



**Sweets Global Network:**

**16. Internationaler Süßwarenkongress 2015 in Berlin (18. bis 20. November)**

**Globales Informationsforum: Wegweisende Trends, Prognosen und Diskussionen zu den drängenden Kernfragen der Gegenwart und zur Zukunft der Süßwarenwirtschaft**

**Zentrales Tagungsmotto: „Orientierung und neue Impulse“ – mit zahlreichen Fachvorträgen von Wissenschaftlern, Theoretikern und Praktikern**

**Weltweit führendes Informations- und Meinungsforum zum Thema Süßwaren – mit den Unterthemen „Süßwaren 4.0“, „Süßwaren und POS“, „Süßwaren: Recht, Politik und Impulse“**

**Programmatische Synthese: Die optimale Verknüpfung von Online- und Offlinewelten**

**Ein perfektes Umfeld für den Erfahrungs- und Gedankenaustausch über die Branchengrenzen hinaus – mit mehr als 500 Kongressteilnehmern aus der nationalen und internationalen Süßwarenwirtschaft**

**Leuchtende Vorbilder für optimale Konzepte: „Süßer Stern 2015“ – Prämierung der besten Süßwarenabteilungen Deutschlands, der Schweiz und Österreich mit dem renommierten SG-Branchenpreis**

*München/Berlin. – Vernetzung, Mobilität, Big Data, Veränderung des Konsumenten- und Einkaufsverhaltens, Optimierung am POS, komplexe Digitalisierung, Online-Handel, neue Varianten in der Marketing- und Sortimentspolitik, smarte Produkt- und Verkaufs- bzw. Vertriebskonzepte, neue Formen der Kommunikation und des Kundendialogs, Süßwaren im Spiegelbild der öffentlichen Meinung und im Spannungsfeld staatlicher Regulierung – das aktuelle Themen- und Aufgabenspektrum, das die nationale und internationale Süßwarenwirtschaft zentral beschäftigt, weiter in Atem hält und auch genügend „revolutioniert“ – die Hersteller wie den Handel gleichermaßen – ist weit gefasst und durchzieht sämtliche Branchen- und*

*Unternehmensbereiche. Die Zukunft und ihre Bewältigung – auch und gerade in diesem Markt – ist längst eine alltägliche, ständig gegenwärtige Aufgabe, die versucht, diese Komplexität zu erfassen und daraus eine möglichst tragfähige Unternehmenspolitik zu entwickeln. Mit der Schnelligkeit und Massivität dieser Bedingungen und Veränderungen steigen zwangsläufig die Anforderungen in Richtung Informationsqualität, -austausch und -vorsprung – vor allem auch nach belastbaren Prognosen und Trendperspektivem sowie nach praxiserprobten Erfolgskonzepten. Diesbezüglich ist der Internationale Süßwarenkongress des Internationalen Süßwarenhandelsverbandes Sweets Global Network (SG), der jetzt wieder vom 18. bis 20. November in Berlin stattfindet, das weltweit führende Forum zur allgemeinen Status- und Perspektivbestimmung der Branche, das die theoretische Expertise optimal mit konkreten Beispielen, Projekten und Innovationen aus der Praxis verknüpft. Informationstransfer, Dialog, Diskussion – der 16. Internationale Süßwarenkongress, zu dem über 500 Spitzenvertreter der Süßwarenwirtschaft erwartet werden, fasst den Mikro- und Makrokosmos der Branche pointiert, detailliert und in einer 360-Grad-Gesamtschau zusammen, stellt markante Fragen, liefert konkrete Antworten und setzt zukunftsweisende Wegweiser – diesmal unter dem zentralen Tagungsmotto „Orientierung und neue Impulse“.*

