



Getränke Update 2010

Von der Produktion zum Kunden –
Nachhaltigkeit siegt

8. Dezember 2010
zu Gast bei InBev in Bremen

Zu Gast bei:

!nBev

Ihre Veranstalter

GS1 Germany hilft Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie Artikelidentensystem GTIN zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response).

Das privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen mit Sitz in Köln gehört zum internationalen Netzwerk „Global Standards One“ (GS1) und ist die zweitgrößte von mehr als 100 GS1-Länderorganisationen. Paritätische Gesellschafter von GS1 Germany sind der Markenverband und das EHI Retail Institute.

Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus Handel, Industrie und Dienstleistungsunternehmen aus folgenden Bereichen der Getränke-Branche: Einkauf, Vertrieb, Category Management, Logistik, Marketing, Trade Marketing, Key Account Management und Supply Chain Management.

Branchen

Getränke-Handel, Getränke-Großhandel, Getränke-Industrie, Handel, Industrie, Beratungsunternehmen, IT-Dienstleister, Logistik-Dienstleister, Fachpresse, Verbände der Getränke-Branche.



Zu Gast bei AB InBev



Mit einem Markenportfolio von über 200 Marken, angeführt von Budweiser, Stella Artois und Beck's ist Anheuser-Busch InBev (AB InBev) die größte Braugruppe der Welt und eines der führenden FMCG Unternehmen. Jedes 5. Bier, das weltweit getrunken wird, ist von AB InBev. In Deutschland ist AB InBev mit starken Marken wie Beck's, Franziskaner und Hasseröder und einem Absatzvolumen von rund 9 Millionen Hektolitern die Nummer 2 im deutschen Biermarkt.

Nachhaltigkeit siegt – dies ist nicht nur das Motto des diesjährigen Getränke Updates, sondern steht auch bei AB InBev an oberster Stelle. Zum Ausdruck kommt dies bereits in der Unternehmensvision, „das beste Brauereiunternehmen in einer besseren Welt“ zu werden. Dazu gehört für AB InBev neben einem effizienten Umgang mit Ressourcen auch die Vermittlung von verantwortungsvollem Umgang mit Alkohol.

Mit fast 1.300 Brauereien, 5.000 Marken und über 12.000 Artikeln ist der deutsche Biermarkt der wohl komplexeste der Welt. Die Konsumentenbedürfnisse hinsichtlich der Sorten-, Marken- und Gebindevielfalt unterscheiden sich regional sehr stark. Dies erfordert eine zum Teil standortindividuelle Optimierung der Vermarktungstaktiken. Als Partner des Handels stellt sich AB InBev mit funktionsübergreifenden Teams erfolgreich dieser Herausforderung.

Lernen Sie anhand eines Kundenbeispiels im Rahmen der Vortragsreihe die umfassenden Aktivitäten des InBev CM-Teams kennen und lassen Sie sich für Ihre eigene Vorgehensweise inspirieren.



Von der Produktion ...

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt branchenübergreifend immer weiter an Bedeutung. Das ökologische Handeln ganzer Unternehmen und ihrer Marken rücken dabei auch in der Getränkebranche immer stärker in den Kundenfokus. Erfahren Sie, wie Produktion und Logistik dazu beitragen, die Nachhaltigkeit langfristig zu ermöglichen.

Die Branche steht durch die hohe Gebindevielfalt vor großen Herausforderungen. Einerseits soll durch die Einführung von Standardlösungen für Rücktransporte Nachhaltigkeit erreicht werden, andererseits schränkt das dadurch eine Individualisierung der Verpackung ein. Gleichzeitig konnte die Dose im Jahr 2010 ein Comeback verzeichnen. Erfahren Sie, warum die Rückkehr der Dose einer nachhaltigen Sortimentsgestaltung nicht im Wege steht.

... zum Kunden

Der Shopper und damit der Point of Sale rücken in den Prozessen der Getränkebranche immer stärker in den Fokus. Best Practice-Beispiele aus den Bereichen Bier und AfG verdeutlichen, wie Category Management eine erfolgreiche Kundenansprache ermöglicht. Das GS1 Getränke Update 2010 gibt Ihnen Tipps, wie Sie Lücken im Getränkeregaleffektiv bekämpfen.

