

Pressemitteilung

März 2021

Consumer Goods Digital Day: jetzt kostenfrei registrieren und am 20. April 2021 live dabei sein

Katrin Westermeyr
Tel. +49 69 75 75-6893
katrin.westermeyr@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Erstklassige Vorträge, Workshops und Podiumsdiskussionen – der Consumer Goods Digital Day wartet am 20. April 2021 mit einem spannenden digitalen Live-Konferenzprogramm auf: Keynote-Speaker Sanjay Sauldie und zahlreiche Branchenexperten diskutieren wertvolle Lösungsansätze und Wege aus der Krise. Wer teilnehmen möchte, kann sich jetzt über den Ticketshop kostenfrei registrieren und bereits ab dem 13. April 2021 die digitale Plattform kennen lernen und sich mit internationalen Geschäftspartnern austauschen. Orders sind parallel jederzeit über Nextrade möglich.



Jetzt kostenfrei über den Ticketshop registrieren und ab dem 13. April 2021 die digitale Plattform kennen lernen und für den geschäftlichen Erfolg nutzen. So können Teilnehmer vom zukunftsorientierten Live-Programm am 20. April 2021 am meisten profitieren. Foto: Messe Frankfurt

Der Consumer Goods Digital Day richtet sich an alle, die in der Konsumgüterbranche arbeiten. Insbesondere an alle Facheinkäufer und Aussteller der Ambiente, Christmasworld, Creativeworld und Paperworld, die in diesem Jahr aufgrund der Pandemie auf ihre Leitmessen verzichten mussten. Er bietet der gesamten Konsumgüterbranche ein zukunftsorientiertes Live-Konferenzprogramm, das aktuelle Herausforderungen und vor allem Chancen für den stationären Handel beleuchtet. Ziel ist es, den Teilnehmern wertvolle Informationen und Orientierung für den „neuen“ geschäftlichen Alltag in und nach der Pandemie mitzugeben. „Der Consumer Goods Digital Day ersetzt natürlich nicht die persönliche Begegnung auf unseren Messen, aber er

Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

stillt auf höchstem Niveau den Hunger nach Inspiration, geschäftlichen Austausch- und Ordermöglichkeiten. Damit liefert er genau das, was die Branche in diesen volatilen Zeiten vorwärts bringt“, sagt Julia Uherek, Group Show Director, Consumer Goods, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Das Konferenzprogramm ist von 10 bis 20 Uhr angesetzt und wird simultan in Deutsch und Englisch ausgestrahlt.

Am 13. April 2021 geht die digitale Plattform bereits live. Interessierte können sich ab jetzt kostenfrei über den Ticketshop anmelden. Anschließend erhalten sie automatisch eine E-Mail mit den Zugangsdaten, so dass sie ihr Profil online vervollständigen, die Plattform vorab kennen lernen und sich mit den technischen Features und Möglichkeiten vertraut machen können. So ist zum Beispiel auch bereits eine Woche vorher ein direkter Austausch unter den Teilnehmern über Chat oder Video möglich. Während der Veranstaltung können Fragen gestellt werden, die der Moderator Zackes Brustig aufgreift. Parallel besteht über Nextrade jederzeit die Möglichkeit zur direkten Order bei über 300 Unternehmen.

Bühne frei für starke Redner und spannendes Live-Programm

Der Consumer Goods Digital Day bietet allen Teilnehmenden aus unterschiedlichen Zeitzonen spannende Live-Streamings mit wertvollen Insights und Tipps für das tägliche Business.



