

Promotional Packaging Gefällt mir, kauf ich!



Donnerstag, 22.03.2012

mit Vorabendprogramm in Lauterbach und Schloss Romrod



Hintergrund

Kleider machen Leute – Verpackungen machen Marken. Für die Positionierung von Marken spielt die Verpackung eine wichtige Rolle. Doch wie die Mode unterliegt sie zahlreichen Trends, muss sich immer wieder neu erfinden und saisonal anpassen.

„Jede Woche eine neue Welt“: Modeketten und Händler zeigen eindrucksvoll, wie mit limitierten Editionen Begehrlichkeiten geschaffen, Shopper begeistert und Kaufimpulse ausgelöst werden.

Dies ist auch das Ziel von Promotional Packaging.



Workshop-Inhalte auf einen Blick

Der eintägige Praxisworkshop zeigt:

- welchen Einfluss die Verpackung auf die Kaufentscheidung am POS hat
- wie sich Shopper am POS orientieren
- welche Verpackungstrends in 2015 aktuell sind
- welchen Mehrwert In- und Onpack-Promotions liefern
- wie sich die Entwicklungszeiten von Promotional Packaging reduzieren lassen
- wie sich Promotional Packaging und Nachhaltigkeit in Einklang bringen lassen



Zielgruppe

Die Veranstaltung richtet sich an Abteilungsleiter und Mitarbeiter der Markenartikelindustrie, des Handels und Agenturen, insbesondere aus folgenden Bereichen:

- Marketing
- Trade- / Handelsmarketing
- Produkt- / Brandmanagement
- Vertrieb / Verkauf
- Verpackungsentwicklung
- Einkauf



21.03.2012

Lauterbach und Schloss Romrod

15.30 Uhr Das Geheimnis erfolgreicher Verpackungen

- Geht der Trend zu Einfachheit, Überraschung oder Synergien?
- Regeln sind hilfreich – doch Kreativität entsteht abseits geregelter Wege
- Von Steve Jobs bis Nespresso – was gute Verpackungen von erstklassigen unterscheidet

Lars Wallentin, internationaler Verpackungsexperte und über 40 Jahre Erfahrung als Chef-Designer bei Nestlé, Schweiz

16.30 Uhr Promotional Packaging Konzepte für Morgen

Formulierung eines Briefings für das Design-Team der STI Group, dessen Ergebnisse am Folgetag präsentiert werden

Ulrich Klüber / Ralf Meyer, STI Group

17.00 Uhr Verpackungsentwicklung in der Praxis: Wie Promotional Packaging entsteht

Rundgang durch Produktentwicklung und Produktion der STI Group in Lauterbach

18.00 Uhr Fingerfood-Buffer

Best Practise:

Erleben Sie Promotional Packaging Lösungen aus aller Welt

Kreativ: Werfen Sie unseren Designern einen Blick über die Schulter

20.00 Uhr Get-together im Hotel Schloss Romrod mit Schlossführung

Gemeinsames Abendessen im Hotel



22.03.2012

Workshop-Tag in Alsfeld

9.00 Uhr Begrüßung und Einführung

Prof. Dr. Frank Ohle, CEO STI Group

9.15 Uhr Studie Shopper 2011
Die Bedeutung von Verpackungen
bei Kaufentscheidungen

Claudia Rivinius, STI Group

10.00 Uhr Von der Ökonomie der Aufmerksamkeit im LEH

- Vom emotionalen Blitzgewitter zum Gesamtkunstwerk
- Vom Einkauf als Pflicht zum Einkauf aus Lust
- Vom Stress zum Wohlgefühl

Dr. Markus Schweizer, Genossenschaft Migros Aare

11.00 Uhr Kaffeepause

11.30 Uhr Packaging Trends 2015

Wie Sie Ihre Marke zur Brand-Ikone machen:

- Verstehen Sie Ihre Shopper und Konsumenten
- Innovieren Sie mit Mega-Trends
- Einzigartigkeit und Perfektion

Alexander Strobel, Roman Klis Design, Herrenberg

12.45 Uhr Mittagspause



22.03.2012

**13.45 Uhr Materialwahl und Veredelungsmöglichkeiten:
welches Material passt zu welchem Produkt?**

- Die Qual der (Material-)wahl
- Das STI Design Lab: Basis für neue Oberflächen
- Edel und nachhaltig – ein Widerspruch?

