

Pricing Kongress 2012

Im Spannungsfeld zwischen Wettbewerb und Konsument –
Professionelles Preismanagement für Handel und Industrie!

24. und 25. Januar 2012, Maritim Hotel Frankfurt

Jetzt anmelden und
bis 15. Dezember
200,- € sparen!

Top-Themen der Pricing-Welt:

- **Handelslandschaft 2012** – Zahlen & Daten und die Preissensibilität des Konsumenten
- **Preiskampf im LEH** – Wie weit dreht sich die Preisspirale im Discount noch?
- **Währungsschwankungen in der Schweiz** – Auswirkungen auf Pricing Strategien und Markenpositionierung und Learnings für Deutschland
- **Angebots- und Nachfragemacht durch Industrie und/oder Handel?** – Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes im LEH
- **Kartellrechtliche Compliance und vertikale Wettbewerbsbeschränkungen** – Was ist in Jahresgesprächen, Preis- und Konditionsverhandlungen (nicht) erlaubt?
- **Regalpreisempfehlungen, UVPs und Konditionensysteme** – Durchsetzung von Preiserhöhungen und Grenzen der Preispflege
- **Schwellenpreise und Verpackungsgrößen** – Welche Botschaft kommt beim Kunden an?
- **Markenpositionierung durch intelligentes Pricing** – Premiummarken, Private Labels & Co.
- **Professionelles Promotion-Management** – High-Low versus EDLP Pricing und wie werden Marketingausgaben below-the-line am besten einsetzt?
- **Pricing goes Online** – Preismechanismen im Multichannel-Handel versus stationären Handel

Praxisvorträge von folgenden Branchenexperten (u.a.):



Vorsitz und Moderation:
Simon-Kucher & Partners
Strategy & Marketing Consultants

Dr. Andreas von der Gathen,
Head of Consumer & Retail und Mitglied der Geschäftsführung



Praktiker

Gero von Pelchrzim,
LL.M., Chief Compliance
Officer – Rechtsanwalt



ElectronicPartner

Dr. Jörg Ehmer,
Geschäftsführer



MAPA

Christopher Scholz,
Rechtsanwalt und
Leiter Recht & Corporate
Affairs



PwC

Michael Berghofer,
LL.M., Rechtsanwalt,
Senior Manager
Kartellrecht



Nielsen

Sabine Schnell-Fjordside,
Director Custom Analytics
DACH, Benelux &
Osteuropa und Mitglied
der Geschäftsleitung



WHU

**Prof. Dr.
Martin Fassnacht,**
Inhaber des Lehrstuhls
für BWL, insbesondere
Marketing und Handel



IFH

**Dr. Susanne
Eichholz-Klein,**
Projektleiterin



**EGGER, PHILIPS +
PARTNER**

Jochen Luksch,
Rechtsanwalt, Associate
Consultant



Simon-Kucher

Tim Brzoska,
Partner im Bereich
Konsumgüter & Handel



prudsys

Jan Lippert,
Produktmanager

+ 2 Workshops:

- **Neue Entwicklungen im Kartellrecht – Konsequenzen für Handel und Industrie**
PricewaterhouseCoopers Legal AG Rechtsanwaltsgesellschaft
- **Erfolgsfaktoren rund um den Preis – Das Offene Verhandeln nach dem Harvard-Konzept®**
EGGER, PHILIPS + PARTNER AG



Vorsitz und Moderation:

Dr. Andreas von der Gathen, Head of Consumer & Retail und Mitglied der Geschäftsführung, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants, Bonn

12.00 Begrüßungssnack und Ausgabe der Kongressunterlagen

12.30 Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm

Handelsanalyse 2012 – Zahlen & Fakten, Konsumentenverhalten und aktuelle Marktentwicklungen

12.45 Der Konsument zwischen Preiskampf und Mogelpackung

- Hat sich das Konsumentenverhalten geändert?
- Welche Handlungsalternativen ergeben sich für Handel und Hersteller?



Sabine Schnell-Fjordside, Director Custom Analytics DACH, Benelux & Osteuropa und Mitglied der Geschäftsleitung, The Nielsen Company (Germany) GmbH, Hamburg

13.15 Währungsschwankungen in Europa – Was Hersteller bei pan-europäischen Pricing-Strategien beachten müssen

- Auswirkungen von Auf- und Abwertungen von europäischen Währungen auf Pricing-Strategien – Aktuelle Projektbeispiele
- B2C-Pricing – Was bei der Entwicklung von Preisempfehlungen (UVP) wichtig ist
- B2B-Pricing – Was beim Pricing zum Handel berücksichtigt werden muss



Dr. Tobias Maria Günter, Director im Bereich Konsumgüter & Handel, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants, Bonn

14.00 Kaffee- und Kommunikationspause

Machtverhältnisse zwischen Handel und Industrie – Kartellrechtliche Entwicklungen

14.30 Angebots- und Nachfragemacht durch Industrie und/oder Handel?

- Marktmacht führt zu Konzentration, führt zu Dumpingpreisen?
- Marktmacht geht vom Kunden aus!
- Handel und Hersteller als Dienstleister des Kunden!
- Sektor-Untersuchung Lebensmittel ... und nun?



