

ICONIC CONFERENCE

ICONIC
WORLD

VOM POINT OF SALE ZUM POINT OF SENSES

26. OKTOBER 2017 | FRANKFURT AM MAIN



Rat für Formgebung
German Design Council

VOM POINT OF SALE ZUM POINT OF SENSES

Alle reden über Erlebniskauf...

...wir auch! Denn, wer seinen Kunden emotional erreichen will, muss ihm ein reales und virtuelles Erleben bieten, das leicht verständlich und optimal nutzbar ist. Es geht nicht nur um die Installation von IT-Innovationen, es geht darum, Technologie und digitale Plattformen für die Interaktion mit dem Kunden zu nutzen, wobei mehr denn je Einflussfaktoren wie Empathie und Multisensorik eine Rolle spielen. Der digitale Strukturwandel stellt dabei alle gewohnten Prinzipien auf den Prüfstand. Er verändert die Anforderungen an die Gestaltung von Verkaufsszenarien tiefgreifend, weil der aufkeimende Stimmungsmarkt nach emotionsbezogenen Erlebnissen fragt, die auf den Gemütszustand der Kunden fokussieren. Alles wird zum Schaufenster: Der Store, der Webshop, die Sozialen Medien und damit das Leben selbst. Wie gehen Kommunikationsexperten, Markenarchitekten, Raumdesigner und Retailmanager mit dieser Herausforderung um?

Die **ICONIC CONFERENCE** | *Vom Point of Sale zum Point of Senses* liefert Ihnen an Hand von Best-Practice-Beispielen und Projekten einen Blick in die Zukunft.

Keynote Speaker Richard van Hooijdonk macht Ihnen folgendes Versprechen: „Sie werden nach dieser Veranstaltung bereit sein für das Jahr 2030!“

Die **ICONIC CONFERENCE** ist als hochkarätig besetztes Netzwerktreffen für alle angelegt, die an der technologischen und gestalterischen Weiterentwicklung von Retailflächen beteiligt sind – an Geschäftsführer, Corporate Design- und Brand Manager, Marketing- und Vertriebsverantwortliche aus Unternehmen sowie an Agenturen aus den Bereichen Markenstrategie und -kommunikation, Architekten, Innenarchitekten, Designer und Visual Merchandiser.

TERMIN

Donnerstag, 26. Oktober 2017, 09.30 Uhr – 17.00 Uhr
Registrierung ab 9.00 Uhr

VERANSTALTUNGsort

Deutsches Filmmuseum
Schaumainkai 41, 60596 Frankfurt am Main

ANMELDUNG

Bitte melden Sie sich bis zum 19. Oktober 2017 online
an unter: www.iconic-conferences.de
Dort finden Sie auch alle weiterführenden Informationen
zur Veranstaltung.

TEILNAHMEGEBÜHR

Regulär EUR 490,00 | Stiftungsmitglieder EUR 440,00
Studenten EUR 50,00

Frühbuchertarif bis zum 28. September 2017

Regulär EUR 390,00 | Stiftungsmitglieder EUR 340,00
Studenten EUR 50,00

Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt.

Partner



bund deutscher
innenarchitekten

FAMAB

Medienpartner

designreport.

PLOT

stores+shops

KEYNOTE SPEAKER



RICHARD VAN HOOIJDONK,
TRENDEXPERTE UND FUTURIST, ROTTERDAM/
NIEDERLANDE

„Die Veränderungen kommen schneller als wir alle glauben. Darauf müssen wir uns einstellen. Und darauf, dass wir künftig viel öfter ganz neue Dinge machen werden!“ Der Trendforscher und Futurist Richard van Hooijdonk nimmt sein Publikum mit auf eine Reise in die Zukunft und beleuchtet die Auswirkungen von Megatrends wie Internet der Dinge, Robotik, Drohnen, 3D/4D-Druck auf unsere künftige Lebens- und Arbeitswelt sowie auf den Einzelhandel. Vortrag in englischer Sprache.

REFERENTEN



ERIK STIGMAR, SENIOR MANAGER
RETAIL EXPERIENCE, VOLVO CARS,
GÖTEBORG/SCHWEDEN

Erik Stigmar stellt Volvos neues Retail-Konzept vor, dessen Kernbotschaft die Überzeugung ist: Das Kundenerlebnis macht heute den Unterschied. Er beschreibt die Idee hinter der „Volvo Retail Experience“ – wie Volvo Cars das Erlebnis im Autohaus inszeniert und dieses mit der Marke und ihren Werten verwebt. Ziel des Vortrags ist es, einen Blick auf die Fragestellungen und Gedanken zu werfen, die in der Entwicklungsphase des Konzepts bearbeitet wurden und wie sie sich am Ende auf das Design ausgewirkt haben. Vortrag in englischer Sprache.



