

Chilled Food

Profitieren Sie von hohen Margen in diesem Wachstumsmarkt!

Bereiten Sie sich optimal auf die Themen der Zukunft vor:

Ultra-Frische: Das effiziente Management von Produkten mit sehr geringem MHD

Internationale Trends und Entwicklungen: Key Learnings für deutsche Hersteller und Händler

Chilled Drinks: Der Siegeszug von Smoothies, gekühlten Fruchtsäften & Co.

Erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Herstellern, Händlern und Dienstleistern: Darauf kommt es an!

Wachstumsmarkt Trend Food: Bio-, Wellness-, Gesundheitsprodukte, Sushi & Co. auf dem Vormarsch

Diskutieren Sie mit diesen und weiteren Experten:



Mag. Nicole Scherzer, Senior Produkt Managerin, [REWE Group Austria](#)

Norbert Richter, Director Fresh Convenience Central Europe, [Chiquita Brands International](#)

Matthias Pape, Leiter Foodservice, [Aral](#)

Thomas Kern, Senior Vice President Corporate Food Services, [Lekkerland](#)

Chilled Food-Produkte als Trendsetter der Convenience-Branche

Laut CMA ist Chilled Food das Marktsegment mit den vielversprechendsten Erträgen, sowohl auf Hersteller- als auch auf Händlerseite. Traumhafte Spannen von 30 bis 60 Prozent oder mehr sind dabei durchaus realistisch. Chilled Food ist keine Modeerscheinung, sondern hat sich in den vergangenen Jahren als nachhaltige Entwicklung erwiesen.

Auch für die Zukunft werden rosige Zeiten für Chilled Food prognostiziert. Die gesellschaftlichen Veränderungen wie schnellere Lebensrhythmen, kleine Haushalte, die höhere Lebenserwartung, das Streben nach Gesundheit und Nachhaltigkeit und die wachsende Mobilität führen dazu, dass auch die Nachfrage nach einfachen, gesunden und natürlichen Produkten steigt. Rund 2,7 Milliarden Euro geben die Deutschen nach Zahlen der GfK inzwischen pro Jahr für Chilled Food aus, und der Convenience-Markt ist auf diese Bedürfnisse optimal vorbereitet.

Erfahren Sie auf dieser EUROFORUM-Konferenz, wie Sie mit den richtigen Strategien Ihren Marktanteil und Umsatz merklich steigern. Führende nationale und internationale Experten stellen Ihnen ihre Konzepte vor und liefern praktische Erfolgsbeispiele aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen.

Programm

1. KONFERENZTAG: MITTWOCH, 28. MAI 2008

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 – 9.10

Begrüßung durch den Vorsitzenden

Prof. Dr. Hendrik Schröder, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Handel, Universität Duisburg-Essen

Chilled Food – Stand und Perspektiven in einem Markt mit Zukunft

9.10 – 9.30

Fünf Thesen zum Chilled Food Markt

- Der Chilled Food Markt ist nicht homogen.
- Chilled Food darf nicht auf Convenience reduziert werden.
- Der Wertewandel der Konsumenten verspricht Chilled Food ein hohes Wachstumspotenzial.
- Chilled Food erfordert ein Umdenken bei der Sortimentsgestaltung und bei der Warenpräsentation.
- Der Kundennutzen von Chilled Food muss besser kommuniziert werden.

Prof. Dr. Hendrik Schröder

9.30 – 10.00

Chilled Food 2008 – Zwischen Zeitknappheit, Qualitätsanspruch, Gesundheit und Genuss

- Entwicklung der Chilled Food-Segmente
- Warengruppenvergleich Chilled Food, Frozen Food, Functional Food, Convenience – Überlappungen und Unterschiede
- Einkaufsstättenwahl bei Chilled Food
- Wachstumssegmente im Chilled Food-Markt – Wo liegen die Potenziale?
- Das Spannungsfeld zwischen Preissteigerungen und Convenience

Helmut Hübsch, Key Account Manager, GfK Panel Services Deutschland GmbH, Nürnberg