Ulrich Klüber / Michael Schebler, STI Group

**14.45 Uhr Shopper zu Käufern machen: Die Bedeutung von
Promotional Packaging für Spirituosen und Kosmetika**

- Erfahrungen mit Promotional Packaging
- In Szene gesetzt: wie Markenartikelhersteller
Geschenkverpackungen positionieren

Kai Dornbusch, Unilever Deutschland GmbH

15.30 Uhr Von der Idee bis zum Produkt: Reduce Time to-market

- Präsentation von Produktskizzen aus den Vorabendbriefings
- Reduzierung der Entwicklungszeiten durch
parallele Entwicklung von Produkt und Verpackung

Ralf Meyer, STI Group

16.30 Uhr Ende der Veranstaltung



Die Referenten



Kai Dornbusch ist Customer Marketing Manager POP bei der Unilever Deutschland GmbH. Nach Abschluss seines BWL-Studiums stieg er zunächst als Management Trainee bei Unilever ein. Nach verschiedenen Stationen im Key Account Management und im Marketing übernahm er vor vier Jahren die Verantwortung für den Auftritt der Unilever Marken am POP eine kunden-, kategorie- und kanalübergreifende Funktion. Dornbusch leitete zahlreiche Projekte, die sich mit der Aktivierung von Shoppern beschäftigen. Shopper Insights zu generieren und am POP in verkaufsfördernde Maßnahmen umzusetzen, ist sein derzeitiges Aufgabengebiet.



Ulrich Klüber hat als Verpackungsmittelmechaniker das Verpackungswesen von der Pike auf gelernt. Nach seinem Studium zum technischen Betriebswirt zeichnete er als Leiter Verpackungsentwicklung und Berater in abpack-technischen Fragen bei verschiedenen Verpackungsherstellern verantwortlich. Seit 2005 ist Ulrich Klüber als Leiter Produktentwicklung Packaging in der STI Group verantwortlich. Zudem koordiniert er in der 2007 neu gegründeten Consulting-Unit das Produkt- und Prozessdesign.



Ralf Meyer ist Leiter des Design-Centers der STI Group in Grebenhain, das nationale und internationale Kunden vom Layout bis zur POS-gerechten Umsetzung betreut. Nach seinem Studium der internationalen Betriebswirtschaftslehre und Stationen in verschiedenen Agenturen übernahm er innerhalb der STI Group vielfältige Aufgaben, unter anderem als Projektleiter, Account Manager in den USA und als Leiter Marketing Operations. Als Vice President von POPAI D-A-CH ist er zudem ein international gefragter Referent zu POS-Trends.



Claudia Rivinius ist seit Abschluss ihres Betriebswirtschaftsstudiums im Marketing der STI Group tätig, davon mehrere Jahre als Marketing-Leiterin und verantwortet heute innerhalb der Unternehmensgruppe die internationale Kommunikation. Rivinius hat zahlreiche Studien zur Absatzwirkung von Verpackungen und Displays betreut und ist gefragte Autorin und Referentin. In 2010 hat sie mit dem Titel „Greif zu und kauf mich“ das erste internationale Displaybuch koordiniert.

Die Referenten



Michael Schebler hat die Verpackungsentwicklung von der Pike auf gelernt und war Leiter Produktentwicklung bei einem Faltschachtelhersteller, bevor er sich in München zum staatlich geprüften Papiertechniker weitergebildet hat. Seit 2009 ist Schebler in der STI Group tätig. Nach Aufbau einer Displaykleinserienfertigung und einer Station als Projektmanager für Produkt und Prozessinnovation in der STI Consulting GmbH zeichnet er heute für die Leitung des Design Centers in Lauterbach verantwortlich.



Dr. Markus Schweizer ist seit 2010 Leiter strategische Entwicklung der Genossenschaft Migros Aare in der Schweiz. Nach seiner Promotion 2004 an der Universität St. Gallen zum Doktor der Wirtschaftswissenschaften übernahm er dort zunächst die Leitung des Forschungsbereiches Konsumentenverhalten und war Lehrbeauftragter am Gottlieb Duttweiler Lehrstuhl für Internationales Handelsmanagement. Nach Gründung einer Unternehmensberatung wechselte er 2006 als Leiter Kundenmanagement und Marktforschung zu tegut. . . Schweizer ist gefragter Referent mit umfangreicher Praxiserfahrung und Autor mehrerer Bücher.