Erhalten Sie außerdem einen aktuellen Marktüberblick und erfahren Sie, wie sich der alkoholfreie Getränkemarkt bis 2020 entwickelt. Web 2.0 und Social Media sind die Schlagworte 2010 im Internet, doch welche Chancen liegen hierfür bei den Getränkemarken?

Ihr Branchentreff

Das GS1 Getränke Update 2010 bietet Ihnen eine professionelle Plattform zum Austausch über Branchentrends und Entwicklungen. Diskutieren Sie neue Marktchancen für nachhaltige Sortimente und informieren Sie sich über innovative Konzepte, wie zum Beispiel Category Management und die Notwendigkeit der relevanten Shopper Insights in der Getränkebranche. Sie erhalten Einblicke in branchenindividuelle und erfolgswirksame Lösungen, die Ihnen Anstoß zur Ausschöpfung Ihrer eigenen Potenziale geben.

Nachhaltigkeit siegt!



Programm Mittwoch, 8. Dezember 2010

09:30 Begrüßung und Moderation

*Dipl.-Ing. Ralf Vinzenz Bigge, Bereichsleiter
Sales + Implementation, GS1 Germany GmbH*



09:35 Begrüßung

Chris Cools, AB InBev, BU President GISAC



09:45 „Nachhaltigkeit“ im Getränkemarkt – Wie reagiert der Konsument?

*Günter Birnbaum, Division Manager Beverages,
GfK SE Panel Services Deutschland*



10:15 The Future Beverage Value Chain 2020

Der Vortrag wirft einen Blick in die Zukunft und zeigt, welche Einflussfaktoren das Zusammenspiel der Akteure auf dem deutschen Getränkemarkt in den kommenden 10 Jahren nachhaltig beeinflussen werden und welche möglichen Zukunftsszenarien für die Beverage Value Chain im Jahr 2020 daraus resultieren.

*Jessica Ratschow, Customer Planning Manager,
Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG
Peter Klein, Partner, Institut, Management + Consulting AG*



10:45 Das erfolgreiche Comeback der Dose oder: Totgesagte leben länger!

Nach der Einsetzung des Zwangspfandes auf Einwegverpackungen brachen die Getränkedosenabsätze auf ein Minimum ein. Seit dem Start des bundesweiten Rücknahmesystems 2006 wachsen die Absätze kontinuierlich 2-stellig. Nun ist die Dose sogar zurück im volumenstarken Discount. Was sind die Gründe für diesen Erfolg?

*Frank Sasse, European Retail Director, Ball Packaging
Europe GmbH*



11:15 Kaffeepause

11:30 Making Six Packs green – Fallstudie mit EDEKA und IFCO

Der Handel und die Bierbrauindustrie suchen gemeinsam Strategien zur Steigerung des Kundennutzens, u. a. durch Six Packs. Die Getränkeindustrie steht dabei am Scheideweg: Nachhaltigkeit durch die Einführung von Standardlösungen für Rücktransporte und eingeschränkte Individualisierung der Verpackung oder Komplexitätsfalle und finanzielle Verluste durch unkoordinierbare Rückgabe?

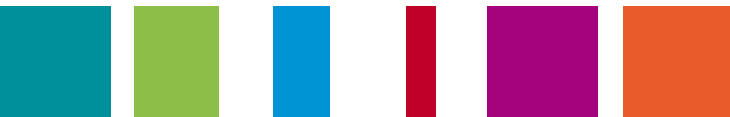
*Prof. Dr. Arnd Huchzermeier, Lehrstuhlinhaber,
WHU Otto Beisheim School of Management*

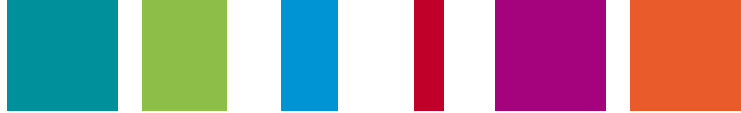


12:00 Erfolg in der Nische – aber nicht allein!