Bühne frei für erstklassige Redner und spannende Beiträge beim Consumer Goods Digital Day am 20. April 2021. Das Konferenzprogramm ist online abrufbar. Foto: Messe Frankfurt

Auf der Agenda stehen trend- und praxisorientierte Vorträge, Workshops, Podiumsdiskussionen und Live-Interviews – zum Beispiel mit den Trendscouts Claudia Herke und Annetta Palmisano des stilbüros bora.herke.palmisano zu den Ambiente, Christmasworld und Paperworld Trends 2021/22. Inhaltlich dreht sich alles um die Fragestellungen: Wie kommen die Kunden nach Covid zurück in die stationären Läden und Innenstädte? Welche Online-Strategien sind essentiell? Wie sind Trends und die Emotionalisierung von Stores und Shops jetzt bestmöglich umzusetzen? Zu den weiteren Referenten zählen unter anderem Amanda Farr, Frederik Gottschling, Nikolai Gruschwitz, Boris Hedde,

Consumer Goods Digital Day
Frankfurt am Main, 20. April 2021

Gabriela Kaiser, Jaye Anna Mize, Sanjay Sauldie, Klaus Schmelzeisen, Susanne Sorg, Stefan Suchanek, Marilyn Repp, Marcel Rösel, Silvia Talmon, Claus Tormöhlen, Anne Lisa Weinand und Daniel Zoll.

Einige Highlights und Statements vorab als Vorgeschmack:

Der vielfach ausgezeichnete Unternehmensberater und Keynote-Speaker **Sanjay Sauldie** eröffnet den Tag mit einem Plädoyer zur aktiven Gestaltung der digitalen Transformation. „Der Handel in den Innenstädten muss das Einkaufsverhalten der Kunden in den Mittelpunkt aller Entscheidungen setzen und sich strategisch auf die Reise machen“, sagt der Direktor des Europäischen Internet Marketing Institutes EIMIA und Experte für die Themen disruptive Innovationen und digitale Transformation. Sein Vortrag „Retail 4.0: Digitalisierung und der stationäre Handel – Freund oder Feind?“ zeigt anhand von Praxisbeispielen auf, mit welchen Mitteln Unternehmen die Zukunft im Retail 4.0 mitgestalten können, ohne Opfer der Digitalisierung zu werden.

Boris Hedde, Geschäftsführer Institut für Handelsforschung Köln (IFH), geht in seinem Beitrag zur Innenstadtstudie „Vitale Innenstädte 2020“ darauf ein, was aus der Sicht von 58.000 im September 2020 interviewten Innenstadtpassant*innen in Deutschland die wichtigsten Stellschrauben für die Gestaltung der Innenstädte für die Zeit nach der Coronakrise sind. Sein Lösungsansatz: „Lokal bitte immer empirisch basiert und mit System agieren. Wer mit Aktionismus die Zukunft von Innenstädten gestalten will, hat schon am Startpunkt verloren“. Mehr dazu führt er in seinem Beitrag aus.

Anne Lisa Weinand, Leiterin des ECC Köln, verrät in ihrem Vortrag „Corona – Managing the New Normal“ anhand von exklusiven und brandaktuellen Konsumenten- und Marketinginsights, wie „the new Normal“ in der Handelswelt aussieht und gibt praxisnahe Handlungsempfehlungen. Sie skizziert, wohin die Onlinereise 2021 geht und was stationäre Händler dem konkret entgegensetzen können. „Mit der Corona-Pandemie fegt aktuell ein Tsunami über die Handelswelt hinweg, der sofortige Veränderung abverlangt: Veränderung durch die neue Art des Einkaufens, Veränderung in der Gestaltung handelsbezogener Wertschöpfung und Veränderung in der lokalen Kooperation. Mehr vom Alten kann und wird es nicht geben“, sagt Weinand.

Diesem Tenor schließt sich **Marilyn Repp**, Projektleiterin Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Handel HDE, an. Ihrer Meinung nach teilt die beschleunigte digitale Transformation die Branche in Vorreiter und Abgehängte. Wie Teilnehmer zur ersten Gruppe gehören, zeigt ihr Vortrag „Vier Bausteine des Erfolgs: Trends im Einzelhandel – gekommen, um zu bleiben“. Ihr Aufruf an die Branche: „Raus aus der Komfortzone – rein in die Zukunftsthemen des Handels.“

Zu einem überaus wichtigen Zukunftsthema zählt die Nachhaltigkeit. „Nachhaltigkeit ist längst kein Nischen-Lifestyle mehr. Der Megatrend verändert unser Denken und Handeln und leitet einen Wertewandel ein. Wer auf Business as usual setzt, bleibt mittelfristig auf der Strecke“, so

Silvia Talmon, Executive Creative Director, The Retail Academy. In ihrem Vortrag widmet sie sich der Frage, wie Unternehmen das Thema zum ganzheitlichen Geschäftsprinzip machen. Dazu stellt sie besonders nachhaltige Retail-Konzepte sowie Visionäre vor und leitet daraus nachhaltige Ansatzpunkte für den Handel ab.