10.00 – 10.30

Convenience Stores als Antwort auf moderne Verbraucherbedürfnisse

- Back to the roots? – Wünscht sich der Verbraucher von heute den „Tante Emma-Laden“ zurück?
- Widerspiegelung des Sortiments anhand moderner Verbraucheranforderungen
- Tankstellen, Bahnhöfe und Flughäfen als innovative Partner moderner Shop-Konzepte

Thomas Kern, Senior Vice President Corporate Food Services, Lekkerland Deutschland GmbH & Co.KG, Frechen

10.30 – 10.50

Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

Pause mit Kaffee und Tee [10.50 – 11.20]

11.20 – 11.50

Chilled Food als strategisches Wachstumsfeld für Industrie und Handel

- Wie können Erzeuger und Hersteller partizipieren und mit den richtigen Produkten reagieren?
- Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Chilled-Food-Sortimente – Auf die kooperative Zusammenarbeit der Absatzpartner und eine hohe Kundenorientierung kommt es an!
Dr. Sabine Eichner Lisboa, Geschäftsführerin, BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, Berlin

Internationale Konzepte – Was sind die Key Learnings für den deutschen Markt?

11.50 – 12.20

Chilled Food in Österreich – Am Beispiel Chef Menü der REWE

- Entwicklung der Frische Convenience in Österreich
- Auf welche Merkmale legt der österreichische Konsument Wert?
- Chef Menü – Der Marktführer bei frischer Convenience in Österreich:
 - Was ist Chef Menü?
 - Marktdaten
 - Gewinner der Zukunft

Mag. Nicole Scherzer, Senior Produkt Managerin, REWE Group Austria, Wiener Neudorf/A

12.20 – 12.40

Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

Gemeinsames Mittagessen [12.40 – 14.00]

14.00 – 14.30

Wie Zukunftsforscher über Chilled Food denken

- Globale Trends, Themen und Technologien und deren Auswirkung auf die Food- und Health-Branche
- Wie Unternehmen in der Food- und Health-Branche ihre Zukunft erfolgreich managen können
Dr. Zarmina Penner, Leiterin ClientCenter Gesundheit & Wellness, FutureManagementGroup AG, Eltville

14.30 – 15.00

Erfolgreiche Chilled-Food-Konzepte des Handels – Frisch-Convenience als Profilierungsstrategie am Beispiel Coop Betty Bossi

- Die strategische Partnerschaft zwischen Betty Bossi und der Coop im Bereich Frisch-Convenience

- Entwicklung bedürfnis- und kundenorientierter Angebotsleistungen zur Marktentwicklung
- Innovationen als Wachstumstreiber – Zukünftige Herausforderungen/Schwerpunkte

Fabian Schneider, Category Manager Frischconvenience, Coop, Basel/CH

15.00 – 15.20

Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

Pause mit Kaffee und Tee [15.20 – 15.50]

Brennpunkt Ultra-Frische – Effizientes Management von Produkten mit sehr geringem MHD

15.50 – 16.20

Optimierung der Zustell-Logistik – How to do it?

- Ausblick 2008 – Anforderungen an die Logistik
- Reduzierung der Zeitverluste und generelle Prozessoptimierung
- Die Einführung eines „Ultra Frische Diensts“ mit Mehrwertleistungen
- Qualitäts- und Temperatur-Management deutscher Lebensmittel-Logistik-Dienstleister
Stefan Krautwurst-Leister, Bereichsleiter DACHSER Food Logistics Sales, DACHSER GmbH & Co. KG, Kempten

16.20 – 16.50

Impuls-Vortrag: Innovative Frisch-Sushi-Produktion – Qualität, Geschmack und Ultra-Frische müssen sich nicht ausschließen

- Anforderungen der Verbraucher
- Strategien für eine erfolgreiche Markenführung
- Wie wird die ununterbrochene Kühlkette gewährleistet?
- Wie muss die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel aussehen?
- Wie lassen sich Qualität, Geschmack und Ultra-Frische kombinieren?

Tim Hörnemann, Geschäftsführer, tsunamisushibars GmbH & Co. KG, Neuss

Moderation: Prof. Dr. Hendrik Schröder

16.50 – 17.15

Zusammenfassung des ersten Konferenztages und Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

Ende des ersten Konferenztages [17.15]

Zum Abschluss des ersten Konferenztages lädt EUROFORUM Sie herzlich zu einem Umtrunk ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, offene Fragen zu diskutieren, geknüpfte Kontakte zu intensivieren und Erfahrungen auszutauschen.