## **Süßwaren 4.0: Optimale Verbindung von Online- und Offline-Welten**

### **Süßwaren im Spiegelbild der öffentlichen Meinung**

#### **Süßwarenbranche im Dialog mit staatlichen Institutionen, Behörden und dem Kartellamt**

Konkret: Im Mittelpunkt des ersten Kongresstages steht wesentlich das Thema „Süßwaren 4.0“ – vor allem in Zusammenhang mit technologischen Quantensprüngen und innovativen IT-Anwendungen - mit ihren Veränderungspotenzialen, Chancen und Anforderungen, die die neue Praxis im Zusammenspiel zwischen Produzenten, dem Handel und den Verbrauchern anders und neu bestimmen. Intelligente Verknüpfung und Vernetzung, übertragen auf fast sämtliche Produktions-, Vertriebs-, Marketing- und Kommunikationsparameter, die die optimale Synthese und Kombination von virtuellen, digitalen Daten, Auswertungen und Erkenntnissen mit der realen, physischen Welt im stationären Einzelhandel anstrebt. Welche neuen Varianten im Kundendialog, in der Entwicklung und Präsentation von Süßwaren gibt es? Welche Bedeutung hat das Online-Erlebnis für die spätere Markenbindung und Kaufentscheidung am POS? Wie sind Online- und Offlinewelten perfekt zu verbinden? Welche Konsequenzen hat die Datenerfassung (etwa am POS) in Echtzeit? Und dann auch: Wie kann unter solchen Bedingungen der Ausstieg aus dem Preiskampf gelingen? Der zweite Kongresstag steht im Themenfokus des generellen Status von Süßwaren und der Branche im Spiegelbild der öffentlichen Meinung, hier vor allem auch in Bezug auf die Entwicklung und die Aufgabenfelder im Dialog mit staatlichen Institutionen und Behörden, insbesondere mit dem Kartellamt.

Das Programm: **„Consumer love sweets...online, social, sustainable. Wirklich? Direkt beim Konsumenten nachgehakt“**. Mit dieser durchaus provokanten Frage eröffnet **Dr. Jens Cornelisen** (Defacto GmbH) den Kongress, der einen spannenden Themenbogen aus insgesamt

13 Referaten bildet. **Kai Thornagel** (Mondelez Deutschland GmbH) berichtet aus seinen Erfahrungen, Konzeptionen und Perspektiven in Richtung „**Connected Commerce – Bridging the on- & offline-world**“, während **Michael Hoffmann** (Lekkerland AG & Co. KG) die „**Süße Belohnung für unterwegs – die Trends in der Unterwegsversorgung**“ ausführlich beleuchtet. Zur Entscheidungsorientierung im Diskurs zwischen Online- und Offline-Maßnahmen vertritt **Clemens Walter** (MyCouchbox) die These „**Süßwaren als Online-Erlebnis heißt: Kaufentscheidung im Einzelhandel**“. Im weiteren Schwerpunktthema „**Süßwaren und POS**“ zeigt **Kishor H. Shridar** (WPA expertis GmbH) Wege und Alternativen auf, wie der „**Ausstieg aus dem Preiskampf**“ gelingen kann. Ist-Zustand und Folgen der Big-Data-Erfassung und der kompletten Vernetzung im Handel: **Dominic Blank** (POSpulse/24Insights GmbH) skizziert das Szenario von „**Echtzeitdaten vom POS**“. Unterhaltsamer Abschluss des ersten Kongresstages ist der Auftritt des Berliner Finanzkabarettisten **Chin Meyer**, der sich kritisch-humorvoll mit dem Thema „**Reichmacher**“ auseinandersetzt.

Die Süßwarenbranche im Dialog, in der Auseinandersetzung mit staatlichen Institutionen, mit Behörden und dem Kartellamt: Der zweite Kongresstag richtet einen umfangreichen Fokus auf das Themenfeld Recht, Politik und Impulse. **Dr. Christian Steinle** (Gleis, Lutz und Partner) sieht diesbezüglich rechtliche Schieflagen und argumentiert „**Die Auslegung des Kartellrechts bedroht die Unternehmen**“, während **Prof. Dr. Boris Paal** (Universität Freiburg) die „**Öffentlichkeitsarbeit der Bundeskartellamtes**“ genau unter die Lupe nimmt und über „**rechtliche Rahmenbedingungen und Verteidigungsmöglichkeiten**“ referiert. **Prof. Dr. Dr. Udo di Fabio** (Universität Bonn) setzt sich kritisch mit dem Thema „**Bevormundung der Verbraucher durch die Politik oder die Grenzen staatlicher Regulierung**“ auseinander. „**Was haben Weihnachten und Mädelsabend gemeinsam?**“ – diese Frage stellt **Dr. Alexander Lauer** (Ferrero Deutschland GmbH) und gibt dazu konkrete Ratschläge wie „**Umsatzpotentiale für Handel und Industrie durch anlassbezogenes Shopper-Marketing**“ zu optimieren sind. Wandel als Chance: Zum Abschluss des SG-Kongresses 2015 beschreibt der bekannte Finanzspezialist, TV-Moderator und Buchautor **Dirk Müller** (Mr. Dax) „**Die Welt im Umbruch**“ - und zeigt auf, wie gerade aus der frühzeitigen Analyse dieser Veränderungen neue Unternehmenschancen und –profite zu generieren sind.