Dr. Susanne Eichholz-Klein, Projektleiterin, IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln

Praxisbericht aus dem Handel

15.15 Kartellrechtliche Compliance – Was ist Handelsunternehmen im Rahmen von Jahresgesprächen und Konditionsgestaltungen erlaubt?

- Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen
- Verbote missbräuchlichen Verhaltens
- Wie verhalte ich mich in der Praxis?



Gero von Pelchrzim, LL.M., Chief Compliance Officer – Rechtsanwalt, Praktiker AG, Kirkel

16.00 Fragen und Diskussion

16.15 bis 18.30 Uhr

Wählen Sie zwischen 2 parallelen Workshops

Neue Entwicklungen im Kartellrecht und Konsequenzen für die Preispolitik in Handel und Industrie

- Preisverhandlungen zwischen Industrie und Handel – Was in Jahresgesprächen, Preisverhandlungen und Konditionsgestaltungen (nicht) erlaubt ist
- Wie unverbindlich muss die „unverbindliche Preisempfehlung“ der Hersteller sein?
- Ebay & Co – Internetvertrieb unlimited? Kartellrechtliche Handlungsspielräume und Grenzen
- Konsequenzen kartellrechtlicher Vorgaben für die Preispolitik des Handels
- Des einen Freud – des anderen Leid: Der proaktive Umgang mit dem Kartellrecht



Michael Berghofer, LL.M., Rechtsanwalt, Senior Manager Kartellrecht, PricewaterhouseCoopers Legal AG Rechtsanwalts-gesellschaft, Düsseldorf

Erfolgsfaktoren rund um den Preis – Das Offene Verhandeln nach dem Harvard-Konzept®

- Hersteller und Handel: Verhandlungspartner oder -gegner?
 - Der Preis allein ist nicht entscheidend – Vorteile einer Win-Win-Strategie
 - Die Prinzipien des Offenen Verhandeln nach dem Harvard-Konzept®
 - Exklusiv für Verhandlungsprofis: Ein spannender Mix aus kurzen Inputs zum Thema Verhandeln, Übungen und praxisbezogenen Fallbeispielen
- Jochen Luksch**, Rechtsanwalt, Associate Consultant bei EGGGER, PHILIPS + PARTNER AG, Zürich
Seit 25 Jahren als einziges europäisches Institut durch das Harvard Negotiation Project an der Harvard Universität autorisiert, die Ideen des "HARVARD-KONZEPTES®" in Europa zu trainieren.



18.30 Get-Together

Im Anschluss laden wir Sie herzlich ein, den ersten Kongresstag in geselliger Atmosphäre ausklingen zu lassen. Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihre Handelskollegen und Partner zu treffen, Ihr Netzwerk auszubauen, wertvolle Kontakte zu pflegen und neue zu knüpfen.

Kartellrechtliche Entwicklungen aus Herstellersicht

Praxisbericht
aus der Industrie

9.00

Kartellrecht und Vertrieb – Was ist Herstellern im Rahmen von Preisverhandlungen und Konditionsgestaltungen erlaubt?



- Preisempfehlungen
- Durchsetzung von Preiserhöhungen
- Grenzen der Preispflege

Christopher Scholz, Rechtsanwalt und Leiter Recht & Corporate Affairs, MAPA GmbH, Zeven

Erfolgreiche Pricing Strategien und professionelles Promotion-Management – Handlungsempfehlungen

9.45

High-Low versus EDLP Pricing – Was ist besser?

- High-Low und EDLP Pricing – Was ist das überhaupt?
- Welche Strategie ist besser? – Ergebnisse unserer Handelsstudie



• Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen
Prof. Dr. Martin Fassnacht, Inhaber des Lehrstuhls für BWL, insbesondere Marketing und Handel (Otto Beisheim-Stiftungslehrstuhl), WHU – Otto Beisheim School of Management, Vallendar

10.30

Promotion-Management – Wenn Promotions, dann richtig

- Ohne Ziele kein Erfolg
- Nur wer die Wirkung kennt, kann steuern
- Klare Vorgaben sichern konsistente Umsetzung



Tim Brzoska, Partner im Bereich Konsumgüter & Handel, Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants, Bonn

11.15

Fragen und Diskussion

11.30

Kaffee- und Kommunikationspause

Pricing goes Online – Multichannel versus stationär und reagiert der Handel nur preisgetrieben?