ULF BAMBACH, GESCHÄFTS-
FÜHRER, ATP FRANKFURT PLANUNGS GMBH,
FRANKFURT

Das Architekturbüro ATP entwickelte ein Konzept für die Edeka-Supermärkte der nächsten Generation. Dabei wurden erstmals architektonische Leitdetails mit einem neuartigen Erscheinungsbild als Alleinstellungsmerkmal angewandt. Ulf Bambach geht in seinem Vortrag auf dieses zukunftsorientierte Corporate Architecture Konzept ein, das durch seine bauliche Konstruktion, POS-Innovationen und Erlebniswelten den Lebensmitteleinkauf zum Ereignis macht.



OLIVER FEHL, SENIOR
DIRECTOR RETAIL CONCEPTS, ADIDAS AG,
HERZOGENAURACH

Der Übergang vom Erlebnis zur Bedeutung, fokussiert auf den Kunden der Zukunft, ist das Schlüsselthema für Adidas. Oliver Fehl erläutert, warum und wie die Sportmarke sowohl mit Empathie und Emotionen als auch mit Technologie und digitalen Plattformen Beziehungen zu den Kunden aufbaut. Mitarbeiter, die denkwürdige Erlebnisse für eine engagierte und reizvolle Marke schaffen, spielen dabei Schlüsselrollen.



MICHAEL OSTERTAG-HENNING,
GESCHÄFTSFÜHRER, SCHMIDHUBER BRAND
EXPERIENCE GMBH, MÜNCHEN

Wie kommunizieren wir Haltung? Wie schaffen wir echte Kundenbindungen in einer komplexen, digitalen Welt? Brand EXPERIENCE hat in der Markenkommunikation das Thema Brand IDENTITY fast verdrängt. Anhand von Projektbeispielen aus der Markenkommunikation im Raum widmet sich Michael Ostertag der Frage, ob das der richtige Weg ist.



MATTHIAS LEIER, DIRECTOR
RETAIL INTERNATIONAL BUSINESS
DEVELOPMENT DIVISION THERMOMIX & KOBOLD,
VORWERK INTERNATIONAL STRECKER & CO.,
WUPPERTAL

Jahrzehnte wurden die Thermomix Küchenmaschine und der Kobold Staubsauger ausschließlich über den Direktvertrieb verkauft. Verändertes Kaufverhalten, neue Kundenbedürfnisse und weitere Produktmarken machten eine strategische Anpassung notwendig. Nach ersten Retail-Piloten in Deutschland werden nun erlebnisorientierte Brand Stores in vielen Ländern ausgerollt. Kleine Sortimente, Premiumpreise, geringe Markenbekanntheit außerhalb Deutschlands sind nur einige der vielen Aspekte, die berücksichtigt werden mussten. Matthias Leier zeigt die besonderen Herausforderungen und Resultate eines „Frischlings“ im Retail Business auf.



DIPL. ING. ANJA PANGERL,
GESCHÄFTSFÜHRERIN, BLOCHER PARTNERS,
STUTT GART

Community im realen Leben unter dem Motto „Mehr Emotion und Erlebnis“ – Anja Pangerl stellt sie dar am Beispiel von Rose Biketown. Kunden können hier ihr neues Fahrrad nicht nur konfigurieren und kaufen, sie können es auch live testen. Anja Pangerl führt die aufwändige Inszenierung von Produkthighlights vor Augen. Sie erklärt, warum das Abholen des fertigen Rades einer Krönung gleicht. Und sie spricht über Community stiftende Maßnahmen.

MODERATION



ANDREJ KUPETZ, HAUPT-
GESCHÄFTSFÜHRER, RAT FÜR FORMGEBUNG,
FRANKFURT

Andrej Kupetz führt durch die Konferenz.
Als Gestalter, Designmanager und Markenstratege setzt er sich beim Rat für Formgebung seit 1999 für eine ganzheitliche Auseinandersetzung mit Design und Marke ein.

Rat für Formgebung
Friedrich-Ebert-Anlage 49
60327 Frankfurt am Main

T. +49 (0) 69 74 74 86-44
conference@german-design-council.de
www.german-design-council.de