Regionalität ist für mittelständische Getränkehersteller ein starkes Instrument im Wettbewerb. Das zeigt das Beispiel der Haaner Felsenquelle, die sich konsequent regional ausrichtet und gemeinsam mit anderen regionalen Mineralbrunnen die Regionalitätskampagne „Stark für NRW“ durchführt.

*Gabriele Römer, Geschäftsführende Gesellschafterin,
Haaner Felsenquelle, staatlich anerkannte Heilquelle GmbH*





12:30 **Mittagspause und Marktplatz**

13:45 **Mit Category Management gemeinsam zum Erfolg: Nachhaltige Warengruppenentwicklung unter Berücksichtigung standort-individueller Verbraucherbedürfnisse**

Facetten einer langfristigen und erfolgreichen Kooperation zwischen Combi und InBev
Jochen Horstmann, Category Manager, InBev Deutschland Vertriebs GmbH & Co. KG
Stefan Klafak, Senior Category Manager, InBev Deutschland Vertriebs GmbH & Co. KG



14:15 **Gesunde Warengruppe? Der Wasser Check-Up – Eine CM-Initiative von Danone Waters**

Der Getränkemarkt unterliegt permanenten Veränderungen. Auf Basis des ECR 8-Schritte-Prozesses hat Danone Waters das Category Management pragmatischer gestaltet, um Fragen nach AfG-Flächenanteilen, Sortimenten und vor allem regionalen Artikeln für die Kategorie Wasser selbständig zu beantworten.
Jörg Berling, Senior Category Manager, Danone Waters Deutschland GmbH



14:45 **Potenzialfeld „Out-of-Shelves“ bei Getränken – wie man Lücken im Getränke-regal wirkungsvoll bekämpfen kann!**

Das B&G-Out-of-Shelf-Tracking und die Einsatzbereiche im Unternehmen Coca-Cola. Abgeleitete Maßnahmen und Initiativen zur OOS-Reduzierung durch Coca-Cola.
Dipl.-BW. Reiner Graul, Geschäftsführender Gesellschafter, Bormann & Gordon Unternehmensberatung GmbH
Mario Lepinat, Projektleiter Out of Shelf Management, Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG



15:15 **Kaffeepause und Marktplatz**

15:45 **Verantwortungsbewusste Unternehmensführung**

Eine verantwortungsbewusste Unternehmensführung und wirtschaftlicher Erfolg müssen kein Widerspruch sein. Das beweist eine wachsende Zahl von Unternehmen. Sie verstehen ihre Arbeit nicht als Abarbeiten eines Pflichtenhefts, sondern als Chance, langfristig erfolgreich zu wirtschaften. „Mit Anstand gegenüber Mensch und Umwelt wirtschaften“ lautet der Leitsatz von BIONADE. Nachhaltige Entwicklung, eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur und eine aktive Rolle als Innovator sind Kernwerte des Familienunternehmens aus der Rhön.
Peter Kowalsky, Geschäftsführer, BIONADE GmbH



16:15 **„Better World“. Das Nachhaltigkeitsprogramm bei Anheuser-Busch InBev**

Wirtschaftlicher Erfolg und Verantwortung gehören zusammen. Ansatz und Praxisbeispiele aus dem globalen „Better World“-Programm des größten Braukonzerns der Welt, das die Bereiche Gesellschaft, verantwortungsvollen Konsum sowie Umweltschutz umfasst.
Heinz Beekmann, Legal Director BU GISAC, InBev Deutschland Vertriebs GmbH & Co. KG



16:45 **Diskussionsrunde: Nachhaltigkeit – ein Megatrend in der Getränkebranche?**

Wolfgang Burgard, CEO, Carlsberg Deutschland GmbH

Peter Kowalsky, Geschäftsführer, BIONADE GmbH

Gabriele Römer, Geschäftsführende Gesellschafterin, Haaner Felsenquelle, staatlich anerkannte Heilquelle GmbH
Frank Sasse, European Retail Director, Ball Packaging Europe GmbH



