

Shortcut: Online-Handel wird erwachsen: Der Kanal ist längst eine wichtige Plattform für alle Branchen und fester Bestandteil ihrer Strategien. Das Potenzial ist riesig. Doch hat die positive Entwicklungskurve ein Ende? Die Customer Journey ist nicht auf den Online-Kanal fokussiert, auch der stationäre Handel hat nachgezogen. Antworten auf Fragen, wie sich der Online-Handel erfolgreich weiterentwickeln kann, geben renommierte Experten auf dem „13. Online Handel“, der am 7. und 8. Februar 2017 erstmals in Berlin stattfindet. Highlight des Branchenevents ist die Verleihung des „Deutschen Online Handel Award“ an Shops, die von ihren Kunden am besten bewertet wurden. Veranstalter ist Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Neuer Anstrich: „13. Online Handel“ am 7. und 8. Februar 2017 – jetzt in Berlin **Der Online Handel wird erwachsen – Strategien und Antworten für die nächste Stufe der Entwicklung**

Frankfurt, 24. November 2016 – Der Online-Handel hat nicht nur die Branche umgepflügt, wie kaum eine andere technische Entwicklung. Er ist inzwischen unbestritten eine Plattform für alle Unternehmen und ein fester Bestandteil ihrer Strategien geworden. Aber wie kann sich der Online-Handel, jenseits von 24/7-Shopping, Preisen und Sortiment, erfolgreich weiterentwickeln? Fragen, auf welche der „13. Online Handel“ am 7. und 8. Februar 2017 in Berlin Antworten gibt.

Das Motto „Coming of age“ markiert den Beginn einer neuen Entwicklungsphase: Der Online-Handel wird erwachsen! Das Branchenevent unterstreicht dies mit einem Ortswechsel ins „Berlin Valley“ – den Hotspot der erfolgreichen Gründer und der digitalen Trends in Deutschland. Im nhow Hotel Berlin bietet der Kongress, der von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt ausgerichtet wird, an zwei Tagen hochkarätiges Networking, neueste Trends, Tools und Methoden sowie spannende Best Cases. Festliches Highlight ist die Verleihung des „Deutschen Online Handel Award“. Gemeinsam mit dem ECC Köln werden die Shops, die von ihren Kunden am besten bewertet wurden, im Rahmen einer stilvollen Preisverleihung prämiert. Der Abend an der Spree klingt mit der legendären Party im trendigen Berliner Flair aus.

Wie kann sich der Online-Handel im digitalen Zeitalter erfolgreich weiterentwickeln? Die „Next Steps“ umreißen zum Auftakt Sebastian Pollok, Gründer des Online-Erotikversands Amorelie.de und Dr. Reinhard Schmidt, Senior Director Hard Goods Verticals von eBay Germany, der sich mit der Frage „Wie Online-Marktplätze den Handel der Zukunft treiben“ auseinandersetzt. Oder ist der reine Online-Handel möglicherweise schon ein Auslaufmodell? Dieser Frage stellen sich Experten, darunter Globetrotter-Geschäftsführer Andreas Bartmann und Prof. Dr. Gerrit Heinemann. Aus der Perspektive eines Amazon „Power Retailers“ bezieht Heiner Kroke, Geschäftsführer des Marktplatzes für Bücher und CDs, Momox, Position. Im „Panel Talk“ fragen Dr. Florian Heinemann, CEO des Startup-Inkubators „Projekt A Ventures“ und Daniel Raab von ProSiebenSat.1 Commerce, „Wie können Corporates und Startups am besten voneinander profitieren?“ Tief in die Materie dringen Teilnehmer in speziellen Workshops zu Themen wie Augmented und Virtual Reality, Social Media Marketing, Customer Journey oder Community Building ein. In diesen „Deep Dives“ gehen Experten, wie Arne Ludwig, Vorsitzender des Ersten Deutschen

Fachverbands für Virtual Reality e.V. oder Digital Change Spezialistin Yvonne Saidler, Praxisfragen auf den Grund und erarbeiten gemeinsam mit den Teilnehmern Lösungsansätze.

Der zweite Kongresstag steht im Zeichen strategischer und organisatorischer Fragen. Viele „wollen sein wie Zalando“, so Alexander Graf, Herausgeber des Blogs kassenzone.de, aber sie „elektrifizieren“ nur, statt wirklich zu digitalisieren, so die These des Referenten. Weitere Beiträge zu Schwerpunkten wie Customer Journey und Supply Chain kommen von Dr. Jens Rothenstein vom Projektentwickler ECC Köln; Oliver Reinke, Geschäftsführer des Spezialisten für data-driven Multi-Channel-Marketing AZ Direct; Karsten Schaal, des Online Supermarkts food.de und Florian Färber Geschäftsführer des Berliner Wäsche- und Reinigungsservices ZipJet.

Inhaltliche Akzente des Nachmittags setzen Beiträge zu Aspekten wie „mitwachsende Unternehmensstrukturen“ und „Internationalisierung“. Jürgen Bock, Leiter der Kulturentwicklung bei OTTO, widmet sich dem oft „unterschätzten Erfolgsfaktor“ Unternehmenskultur. In der zweiten Runde der „Deep Dives“ sprechen unter anderem Tijen Onaran, Gründerin des Netzwerks Women in Digital e.V. und Stephanie Cox, Initiatorin der ersten Berufsmesse Österreichs für geflüchtete Menschen, zu den Themen „Herausforderungen für Führungskräfte“ und „Recruiting“. Der Kongress klingt mit entspanntem Networking und einem Lunch aus. Schnellentschlossene erhalten bis zum 1. Dezember 2016 einen Frühbucherrabatt in Höhe von bis zu 300 Euro.

13. Online Handel

7. und 8. Februar 2017, nhow Hotel Berlin

www.managementforum.com/online-handel

Kontakt für die Fachpresse:

Nadine Preßl, Marketing Managerin

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstr. 50, 60322 Frankfurt am Main

Telefon: +49 (0) 69 24.24 4784

E-Mail: pressl@managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse / Kongressmessen pro Jahr.