12.00

Pricing – Als Herausforderung im Multi-Channel-Handel der Zukunft

- Der Preis als Treiber des Multi-Channel-Handels
- Dynamisch und flexibel – Preisgestaltung im Internet
- Erfolgsfaktoren in der Preiskommunikation – Was funktioniert wirklich?



Jan Lippert, Produktmanager, prudsys AG, Chemnitz und



Adrian Hotz, Projektmanager, E-Commerce-Center Handel, Institut für Handelsforschung, Köln

Praxisbericht
aus dem Handel

12.45

Der Händler im E-Commerce – Wie der Handel mit Kundenservice aktiv agiert, statt preisgetrieben reagiert

- EP: steht für Service und Qualität – Und nicht für „billig um jeden Preis“
- Für welchen Mehrwert sind Kunden sowohl online als auch offline bereit, auf Discountpreise zu verzichten?
- Wie bewahrt der stationäre Fachhandel die Balance zwischen Kompetenz, Qualität und Ressourcen?



Dr. Jörg Ehmer, Geschäftsführer, ElectronicPartner GmbH, Düsseldorf

13.30

Zusammenfassung der Kongressergebnisse durch den Vorsitzenden

13.45

Gemeinsamer Abschlusslunch



Informationen zu unseren Veranstaltungen finden Sie jetzt auch auf



www.facebook.com/managementforum



www.twitter.com/managementforum

Veranstaltungshinweise

1. Deutscher Cross-Channel-Tag
Von der Konkurrenz der Kanäle zu integrierten Konzepten
19. Januar 2012 | Hotel Kameha Grand, Bonn

Seit 8 Jahren der Kick-Off Jahreskongress für die Online Handel & E-Commerce Branche
Online Handel 2012
18./19. Januar 2012 - Hotel Kameha Grand, Bonn
+ Kongressmesse Online World 2012
Online wird zu No-Line Handel

2. Deutscher Bargeldlogistik Kongress 2012
Aktuelle Anforderungen im Geldkreislauf
31. Januar und 01. Februar 2012 • Dorint Hotel Pallas Wiesbaden

Der neue Treffpunkt zum Thema Kundenbindung und -loyalität
Loyalty Kongress 2012
„Zufrieden“ war gestern – Kundenvertrauen als Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg!
27. und 28. Februar 2012 | Hyatt Regency Mainz

Zielgruppe

Der Pricing Kongress 2012 richtet sich an Handelsunternehmen sowie die Markenartikel- und Konsumgüterindustrie, u.a. an Vorstände, Geschäftsführer und das leitende Management der Bereiche

- Pricing, Preismanagement
- (Vertriebs-) Controlling und Finanzen
- Recht
- Compliance
- Marketing und Vertrieb
- Key Account Management
- Einkauf und Beschaffung
- Category Management
- Produktmanagement
- Verkaufsförderung
- Unternehmensentwicklung
- Marktforschung

Ebenso werden Fach- und Führungskräfte aus Rechtsanwaltskanzleien, Beratungs- und Marktforschungsunternehmen, Werbeagenturen und Dienstleister angesprochen.

Kongressausstellung „Pricing Kongress 2012“

Nutzen Sie die Möglichkeit, an Ihrem Ausstellungsstand während des Kongresses, Entscheider und potentielle Kunden aus Handel und Industrie zu treffen. Präsentieren Sie dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Dienstleistungen und Produkte und realisieren Sie wertvolle Geschäftskontakte.

Ausstellungsbereiche:

- Finanzdienstleister
- (Pricing-) Agenturen
- Marketing / Handelsmarketing
- IT- / Warenwirtschaftssysteme
- Logistik
- Beratungen
- Dienstleister

Sie möchten Sponsor oder Aussteller werden?

Frau Alexandra Hebig, Sales-Managerin, berät Sie gerne.
Telefon: 069 / 24 24-4783, E-Mail: hebig@managementforum.com



Sehr geehrte Damen und Herren,

der kommunikative Befreiungsschlag von Media-Markt verkündet lautstark das „Ende des Preis-Irrsinns“. Doch hierbei geht es nicht um die Preistransparenz für den Kunden, sondern vielmehr um die strategische Vorbereitung des Einstiegs in den Multichannel-Handel für den Elektronik-Riesen*.

Weitere aktuelle Entwicklungen der Handelslandschaft sind die Sektoruntersuchung des Bundeskartellamtes im LEH und der Schweizer Einkaufstourismus im Ausland, der Handel und Herstellern große Sorgen bereitet.