17:00 **Web 2.0 und Social Media: Mitten im Dialog!**

Web 2.0 und Social Media sind die Schlagworte 2010 im Internet, doch was verbirgt sich hinter diesen Trendbegriffen? Auf Facebook und Co. diskutieren die Kunden über die Produkte der Getränkeindustrie, aber wie finden die Marken dort einen Zugang? Anhand von Praxisbeispielen werden die Social Media Angebote vorgestellt und die Chancen für Getränkemarken aufgezeigt.

Jan Gutmann, Social Media Strategie, coma AG



oder

17:00 **Brauereitour „The Beck’s Experience“**

17:30 **Get-together im Besucherzentrum**



Gastroinnovationen – wissen was funktioniert!
Norbert Hegmann, Bonsai Deutschland Testmarkt Bremen GmbH



Das Getränke Update 2010 wird gefördert von:

Sponsoren:



Ball Packaging Europe



bonsai DEUTSCHLAND
Wissen, was funktioniert!



Medienpartner:



Lebensmittel Zeitung



Verbände:



Mit freundlicher Unterstützung von:



Datum

8. Dezember 2010

Veranstaltungsort

InBev Deutschland Vertriebs GmbH & Co. KG, Brauerei Beck und Co.,
Am Deich 18/19, 28199 Bremen

Teilnahmegebühren

€ 549,- zzgl. der gesetzl. MwSt.

Ermäßigte Teilnahmegebühr

€ 495,- zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 5. November 2010. € 495,- zzgl. der gesetzl. MwSt. für Mitglieder der kooperierenden Verbände. Weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhalten einen Rabatt von € 100,-. Die Teilnahmegebühr für SEH und für Verbandsmitglieder beträgt € 295,-. Teilnahmegebühr für Studenten: € 49,-. Im Preis der Teilnahmegebühr sind Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränke und das Get-together enthalten.

Veranstalter

GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln
Stefanie Leigeber, T +49 (0)221 947 14-551, F +49 (0)221 947 14-7551
E-Mail: leigeber@gs1-germany.de

Hotel

Zur Buchung eines Hotelzimmers wenden Sie sich bitte an:
H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH
Sabrina Tadics, T +49 (0)221 947 14-281, F +49 (0)221 947 14-590
E-Mail: sabrina.tadics@hut-gmbh.net

Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Eine kostenfreie Stornierung ist bis 8. November 2010 möglich; sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen ab dem 8. November 2010 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Programmänderungen aus dringlichem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Anmeldung (auch unter www.gs1-germany.de)

Getränke Update 2010

8. Dezember 2010 zu Gast bei InBev, Bremen

Bitte ausfüllen und faxen an:

GS1 Germany GmbH, F +49 (0)221 947 14-595

Branchen:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Getränke-Handel | <input type="checkbox"/> Getränke-Großhandel |
| <input type="checkbox"/> Getränke-Industrie | <input type="checkbox"/> Handel |
| <input type="checkbox"/> Industrie | <input type="checkbox"/> Beratungsunternehmen |
| <input type="checkbox"/> IT-Dienstleister | <input type="checkbox"/> Logistik-Dienstleister |
| <input type="checkbox"/> Fachpresse | <input type="checkbox"/> Verbände der Getränke-Branche |

Sonstige _____

GLN (falls vorhanden)

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma/Institution

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

- Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich zur Konferenz an.

Bitte wählen Sie:

- 17:00 Uhr Vortrag: Web 2.0 und Social Media: Mitten im Dialog!
 17:00 Uhr: Brauereitour „The Beck's Experience“

Datum

Stempel/Unterschrift

Getränke Update 2010

Von der Produktion zum Kunden –
Nachhaltigkeit siegt
8. Dezember 2010
zu Gast bei InBev in Bremen



Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T +49 (0)221 947 14-0
F +49 (0)221 947 14-990
info@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de