

1. Jahreskongress für Handel und Konsumgüterindustrie

Instore TV

+ begleitende Fachausstellung

27./28. April 2009, Dorint Pallas Wiesbaden

Foto: ECE flatmedia

Digital Signage: Das neue Trendmedium für den Handel am POS

Jetzt anmelden –
200,- Euro sparen!
www.conferencegroup.de

Im Fokus: Instore TV – Das neue Abverkaufsmedium für mehr Vertriebs Erfolg!

Die zentralen Themenfelder:

- Der Kunde im Fokus: Digitalisierung und Emotionalisierung am POS
- Digital Signage – what's new, what's hot, what's working?
- Chancen und Grenzen – was kann Instore TV leisten?
- Effizienz, Effektivität und Kreativität – nachweisbare Optimierungspotenziale von Instore TV
- Lernen von den Besten – Erfolgsbeispiele aus dem In- und Ausland

Erfahren Sie, wie
• McDonald's • Postbank • HIT
• Kaiser's Tengelmann • ECE
• MediMax • Saturn
• Subway • Linda Apotheken
u.v.a. Instore TV heute schon erfolgreich
um- und einsetzen!

Es referieren und diskutieren:



Stefan Welke
Leiter Vertriebs- und Kundenbindungsmanagement
Kaiser's Tengelmann AG



Josef Lichtblau
Vorstand Vertrieb
Postbank Filialbetrieb AG



Dr. Klaus Goldhammer
Geschäftsführer
Goldmedia GmbH Media Consulting & Research

Bernhard Baer
Digital Signage Evangelist

Hans J. Bär
Geschäftsführer
Hans J. Bär GmbH & Co. KG

Marc Doderer
COO/Mitglied des Vorstandes
echion AG

Volker Dölle
Handelsexperte
Dölle. Managementberatung
und Absatzförderung

Peter Dombrowski
Director Marketing & Sales
42media Group GmbH

Claudia Endl
Partner
Dölle. Managementberatung
und Absatzförderung

Peter Fischer Ph.D.
University of Applied
Management Erding
Inhaber 4m Agentur für
Dialogmarketing GmbH

Dr. Patrick Gebhard
Intelligente Benutzerschnittstellen
Deutsches Forschungszentrum
für Künstliche Intelligenz (DFKI)

Dirk Hülsermann
Director Business Development
International
Neo Advertising GmbH

Martin Langhauser
Retail & POS Research
GfK Panel Services Deutschland

Uwe Nilsson
Geschäftsführer
TripleDoubleU GmbH

Bert Martin Ohnemüller
Geschäftsführer
BMO GmbH & Co. KG

Thomas Pauschert
Geschäftsführer
ENIGMA GfK Medien- und
Marketingforschung GmbH

Marcel Piopiunik
Consultant
Goldmedia GmbH
Media Consulting & Research Ltg.

Oliver Poppelbaum
Geschäftsführer
ECE flatmedia GmbH

Philipp Riediger
Geschäftsführender Gesellschafter
COMBERA GmbH

Dr. Jan Roth
Rechtsanwalt
Jost, Roth & Kollegen

Michael Soor
Geschäftsführender Gesellschafter
netscreens
digitale Schaufenster® GmbH

Dr. Christiane Springer
Leiterin des CC Media Management
HHL - Leipzig Graduate
School of Management

Roger Strack
Geschäftsführer Beratung
Serviceplan Power of Sales
GmbH & Co. KG

Dr. Stephan Telschow
Head of GfM Berlin/Direktor
POS Research
Gesellschaft für Innovative
Marktforschung mbH

Bernd Vogt
Geschäftsführer
IMS instore marketing service GmbH

Engelbert vom Kolke
Geschäftsführer
Vis-à-pix GmbH

Norbert Wittmann
Vorstandsvorsitzender
Gruppe Nymphenburg Consult AG

Partner:

GOLD MEDIA

Medienpartner:



Eine Veranstaltung von:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

1. Veranstaltungstag – Montag, 27. April 2009

Moderation:

Dr. Klaus Goldhammer¹

Geschäftsführer,
Goldmedia GmbH Media Consulting & Research

9.00 – 9.10 Uhr

Begrüßung und Einführung durch den Moderator

**Die digitale Revolution am POS –
Rahmenbedingungen für den Wandel im Handel**

9.10 – 9.40 Uhr

Digital Signage in Europe – ein Werbemedium im Aufbruch

- Ein globaler Marktüberblick mit Best Practices: Vorstellung der Studie „Digital Signage in Europe“
- Trends und Möglichkeiten für den Zukunftsmarkt Digital Signage

Dr. Klaus Goldhammer¹, Geschäftsführer,
Goldmedia GmbH Media Consulting & Research

9.40 – 10.10 Uhr

Digital Signage 2010 – Wohin geht die Reise?

Bernhard Baer², Digital Signage Evangelist

10.10 – 10.40 Uhr

Instore TV zwischen Wunsch und Wirklichkeit

- Das neue Trendmedium zur Emotionalisierung am POS – spielen die Shopper mit?
- Der Endverbraucher im Fokus – Anforderungen und Wünsche der Kunden
- Wird die Rechnung ohne den Handel gemacht? Neue Herausforderungen für die Zusammenarbeit von Handel und Herstellern

Norbert Wittmann³, Vorstandsvorsitzender,
Gruppe Nymphenburg Consult AG

10.40 – 11.20 Uhr

Kommunikations- und Kaffeepause

**Tour d'Horizons – Lernen von erfolgreichen Beispielen
aus dem Ausland**

11.20 – 11.50 Uhr

**Global Digital Signage – Trends, Einsatzfelder und Ergebnisse
der ersten internationalen Studie mit Fallbeispielen**

Dr. Stephan Telschow⁴, Head of GIM Berlin/Direktor POS Research,
Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH

11.50 – 12.20 Uhr

Lernen von den Besten – Instore TV im Globalen Kontext

- Trends und Entwicklungen
- Erfolgsbeispiele aus dem Ausland (u.a. Ergebnisse der Nielsen-Studie zum POS-TV in den Niederlanden)

Dirk Hülsermann⁵, Director Business Development International,
Neo Advertising

12.20 – 13.30 Uhr

Kommunikations- und Mittagspause

Instore TV – Neue Wege am POS: ein Ausweg aus der Krise?

13.30 – 14.00 Uhr

Instore TV – Erst denken, dann machen

- Mittel, Maßnahme oder strategisches Konzept?
- Vom Point of Sale zum Point of Success
- So wird der POS zum neuen Massenmedium
- Gedanken, Anregungen, Fallbeispiele

Bert Martin Ohnemüller⁶, Geschäftsführer,
BMO GmbH & Co. KG

**Best Practices Instore TV: Lernen von den Vorreitern
der neuen Mediengattung Digital Signage – auch ein
Zukunftsmodell für den Handel!?**

14.00 – 14.30 Uhr

Praxisbeispiel Gastronomie

Mc Donalds' TV –

mit Qualität und Reichweite zum Sieger des Digital Signage

- Ein Erfahrungsbericht
- Vorstellung der ersten großangelegten Medienstudie im Bereich Digital Signage / McDonald's GfK-Studie
- Status Quo Vermarktung

Uwe Nilsson⁷, Geschäftsführer, TripleDoubleU GmbH
Thomas Pauschert, Geschäftsführer, ENIGMA GfK Medien- und
Marktforschung GmbH

14.30 – 15.00 Uhr

Praxisbeispiel Apotheke

**Vom Impulsgeber zum Kommunikationsinstrument –
Was der Handel vom „Pionier“ Apotheke lernen kann**

- Wie Abverkauf und Kundenbindung durch aposcreens ApothekenTV erhöht werden konnten
- Erfolgsbeispiele: ADG Vplus Apotheken TV und Linda Apotheken TV

Michael Soor⁸, Geschäftsführender Gesellschafter,
netscreens digitale Schaufenster® GmbH
sowie ein Vertreter der ADG Apotheken-Dienstleistungsgesellschaft

15.00 – 15.30 Uhr Praxisbeispiel Filialen

**Filial-TV der Postbank – Ein Roll-Out,
das Geschichte schreiben wird?**

- Erfahrungsbericht: Probleme und Herausforderungen bei der flächendeckenden Einführung in 855 Postbank-Filialen – Ein Benchmark für die gesamte Branche?