Marcel Rösel, Projektleiter Handelsverband Hessen e.V. und handel.digital, zeigt in seinem Beitrag „Marktplätze verstehen und nutzen“ Wege, die das lokale Geschäft und den Vertriebsweg „Onlinemarktplatz“ zusammenzubringen. Er schärft den Blick der Teilnehmer darauf, das große Marktpotential bestmöglich auszuschöpfen und die richtigen Marktplätze für sich zu identifizieren. Er gibt ebenfalls Empfehlungen zu Sortiments-Strategien, Preisgestaltung und eine schnelle Umsetzung.

Wie funktioniert Social Commerce? **Katja Heinemann**, Akademie der Deutschen Medien, bietet einen kompakten Einstieg in das Thema, bei der keine Frage rund um Instagram, Facebook, Pinterest & Co offen bleibt. Sie gibt konkrete Tipps zu Erfolgsfaktoren bei der Planung und Umsetzung von Social Commerce-Aktivitäten.

Die Podiumsdiskussion “Consumer Insights: Connecting the dots between consumer needs and future products” der renommierten Trendforscher-Agentur aus New York/USA Fashion Snoops bildet das abschließende Highlight. Sie schlägt die Brücke von aktuellen Verbraucherbedürfnissen zu zukünftigen Produkten. **Jaye Anna Mize**, Vizepräsidentin des Wohn- und Einrichtungsbereichs und **Amanda Farr**, Home & Interiors Editor bei Fashion Snoops, präsentieren drei wichtige Veränderungen im Lebensstil der Verbraucher. Die drei Lebensstile betiteln sie mit „Re-wilding“, „Transient Lifestyles“ und „Wellness Sanctuary“. Was steckt dahinter? Was bedeuten diese Veränderungen für die Konsumgüterindustrie? Welche Produkt- und Sortimentserweiterungen sind notwendig? Das wird gemeinsam mit Branchenexperten diskutiert.

Interessiert an weiteren Themen? Das Konferenzprogramm ist online abrufbar unter consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com/events.

Nach der Veranstaltung stehen einzelne Vorträge auf der Wissensplattform [Conzoom Solutions](https://conzoom.com) zur Verfügung.

Weitere Informationen und Details:

consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com

Journalisten weltweit sind ebenfalls herzlich eingeladen, am 20. April 2021 kostenfrei teilzunehmen. Die Anmeldung und Registrierung für den Consumer Goods Digital Day erfolgt über den [Ticketshop](https://tickets.messefrankfurt.com).

Presseinformationen:

consumergoodsdigitalday.messefrankfurt.com/presse

Consumer Goods Digital Day
Frankfurt am Main, 20. April 2021

Der digitale Marktplatz Nextrade

Das neue digitale Order- und Datenmanagement Nextrade für Lieferanten und Händler der Konsumgüterbranche verlängert die Messe und ermöglicht Bestellungen zu jeder Tages- und

Nachtzeit an 365 Tagen im Jahr: www.nextrade.market

Conzoom Solutions – die Plattform für den Handel

Die Wissensplattform Conzoom Solutions bietet dem Konsumgüterhandel ein vielfältiges Angebot wie Studien, Trendvorstellungen, Workshops oder Anleitungen für den Point of Sale. Sie gibt einen Komplettüberblick über das internationale Portfolio der Messe Frankfurt im Konsumgüterbereich und stellt dort gebündelt Informationen für den Handel zusammen.
www.conzoom.solutions

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent. Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*vorläufige Kennzahlen 2020