

## Aktuelle Presseinformation

**Shortcut:** Die klassischen Branchengrenzen im Handel weichen zunehmend auf: Immer mehr Händler setzen auf Multi-Channel und verkaufen auch online, während Online-Shops stationäre Geschäfte eröffnen. Wie dieser Strukturwandel aktiv gestaltet werden kann, das diskutieren Experten beim **Deutschen Handelskongress 2014 am 19. und 20. November im Maritim Hotel Berlin**. Neben zahlreichen nationalen und internationalen Branchenexperten aus Handel, Industrie und Wissenschaft, erwartet HDE-Präsident Josef Sanktjohanser mit Bundesarbeitsministerin Andrea Nahles, Umweltministerin Dr. Barbara Hendricks und dem Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur, Alexander Dobrindt, auch wieder hochkarätige Gesprächspartner aus der Politik.

### Branchenexperten und Politik diskutieren auf dem Deutschen Handelskongress 2014 **Handel neu denken – Chancen und Risiken des technologischen und gesellschaftlichen Wandels**

**Frankfurt, 21. August 2014** – Die klassischen Branchengrenzen im Handel weichen zunehmend auf: Immer mehr Händler setzen auf Multi-Channel und verkaufen auch online, während Online-Shops stationäre Geschäfte eröffnen. Wie dieser Strukturwandel aktiv gestaltet werden kann, das steht unter dem Motto „Handel neu denken“ im Mittelpunkt des Deutschen Handelskongresses 2014. Der Kongress am 19. und 20. November im Maritim Hotel Berlin wird vom Handelsverband Deutschland (HDE) und Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt ausgerichtet. Moderatorin ist die Fernsehjournalistin Dunja Hayali.

Unter dem Motto „Handel neu denken“ präsentieren an den beiden Tagen rund 80 nationale und internationale Experten Erfahrungen und Erfolgsmodelle aus zahlreichen Handelswelten, darunter Australien, die USA, Großbritannien, China und die Türkei.

Wie sich der deutsche Einzelhandel bis zum Ende des Jahrzehnts verändern wird, beschreibt **Prof. Dr. Werner Reinartz**, Direktor des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, in seinem Ausblick auf das Jahr 2020. Herausgefordert werden die Akteure durch neuartige E-Commerce-Entwicklungen, wie das Beispiel Amazonfresh in den USA zeigt. **Rick Batye**, Ex-Vice President und General Manager des US-Lieferdienstes, präsentiert den jüngsten Coup des E-Commerce-Pioniers, der Lebensmittel und Waren aller Art in einem Teil der USA direkt an die Haustüre liefert. Neben seiner einzigartigen Logistik setzt Amazon auf einen neuartigen digitalen Barcodescanner mit Sprachaufzeichnung, der Bestellungen an eine App oder den PC zum Online-Einkauf weiterleitet. Schon am nächsten Tag sollen die frischen Waren in speziellen Kühltaschen vor der Haustür stehen. Ob dieses oder ähnliche Modelle tatsächlich die Zukunft des Handels sind, können die Teilnehmer mit **Rainer Maerkle**, Partner bei der Holtzbrinck Ventures Adviser GmbH diskutieren. An

## **Aktuelle Presseinformation**

Beispielen erfolgreich aufgebauter Startups wie Zalando, Groupon, DeliveryHero, Parship, Home24 oder DaWanda spricht er zum Thema „Next Generation Retail“.

Wie Einzelhändler erfolgreich auf die zunehmende Digitalisierung und andere Herausforderungen ihrer Branche reagieren können, zeigen **Jürgen Schulte-Laggenbeck**, Mitglied des Vorstands & CFO der Otto Group und **Christoph E. Rosa**, CEO der CBR Fashion Holding GmbH Group auf. Seine Empfehlung lautet: „miteinander statt gegeneinander.“ Dass derartige Veränderungen im Handel nicht ohne Einfluss auf die Herstellerseite bleiben, thematisiert **Béatrice Guillaume-Grabisch**, Vice-President Zone Europe der Nestlé SA. Sie gibt Antworten auf die Frage, wie sich die Hersteller-Händlerbeziehung in Abhängigkeit des technologischen und gesellschaftlichen Wandels verändert.

Dass der digitale Weg nicht der einzige erfolgsversprechende sein muss, hat die zweitgrößte australische Supermarktkette Coles bewiesen. Mit einer straffen Strategie gelang es CEO **Ian McLeod** den Retailer vom scheinbar aussichtslosen „Ladenhüter“ zum Treiber auf dem australischen Markt zu entwickeln. In Berlin wird er sein Erfolgsrezept „Qualität, Service und Angebot rauf – Preise runter und dabei Lieferanten wie Mitarbeiter konsequent einbinden“ vorstellen.