**Der „SÜSSE STERN 2015“ für die besten, engagiertesten und vorbildlichsten Süßwarengeschäfte**

**Der Internationale Süßwarenhandelsverband SWEETS GLOBAL NETWORK (SG) zeichnet zum sechsten Mal die perfektesten Süßwarenfachgeschäfte bzw. Süßwarenabteilungen aus – „Oscar“ der süßen Branche jetzt auch mit Teilnehmern aus Österreich und der Schweiz**

Bereits zum sechsten Mal vergibt der Internationale Süßwarenhandelsverband SWEETS GLOBAL NETWORK (SG) im Rahmen des SG-Kongresses in Berlin einen der renommiertesten Branchenpreise der deutschen und europäischen Süßwarenwirtschaft. Der SÜSSE STERN des SG honoriert herausragende Leistungen im Verkauf und in der Präsentation von Süßwaren. Erstmals können in diesem Jahr nicht nur Händler aus Deutschland, sondern auch ihre Kol-

legen aus Österreich und der Schweiz an diesem Wettbewerb teilnehmen, um eine der begehrten Auszeichnungen in den insgesamt vier Kategorien zu gewinnen. Die Erweiterung des Wettbewerbsfeldes, so der SG-Vorstandsvorsitzende **Hans Strohmaier**, sei eine logische Konsequenz, die in der Kernfunktion des Verbandes, in seiner internationalen Ausrichtung sowie im Zusammenwachsen und –wirken der Märkte begründet liege.

Der vom internationalen Süßwarenhandelsverband **SWEETS GLOBAL NETWORK (SG)** seit 2010 initiierte Wettbewerb **SÜSSER STERN** konnte sich in kürzester Zeit etablieren und ist die höchste Auszeichnung, die die Süßwarenwirtschaft in diesem Zusammenhang zu vergeben hat. Dementsprechend beteiligt sich eine große Anzahl von Händlern an der exklusiven Preisvergabe, die von einer hochkarätigen Jury aus Handel und Industrie ermittelt wird. Der **SÜSSE STERN** wird in insgesamt vier Kategorien vergeben – und zwar für Süßwarenfachgeschäfte, die Fachabteilungen der Kaufhäuser, Supermärkte bis 2500 qm und Supermärkte über 2500 qm.

Konkrete Kriterien für die Auszeichnung sind: Die außergewöhnliche, wegweisende Gestaltung der Süßwarenabteilung oder des Fachgeschäftes, besondere, neue Verkaufskonzepte sowie die Umsatzentwicklung mit Süßwaren. Weitere Fixpunkte der Bewertung sind unter anderem: Sortimentsgestaltung und Artikelanzahl, Berücksichtigung aktueller Trends, saisonale Aktionen, Regalpräsentation, Beratungskompetenz der MitarbeiterInnen, Produktfrische, Kreativität, Warenverfügbarkeit und sinnvolle Verbundplatzierungen. Einbezogen in die Beurteilung wird auch die wirtschaftliche Entwicklung der Abteilung bzw. des Geschäftes im letzten Jahr. Zusätzlich wird durch Storechecks geprüft, ob die Bewerbungsunterlagen auch die tatsächlichen Leistungen widerspiegeln.

**Weitere Informationen:**

**Sweets Global Network e.V., Vorstandsvorsitzender Hans Strohmaier, Grillparzerstraße 38, 81675 München, Tel. 0049 89 45769088-0, [info@sg-network.org](mailto:info@sg-network.org), [www.sg-network.org](http://www.sg-network.org)**

**SG-Pressestelle, Martin Heinen, Boxgraben 18, 52064 Aachen, Tel. 0049 172 160 1962 oder 0049 (0)241 912 857 0, [m.heinen@pr-heinen.de](mailto:m.heinen@pr-heinen.de)**