1. Veranstaltungstag – Montag, 27. April 2009

Josef Lichtblau⁹, Vorstand Vertrieb, Postbank Filialbetrieb AG

15.30 – 16.00 Uhr

Kommunikations- und Kaffeepause

Instore TV in der Praxis – Erfolgsbeispiele aus dem Handel

Erfolgsbeispiel Shoppingcenter:

16.00 – 16.30 Uhr

„Werbung, die wirkt“ – Erfahrungen mit Instore TV am Beispiel der ECE Shopping Center

Oliver Poppelbaum¹⁰, Geschäftsführer, ECE flatmedia GmbH

Erfolgsbeispiele LEH:

16.30 – 17.00 Uhr

Digital Signage im LEH – das Pilotprojekt HIT Sunrise

Thesen zur Werbewirkung.

Erfahrungen und Ergebnisse aus dem Blue Lava Pilotprojekt HIT Sunrise

Martin Langhauser¹¹, Retail & POS Research, GfK Panel Services Deutschland

Roger Strack¹², Geschäftsführer Beratung, Serviceplan Power of Sales GmbH & Co. KG

17.00 – 17.30 Uhr

Digital Signage im LEH – das Beispiel Kaiser's Tengelmann

– Wie kann Digital Signage sinnvoll im LEH eingesetzt werden?

– Wie wirkt Digital Signage im LEH?

– Wie schätzt man Refinanzierungspotenziale realistisch ein?

Stefan Welke¹³, Leiter Vertriebs- und Kundenbindungsmanagement, Kaiser's Tengelmann AG

Marc Doderer¹⁴, COO Mitglied des Vorstandes, echion AG

17.30 – 18.15 Uhr

DISKUSSIONSRUNDE

Das neue Marketingtool der Zukunft? Instore TV im Spannungsfeld von Kunden/Handel/Konsumgüterhersteller

- Wird Instore TV durch die Umverteilung der Werbebudgets zum Sieger der Wirtschaftskrise?
- Was setzt sich in Zukunft durch: Instore TV als Eigenwerbung des Handels oder Finanzierung durch Industriespots?
- Der Kunde im Fokus: Reizüberflutung anstatt Clean Store Policy?
- Effizienz versus Qualität – Reines Abverkaufsmedium oder wertvolles Tool zur Kundenbindung und -kommunikation?
- Einbindung in das Gesamtmarketingkonzept des Handels sowie der Konsumgüterhersteller – die große Herausforderung für Agenturen und Dienstleister
- Instore TV: mehr als nur die Aneinanderreihung von Werbespots – wo liegen die Herausforderungen für eine erfolgreiche Einbindung in ein stimmiges Kommunikationskonzept?

Peter Dombrowski¹⁵, Director Marketing & Sales, 42media group GmbH

Bernhard Baer², Digital Signage Evangelist

Bernd Stumpf (angefragt), Bereichsleiter Center Management, Metro Group Asset Management GmbH

+ Referenten des Nachmittags

ca. 18.15 Uhr

Sektempfang und Get together – Gelegenheit zu weiterem Gedankenaustausch

Im Anschluss an einen informativen und erlebnisreichen Kongresstag lädt Sie The Conference Group herzlich zu einem Sektempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in geselliger Atmosphäre Kontakte mit Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen und zu vertiefen.