2. KONFERENZTAG: DONNERSTAG, 29. MAI 2008

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

Trendthemen Gesundheit & Bio – Welche Bedeutung haben sie für den Chilled Food-Markt?

9.00 – 9.30

Kühlpflichtige Säfte in Deutschland – eine Erfolgsgeschichte?!

- Ein Blick über die Grenzen
- Die Marktentwicklung in Deutschland
- Sortimente und Trends
- Schwierigkeiten/Risiken und Chancen

Jens Rösler, Leiter Business Development, FSP Frischsaft FRISCHE Produktionsgesellschaft mbH, Mönchengladbach

9.30 – 10.00

Smoothies – Intelligente Verknüpfung von Gesundheits- und Convenience-Trends

- Marktdynamik und internationaler Vergleich
 - Smoothie-Kategorisierung innerhalb von Chilled Food
 - Alternative Platzierungs- und Profilierungsoptionen im Kühlbereich
 - Voraussetzungen zur Ausschöpfung von Marktpotenzialen
- Norbert Richter**, Director Fresh Convenience Central Europe, Chiquita Brands International, Antwerpen/B

10.00 – 10.30

Die Bedeutung von Bio-Produkten im Chilled-Food-Markt

- Marktentwicklung Bio-Chilled Food
- Die Verknüpfung von Health- und Convenience-Aspekten
- Konkrete Umsetzung am Beispiel frische Bio-Pasta
- Zukunftstrends und Erfolgsaussichten

Hans-Joachim Kolk, Geschäftsführer, Hilcona Feinkost GmbH, Leinfelden-Echterdingen

Pause mit Kaffee und Tee [10.30 – 11.00]

11.00 – 11.30

Fresh-Cut Früchte – Gesunde Produkte bequem aufbereitet

- Marktentwicklung und Potenzial für Fresh-Cut Früchte
- Frisch ist nicht gleich frisch – Erntefrisch versus „Schnippelküche“
- Qualitätssicherung, Rückverfolgbarkeit und Mindesthaltbarkeitsdaten

Daniel Senn, Verkaufsleiter, HPW-AG Bomarts, Aarau/CH

Den Verbraucher mit Frische-Convenience verführen – Kreative Erfolgsstrategien

11.30 – 12.00

Frisch, genussvoll und schnell zubereitet – Verpackungskonzepte für Convenience-Produkte und Chilled Food

- Verpackung und Convenience als Partner der Verbraucher
- Was können wir aus anderen Bereichen lernen?
- Ausblick: Perspektiven und Grenzen

Ute von Buch, Chefredakteurin, creativ verpacken, Angermünde-Wilmersdorf

12.00 – 12.30

Chilled Food – Eine Category lernt das Laufen

- Entwicklung einer Category
- Die Herausforderungen für Chilled Food in den neuen Convenience-Formaten

Matthias Pape, Leiter Foodservice, Aral AG, Bochum

12.30 – 12.50

Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

Gemeinsames Mittagessen [12.50 – 14.00]

14.00 – 14.30

Say hello to your audience

- Was nach der Zielgruppe kommt und warum
- Was nach der Markenführung kommt und warum
- Was nach dem TKP kommt und warum

Hubertus von Lobenstein, Chief Executive Officer, TBWA (Deutschland) Holding GmbH, Düsseldorf

14.30 – 15.00

Einfach. Frischer. Genuss! – Ein generisches Marketing- und Kommunikations-Konzept als Basis effizienter Kundenkommunikation

- Wie können Qualitäts-, Geschmacks- und Zubereitungs-vorteile dem Kunden effizient kommuniziert werden?
- Vorteile für Handel und Industrie
- Umsetzung an Beispielen im Handel

Ralph Lutz, Leiter Kooperative Maßnahmen, CMA mbH, Bonn

15.00 – 15.15

Zusammenfassung der Konferenzergebnisse durch den Vorsitzenden und Abschlussdiskussion

Ende der Konferenz [15.15]

Treffen Sie auf dieser Konferenz

Entscheider aus den Bereichen:

- Nahrungsmittelindustrie
- Einzel- und Großhandel
- Convenience Channel
- Marktforschung