Großes Interesse weckt die Präsentation der Studie „Digital auf der Fläche – das neue Einkaufserlebnis“, die von der Unternehmensberatung Kurt Salmon in Kooperation mit dem HDE erstellt wurde. Sie liefert Antworten auf drängende Fragen, z. B. zur künftigen Rolle der Fläche in einer Omnichannel-Welt oder auch zur Entwicklung von Kundenerwartungen und Einkaufsgewohnheiten bei zunehmender Digitalisierung. Sie zeigt auf, was dies für die Handelsformate, die Mitarbeiter und für die Städte bedeutet und wie der stationäre Handel seine Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig sichern kann. Es diskutieren u. a. **Tom Cole**, ehemaliger Vice Chairman & Chief Administrative Officer von Macy's Inc., **Stephan Lemm**, Geschäftsführer der Intersport Multichannel GmbH, **Riccardo Sperrle**, Chief Information Officer bei der Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG und **Dr. Stephan Zoll**, Vice President eBay Germany.

Auch die Politik ist in diesem Jahr wieder prominent beim Deutschen Handelskongress vertreten. Zum traditionellen Talk „Handel & Politik im Dialog“ erwartet HDE-Präsident **Josef Sanktjohanser** die Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, **Dr. Barbara Hendricks**, **Alexander Dobrindt**, Bundesminister für Verkehr und digitale Infrastruktur sowie **Andrea Nahles**, Bundesministerin für Arbeit und Soziales.

Festlicher Höhepunkt ist die Verleihung des Deutschen Handelspreises in den Kategorien „Mittelstand“ und „Großunternehmen“ sowie an eine Unternehmer-Persönlichkeit für deren nachhaltige Managementleistung im Einzelhandel. Zusätzlich wird der Mitarbeiterpreis

## **Aktuelle Presseinformation**

„Gesicht des Handels“ vergeben. Der Gala-Abend klingt mit der beliebten „Retailers’ Night Party“ aus, die viele Gelegenheiten für Networking und entspannte Gespräche bietet.

Rund 50 Top-Lieferanten, Dienstleister und Beratungsunternehmen informieren auf der begleitenden Fachmesse „Retail World“ über neueste Produkte, Services und Strategien für mehr Erfolg in der Handelswelt. Neu ist das Format „Speakers’ Corner“ mit weiteren inspirierenden Vorträgen und Präsentationen. Das vollständige Messeprogramm wird Mitte September erscheinen.

Bereits vor der Eröffnung des Deutschen Handelskongresses haben Teilnehmer bei einem neuartigen Pre-Event die Gelegenheit zu inspirierenden Erfahrungen. Die „Retail Innovation Tour Berlin“ am 18. November ermöglicht Blicke hinter die Kulissen von einigen der angesagtesten Stores der Trendhauptstadt. Experten präsentieren auf dieser exklusiven Berlin Tour innovative Store Designs und neueste Technologien für den POS.

Handelsunternehmen profitieren von einem Sonderpreis in Höhe von 990,00 Euro plus MwSt. pro Person.

### **Deutscher Handelskongress 2014**

**19. und 20. November 2014, Maritim Hotel Berlin**

Informationen: [www.handelskongress.de](http://www.handelskongress.de)

#### **Kontakt für die Fachpresse:**

Isabelle Petermann, Marketing Managerin

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0)69 24 24-47 73

[petermann@managementforum.com](mailto:petermann@managementforum.com)

[www.managementforum.com](http://www.managementforum.com)

## ***Aktuelle Presseinformation***

### **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.

### **Handelsverband Deutschland (HDE)**

Als Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels ist der HDE das legitimierte Sprachrohr der Branche gegenüber der Politik auf Bundes- und EU-Ebene, gegenüber anderen Wirtschaftsbereichen, den Medien und der Öffentlichkeit. Dabei kann er auf die breite Unterstützung von Landes- und Regionalverbänden sowie Fachverbänden bauen. Er repräsentiert 400.000 Unternehmen und einem Umsatz von über 430 Milliarden Euro. Der Einzelhandel beschäftigt drei Millionen Mitarbeiter und stellt damit in Deutschland jeden zwölften Arbeitsplatz zur Verfügung. Mit acht Prozent ist die Ausbildungsquote im Handel weit überdurchschnittlich.