Unser Partner:

GOLD MEDIA Die Goldmedia GmbH Media Consulting & Research berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikations-Bereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Media Consulting & Research, Goldmedia Sales & Services GmbH sowie Goldmedia Custom Research GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin.
www.goldmedia.de

Medienpartner:



digital signage – Das Fachmagazin für digitale Werbe- und Informationssysteme Von Hardware über Contentmanagement bis hin zu Marketing und Vertrieb: Das Fachmagazin digital signage informiert über Produktneuheiten, liefert technische Hintergrundberichte und zeigt, was Digital Signage in der Praxis auszeichnet. Wir erreichen mit unserem Fachmagazin neben den Marktteilnehmern die Entscheider aus zum Beispiel Retail, Hotellerie und Messewesen. Des Weiteren gehören Werbeagenturen, Werbetechniker, Architekturbüros und Consultingunternehmen zu unseren Lesern. www.digital-signage-magazin.de



2. Veranstaltungstag – Dienstag, 28. April 2009

Moderation:

Dr. Klaus Goldhammer¹, Geschäftsführer,
Goldmedia GmbH Media Consulting & Research
Marcel Piopiunik¹⁶, Consultant,
Goldmedia GmbH Media Consulting & Research,
Autor der Studie „Digital Signage in Europe“

Der Endverbraucher im Fokus

9.00 – 9.30 Uhr

Verbraucherverführung in Perfektion oder visueller Overflow?

- Es gibt nicht eine homogene Gesellschaft, unterschiedlichste Alters- und Teilzielgruppen in unserer Mediengesellschaft. Wer ist zu was fähig?
- Was ist möglich zwischen der Daumengesellschaft und der konservativen Fernsehkonsumgesellschaft? Es wird viel erzählt, aber nur die Industrie beweist die Schwäche und Stärke dieser Medien
- Was geht, was geht nicht, ein einfaches Raster zwischen Bild und Mensch.
- Ein vorsichtiger Ausblick

Claudia Endl¹⁷, Partner, Dölle. Managementberatung und Absatzförderung

Volker Dölle¹⁸, Handelsexperte, Dölle. Managementberatung und Absatzförderung

Detailstrategien für zukünftigen Erfolg – Wie muss Instore TV aufgesetzt sein, damit es erfolgreich ist?

9.30 – 10.00 Uhr

Strategien für Digital Signage@retail (DS)

- Anwendungsbereiche
- Die richtigen und die falschen Gründe, warum man DS einsetzen sollte
- Ganzheitliche Kommunikation im Marketing mit DS
- Erfolgsfaktoren, was muss ich unbedingt beachten?
- Beispiele aus der Praxis: Postbank, MediMax, Saturn, Subway

Peter Dombrowski¹⁵, Director Marketing & Sales,
42media group GmbH

10.00 – 10.30 Uhr

Die Zukunft ist digital – Digitale Technologien am POS 2009

- Was kann Instore TV heute schon leisten?
- Chancen und Risiken der neuen Vermarktungsformen für Handel und Industrie

Philipp Riediger¹⁹, Geschäftsführender Gesellschafter, COMBERA GmbH

10.30 – 11.00 Uhr

Kommunikations- und Kaffeepause

Refinanzierung und rechtliche Voraussetzungen

11.30 – 12.00 Uhr

Rechtliche Rahmenbedingungen und Herausforderungen an Digital Signage Medien

Dr. Jan Roth²⁰, Rechtsanwalt, Jost, Roth & Kollegen

12.00 – 12.30 Uhr

Wie wird Instore TV bezahlbar?

- Private Equity Fonds zur Finanzierung von Digital Signage Projekten
- Alternative Finanzierungsmodelle

Hans J. Bär²¹, Geschäftsführer, Hans J. Bär GmbH & Co. KG

Effizienz & Effektivität

12.30 – 13.00 Uhr

„Sehen, was der Kunde sieht“ – Erfolgskontrolle von Instore-Medien in Echtzeit

Engelbert vom Kolke²², Geschäftsführer, Vis-à-Pix

13.00 – 14.00 Uhr Kommunikations- und Mittagspause

Media & Creative Content

14.00 – 14.30 Uhr

„Der Content ist die Herausforderung“

Wie man den Kunden mit hochwertigen Instore-Medien-Inhalten zielgruppengenau anspricht

Bernd Vogt²³, Geschäftsführer, IMS instore marketing service GmbH

Instore TV erfolgreich vermarkten!