Diskutieren Sie diese und weitere aktuelle Herausforderungen persönlich mit hochkarätigen Referenten und Teilnehmern auf unserem **Pricing Kongress 2012** unter dem Motto

Im Spannungsfeld zwischen Wettbewerb und Konsument – Professionelles Preismanagement für Handel und Industrie!

und erfahren Sie in spannenden Praxisvorträgen

- welche Angebots- und Nachfragemacht durch Industrie und/oder Handel besteht.
- was laut Kartellrecht in Jahresgesprächen, Preis- und Konditionsverhandlungen (nicht) erlaubt ist.
- was die Learnings aus den Währungsschwankungen in der Schweiz sind.
- was von Schwellenpreisen und Packungsgrößen beim Konsument ankommt.
- welche Preismechanismen im Multichannel-Handel funktionieren.
- wo die Zukunft des professionellen Promotion-Managements liegt.

Setzen Sie sich mit künftigen Trends auseinander und erfahren Sie aus erster Hand, mit welchen Pricing-Strategien Sie auch in Zukunft erfolgreich am Markt sind.

Wir bieten Ihnen ein exzellentes Kongressprogramm mit zahlreichen Pricing-Experten aus Handel und Industrie. Erweitern Sie Ihr Netzwerk im Hinblick auf morgen und melden Sie sich noch heute an.

Wir freuen uns, Sie im Januar in Frankfurt a.M. zu begrüßen!

Mit freundlichen Grüßen,



Stefanie Pracht
Geschäftsführerin



Meike Kleinbach
Projektleiterin

* Quelle: HORIZONT, 29.09.2011

Veranstaltungspartner

SIMON • KUCHER & PARTNERS
Strategy & Marketing Consultants

Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf „Smart Profit Growth“ ausgerichtet. Das manager magazin stuft Simon-Kucher einer Umfrage unter deutschen Top-Managern zufolge als besten Marketing- und Vertriebsberater (08/2011) ein. Simon-Kucher gilt als führender Preisberater und ist mit rund 570 Mitarbeitern in 23 Büros weltweit vertreten.

Kooperationspartner

IFH KÖLN
RESEARCH EXPERTS

Als Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis ist das IFH Köln im Dienste des Handels tätig. Wir bieten empirisch basierte Businesslösungen zur Analyse, Bewertung und Optimierung von Unternehmensstrategien sowie eine unabhängige Austauschplattform zur themen- und datenbasierten Interaktion mit allen Marktteilnehmern im Handel. Auf die qualifizierte Unterstützung des IFH Köln vertrauen Handelsunternehmen, Zulieferer, Dienstleister sowie Verbände und öffentliche Institutionen.

Pricing Kongress 2012

Im Spannungsfeld zwischen Wettbewerb und Konsument –
Professionelles Preismanagement für Handel und Industrie!

24. und 25. Januar 2012, Maritim Hotel Frankfurt

Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich / wir uns an zum **Pricing Kongress 2012** am 24. und 25. Januar 2012 (1.190,- € zzgl. MwSt.)
Frühbucherpreis bis 15. Dezember 2011: 990,- € zzgl. MwSt.
- Ja, wir sind an einer Beteiligung als **Sponsor oder Aussteller** beim Pricing Kongress 2012 interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich Informationen zu.
- Ja, ich bestelle das Handelsblatt 4 Wochen (21 Ausgaben) für 1,64 € pro Ausgabe statt 2,30 € am Kiosk. Als Dankeschön, das ich in jedem Fall behalten darf, wähle ich den Cerrutti-Rollerball. Möchte ich nach dem Test weiterlesen, brauche ich nichts weiter zu tun und erhalte das Handelsblatt frei Haus für z. Zt. monatlich nur 48,30 € (Inland inkl. MwSt. und Zustellkosten). Ansonsten genügt eine schriftliche Mitteilung innerhalb der ersten 3 Wochen an: Handelsblatt GmbH, Postfach 9244, 97092 Würzburg.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	

* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum und die Handelsblatt-Gruppe über diese und weitere Angebote per E-Mail/telefonisch informiert.

Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	

* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum und die Handelsblatt-Gruppe über diese und weitere Angebote per E-Mail/telefonisch informiert.

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax
E-Mail*	

* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum und die Handelsblatt-Gruppe über diese und weitere Angebote per E-Mail/telefonisch informiert.

Datum	Unterschrift
-------	--------------



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post
ALLEMAGNE Port payé

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main

**Jetzt anmelden und bis
15. Dezember 200,- € sparen!**

Internet

Kontakt:

Management Forum der
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
Internet: www.managementforum.com

Veranstaltungsort:

Maritim Hotel Frankfurt
Theodor-Heuss-Allee 3, 60486 Frankfurt am Main
Tel: 069/7578-0
Fax: 069/7578-1000
Email: info.fra@maritim.de
EZ: 155,- € inkl. Frühstück

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Dieses ist verfügbar bis 27. Dezember 2011. Bitte nehmen Sie die Reservierung **direkt** im Hotel unter Berufung auf „Pricing Kongress 2012“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen Kongress beträgt 1.190,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- € p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 28. Dezember 2011 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 28. Dezember 2011 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.