jede weitere Person auf 219,- € zzgl. MwSt.

Eine Stornierung ist bis zum 01.10.2008 kostenfrei möglich. Bei Absage nach diesem Termin wird ein Betrag von 100,- € zzgl. Mwst. fällig.

Selbstverständlich ist die Vertretung des angemeldeten Teilnehmers jederzeit möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Für Fragen steht Sarah Reith gerne zur Verfügung.

Veranstalter

Rund die Hälfte der europaweit größten Konsumgüterhersteller (FMCG) sowie führende Industriegüterunternehmen und Handelskonzerne zählen zu den wichtigsten Kunden von STI, darunter 20 der deutschen Top-30-Konzerne. Damit gehört STI in der Verpackungsbranche zur europäischen Spitzengruppe und ist der führende europäische Displayanbieter. An 10 Produktionsstandorten in Deutschland, Tschechien, Ungarn und Polen wurde in 2007 von 1.800 Mitarbeitern ein Umsatz von rund 230 Mio. Euro erwirtschaftet.

STI bietet innovative Lösungen für einen professionellen Verpackungsprozess und eine impulsstarke Produktpräsentation am Point of Sale.

Bitte melden Sie sich per Post, Fax oder E-Mail an:

☐ **Hiermit melde ich mich / melden wir uns zum Kongress „Display 2.0“ am 23.10.2008 in Schloss Laubach an.**

☐ **Ich / wir reise/n bereits am Vorabend an und nehme/n an der Preisverleihung des STI-Design-Awards am 22.10.2008 um 19.00 Uhr teil.**

☐ **Bitte reservieren Sie mir ein Zimmer im Tagungshotel bzw., sollte dieses ausgebucht sein, im Hotel Sonnenberg.**

☐ **Ich / wir möchte/n gerne nach Abschluss des Kongresses an der angebotenen Führung durch das Display-Werk der STI Group in Grebenhain teilnehmen.**

☐ **Ich / wir wünsche/n einen Transfer für die Werksbesichtigung.**

STI – Gustav Stabernack GmbH
Sarah Reith
Vaitshainer Straße 14
D-36355 Grebenhain
Tel.: +49 6644 9606-20
Fax: +49 6644 96 06-35
sarah.reith@sti-group.com

Firma

Straße

PLZ / Wohnort

Name, Vorname **Position**

Telefon **E-Mail**

Name, Vorname **Position**

Telefon **E-Mail**

Datum, Unterschrift

STI - Gustav Stabernack GmbH

Richard-Stabernack-Straße
D-36341 Lauterbach

Tel. +49 6641 81-0
Fax +49 6641 81-407
service@sti-group.com

PACKAGING DISPLAY

www.sti-group.com