14.30 – 15.00 Uhr

Erfolgreiche Implementierung von Digital Media in den crossmedialen Kommunikations-Mix

Peter Fischer²⁴ Ph.D. Dipl.Psych.Univ, University of Applied Management Erding, Executive Master of Marketing, Inhaber und Geschäftsführer der 4m Agentur für Dialogmarketing GmbH

15.00 – 15.30 Uhr

Einbindung von Instore TV in die multisensuale Produktpräsentation am POS

- Entwicklung der Kundenkommunikation am POS
- Einsatzmöglichkeiten und Beispiele von Instore TV
- Berücksichtigung der multisensualen Kundenansprache
- Implikationen für einen wirkungsvollen Einsatz von Instore TV

Dr. Christiane Springer²⁵, Wissenschaftliche Mitarbeiterin/ Leiterin des CC Media Management; HHL - Leipzig Graduate School of Management und Preisträgerin Förderpreis der Horizont Stiftung

Visionen: Erlebnis Einkaufen!

15.30 – 16.00 Uhr

Erlebniswelt Einkaufen – Virtuelle Charaktere im Blickfang

- Wie der Einkauf durch Avatare und das spielerische Vermitteln von Informationen zum einzigartigen Erlebnis wird
- Wie virtuelle Charaktere durch natürliches, emotionales Verhalten das Kundenverhalten beeinflussen können und so eine emotionale Bindung an den jeweiligen Supermarkt ermöglichen

Dr. Patrick Gebhard²⁶, Intelligente Benutzerschnittstellen, Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI)

16.00 Uhr

Ende des Kongresses „Instore TV“



19

20

21

22

23

24

25

26

Der neue Branchentreff rund um den Einsatz digitaler Medien am POS

Sehr geehrte Damen und Herren,

bis zu 75% der Einkaufsentscheidungen fallen am Point of Sale (POS). Aufgrund von Wirtschaftskrise, digitaler Revolution und geändertem Kaufverhalten ist mehr denn je eine Kommunikation gefragt, die den Kunden effizienter und fokussierter erreicht, den Einkauf zum Erlebnis werden lässt, Impulskäufe auslöst und damit den Abverkauf erhöht: Digital Signage, die neue Wunderwaffe am Ort der Kaufentscheidung.

Laut den Ergebnissen einer Studie des Beratungsunternehmens Goldmedia soll Digital Signage bis zum Jahr 2012 eine „ernst zu nehmende Rolle im Mediamix“ spielen. Im internationalen Vergleich hinkt Deutschland Ländern wie Großbritannien oder den USA noch hinterher. Doch die Prognose ist positiv: Die Umsätze mit digitaler Außenwerbung sollen von rund 25 Mio. Euro (2007) bis zum Jahr 2012 auf über 110 Mio. steigen. Und die Vorteile sprechen für eine rasche Weiterentwicklung des Mediums: digitale Werbebotschaften sind schnell und flexibel aktualisierbar, durch interaktive Anwendungen wird hohe Awareness generiert, zudem werden die Produktionskosten mit zunehmender Weiterentwicklung der Technik sinken.

HORIZONT und The Conference Group haben diese Entwicklung zum Anlass genommen und werden am 27. und 28. April 2009 im Dorint Pallas Wiesbaden den

1. Jahreskongress Instore TV

durchführen. Unter dem Motto

Digital Signage: Das neue Trendmedium für den Handel am POS

werden führende Experten die aktuellen Trends und Marktentwicklungen von Instore TV aufzeigen, Potenziale und Grenzen diskutieren und Instore TV als Bestandteil eines innovativen und nachhaltigen Gesamtmarketingkonzepts beleuchten. Erfolgsbeispiele aus dem In- und Ausland runden die Veranstaltung ab. Dabei werden Antworten auf folgende Fragen gesucht:

- Was kann Instore TV heute schon leisten?
- Wie sehen Pilotprojekte und Erfolgsgeschichten aus?
- Was ist zu beachten und welche Konzepte werden zukünftig erfolgreich sein?
- Wo liegen die Chancen und Risiken?
- Wie hoch ist die Akzeptanz auf Seiten des Handels, der Industrie und der Kunden?