Vorstände, Geschäftsführer und Leiter der Abteilungen:

- Produktentwicklung und New Channels
- Key Account Management
- Vertrieb
- Marketing
- Category Management
- Produktmanagement
- Trade Marketing
- Produktion
- Einkauf

Als Aussteller hat bereits zugesagt



Die AHT Cooling Systems ist in den beiden Branchen industrielle Kühlung und Tiefkühlung tätig, die Hauptgeschäftsfelder dabei sind Kühl- und Tiefkühltruhen für Supermärkte, Eiscremetruhen sowie Getränke Kühlung. Unseren Erfolg verdanken wir der hohen Qualität unserer Produkte sowie der langjährigen Erfahrung und dem Know-how unserer Mitarbeiter. Neben ihrem Stammsitz in Rottenmann/Steiermark unterhält die AHT Produktionen in Istanbul, Bangkok und China und ist in mehr als 100 Ländern aktiv.

AHT Cooling Systems GmbH

Niederlassung Deutschland
Sonntagshornstraße 19, 83278 Traunstein
www.aht.at

Ansprechpartner: Alexander Sterebogen
Telefon: 08 61/209 32-0, Fax: 08 61/209 29-90
E-Mail: worldwide@aht.at

INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Konferenz?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

Heike Seidel (Konferenz-Managerin)

Organisation:

Carolin Peltzer (Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: carolin.peltzer@euroforum.com

Telefon: 02 11/96 86-36 15

SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

Samentha-Viola Malbert (Sales-Managerin)

Telefon: 02 11/96 86-37 25

Fax: 02 11/96 86-47 25

E-Mail: samentha-viola.malbert@euroforum.com

MANAGED EVENTS

Möchten Sie selbst eine Konferenz, einen Kongress oder eine Fachausstellung organisieren? Wir unterstützen Sie gerne – maßgeschneidert nach Ihren Wünschen: z.B. in den Bereichen Konzept- und Zielgruppenberatung, Referentenakquisition, Marketing, Sponsoring und Ausstellung, Veranstaltungslogistik und bei der Betreuung vor Ort. Bitte nehmen Sie für weitere unverbindliche Informationen Kontakt mit uns auf.

Peter Altes (Leiter Managed Events)

Telefon: 02 11/96 86-37 50

Fax: 02 11/96 86-47 50

E-Mail: peter.altes@euroforum.com

WIR ÜBER UNS

Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.

[Kenn-Nummer]

37VM

EUROFORUM-KONFERENZ

Chilled Food

Profitieren Sie von hohen Margen in diesem Wachstumsmarkt!

28. und 29. Mai 2008, Dorint Hotel Pallas Wiesbaden

Auguste-Viktoria-Straße 15, 65185 Wiesbaden, Tel.: 06 11/33 06-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 28. und 29. Mai 2008 teil**
zum Preis von € 1.849,- zzgl. MwSt. p.P.

[P1102895M012]

Vertreter aus dem Handel erhalten Sonderkonditionen. Rufen Sie uns gerne dazu an!

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.849,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

IHRE DATEN. Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86-33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

IHRE ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL. Im **Dorint Hotel Pallas Wiesbaden** vereinen sich moderne Eleganz und klare Ästhetik mit exklusiver Gastlichkeit. Das Hotel liegt zentral, direkt gegenüber von den Rhein-Main-Hallen und nur wenige Gehminuten zu Kurhaus, Casino, Altstadt und Einkaufsmeile. Der internationale Frankfurter Flughafen ist nur 28 km entfernt und die Frankfurter Messe 30 km. Beim Interieur haben sich unsere Designer für eine spannende Symbiose entschieden. In der rustikalen Wein- und Bierstube „Pinte“ servieren wir Ihnen regionale Küche mit einem feinen Riesling oder ein gutes Bier. Die „Garden View“ Bar mit Live-Musik bietet von klassisch bis exotisch Cocktails und Longdrinks. Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Dorint Pallas Wiesbaden herzlich zu einem Umtrunk ein.

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-3615 [Carolin Peltzer]

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-3000

schriftlich: **EUROFORUM Deutschland GmbH**
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: **anmeldung@euroforum.com**
info@euroforum.com

im Internet: **www.euroforum.com/chilled-food**