Profitieren Sie von den Erfahrungen der Branchenvorreiter. Erfahren Sie, wie mit Qualität, Effizienz und neuer Reichweite der Abverkauf auch Ihrer Produkte sowie Ihr Markenimage und die Kundenbindung erhöht werden können.

Wir freuen uns auf eine spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen auf dem 1. Jahreskongress Instore TV am 27./28. April in Wiesbaden.

Mit besten Grüßen



Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer
HORIZONT



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH

Begleitende Fachaussstellung

Der Marktplatz für den erfolgreichen Einsatz digitaler Medien am POS!

Auf der **begleitenden Fachaussstellung** haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner des Handels und der Werbetreibenden die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen den Mediaentscheidern vorzustellen:

- **Digital Signage**
- **Kreativ- und Mediaagenturen**
- **Marktforschung**
- **Consulting**

Die Leistungsschau bietet Ihnen somit eine einmalige und hochrelevante Plattform, sich den wichtigsten Entscheidern in Handel und Industrie als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein? Dann fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei Frau Sabrina Pommeresch, The Conference Group, unter Telefon 069 / 7595 - 3033, per E-Mail pommeresch@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das neben stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende Faxnummer: 069 / 7595 - 3030.

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **Jahreskongress „Instore TV“** am 27./28. April 2009 in Wiesbaden an.
Der Teilnahmepreis beträgt 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

Sonderaktion für „Schnellentscheider“: Wenn Ihre Anmeldung bis zum **31. März 2009** bei uns eingeht, erhalten Sie einen **Frühbucherrabatt** in Höhe von **200,- Euro** auf die Kongressgebühr.

Ja, wir sind an der **Teilnahme als Aussteller** an der begleitenden Fachausstellung interessiert.
Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name Vorname <input type="text"/>	2. Name Vorname <input type="text"/>	3. Name Vorname <input type="text"/> - 15 %
Position <input type="text"/>	Position <input type="text"/>	Position <input type="text"/>
Firma <input type="text"/>	Firma <input type="text"/>	Firma <input type="text"/>
Straße <input type="text"/>	Straße <input type="text"/>	Straße <input type="text"/>
PLZ/Ort <input type="text"/>	PLZ/Ort <input type="text"/>	PLZ/Ort <input type="text"/>
Telefon <input type="text"/>	Telefon <input type="text"/>	Telefon <input type="text"/>
Fax <input type="text"/>	Fax <input type="text"/>	Fax <input type="text"/>
E-Mail* <input type="text"/>	E-Mail* <input type="text"/>	E-Mail* <input type="text"/>
Datum Firmenstempel Unterschrift <input type="text"/>		

*Ja, ich möchte künftig den E-Mail-Newsletter erhalten.

Information:

So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
per Telefax: 069 / 7595 - 3010
per E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de

Termin und Ort:

27./28. April 2009
Dorint Pallas Hotel Wiesbaden
Auguste-Viktoria-Strasse 15
65185 Wiesbaden
Tel.: 0611 / 33060
Fax: 0611 / 3306-2909
E-Mail: info.wiesbaden@dorint.com
EZ: 148,- Euro exkl. Frühstück
(Frühstück 22,- Euro)

Zielgruppe:

Zielgruppe der Veranstaltung sind Geschäftsführer, Vorstände und Führungskräfte aus Handel und Industrie sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing/Sales, Werbung und Verkaufsförderung. Des Weiteren richtet sich der Kongress an Geschäftsführer und leitende Angestellte

von Media-Agenturen, Marken- und Konzeptberatungen, Werbeagenturen, Begleit- und Marktforschungsunternehmen, Anbieter und Dienstleister rund um Content-Management, Infrastruktur und Technologieanbieter sowie Finanzdienstleister und Automobilhersteller.

Zimmerreservierung:

Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Instore TV Kongress“ vor.

Kongressgebühr/ Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 31. März 2009 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 200,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15%

Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.