Alexander Strobel hat nach langjähriger Erfahrung in der Eventbranche seine Stärke für den Vertrieb entdeckt und war über 10 Jahre als Vertriebsleiter in verschiedenen Branchen tätig, bevor er 2010 als Head of Marketing and Sales zur Roman Klis Design GmbH nach Herrenberg wechselte. In der auf internationales Packaging-Design spezialisierten Agentur arbeitet er mit und für internationale Marken und analysiert gemeinsam mit diesen die Auswirkungen von Mega-Trends auf das Packaging-Design.





Lars Wallentin wurde in Schweden geboren und studierte am Graphic Institute in Stockholm, bevor er 1964 in die Zentrale von Nestlé in der Schweiz wechselte, wo er über 40 Jahre für die Entwicklung kreativer Design-Konzepte für Marken wie Nestlé, Nescafé, Maggi, Buitoni, Nesquik oder KitKat verantwortlich war. Als „Unruheständler“ ist Lars Wallentin heute gefragter Referent zu Verpackungs- und Designthemen, Juror internationaler Design-Awards und Autor von „The world`s first book about packaging communication“ – eine lehrreiche und gleichzeitig unterhaltsame Lektüre.




Jeder Teilnehmer erhält eine signierte Ausgabe des neuen "Bestreaders" von Lars Wallentin

Anfahrt


21.03.2012
2 ABENDPROGRAMM
Hotel Schloss Romrod
Alsfelder Straße 7
D-36329 Romrod
Tel. +49 6636 9181 700
www.schloss-romrod.com



22.03.2012
3 WORKSHOP
STI Corrugated GmbH
Wilhelm-Stabernack-Straße 3
D-36304 Alsfeld
Tel. +49 6631 707-0



21.03.2012
1 VORABENDPROGRAMM
STI Group
Richard-Stabernack-Straße 3
D-36341 Lauterbach
Tel. +49 6641 81-349



Der Workshop selbst findet in unserem Trainings-Center in Alsfeld statt:

Für Ihr Navigationssystem geben Sie bitte die Dirlammer Straße ein.

Über die STI Group

Die STI Group bietet innovative Lösungen für einen professionellen Verpackungsprozess und eine impulsstarke Produktpräsentation am Point of Sale. Für seine Kunden leistet die STI Group damit einen signifikanten Beitrag zu deren erfolgreicher Produktvermarktung.

Damit ist die STI Group der führende europäische Displayanbieter und gehört in der Verpackungsbranche zur europäischen Spitzengruppe. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftete in 2011 an 14 Produktionsstandorten in Deutschland, Australien, England, Polen, Rumänien, Tschechien und Ungarn einen Umsatz von rund 320 Mio. €.

Rund die Hälfte der europaweit größten Konsumgüterhersteller (FMCG) sowie führende Industriegüterunternehmen und Handelskonzerne zählen zu den wichtigsten Kunden der STI Group, darunter 20 der deutschen Top-30-Konzerne.



Anmeldung

Bitte senden Sie das ausgefüllte Formular an Sarah Reith.



per E-Mail: sarah.reith@sti-group.com
per Fax: +49 6641 81 711 349
Telefon: +49 6641 81 349

Hiermit melde ich mich / melden wir uns zum
Workshop Promotional Packaging an.

- Ich reise / wir reisen am 21.03.2012 an und kommen
direkt zum Vorabendprogramm nach Lauterbach.
- Ich reise / wir reisen am 21.03.2012 an, kommen allerdings
erst zum Abendessen im Schloss Romrod hinzu.
- Ich reise / wir reisen erst am 22.03.2012 an und kommen
direkt zur STI Corrugated GmbH nach Alsfeld.
- Ich würde / wir würden gerne nach Ende der Veranstaltung
am 22.03.2012 noch die Möglichkeit einer zusätzlichen Werks-
führung in der STI Corrugated GmbH in Alsfeld (Produktion
flexobedruckter Wellpappverpackungen und -displays)
nutzen.

Kosten

Die Teilnahmegebühr für den Workshop inkl. Vorabendprogramm,
Verpflegung und Tagungsunterlagen beträgt 179 Euro zzgl. MwSt.

Jeder Teilnehmer erhält zudem ein Exemplar von "The world`s first book
about packaging communication".

Ihre Fragen zum Workshop beantworten wir gerne unter
Telefon: +49 6641 81 349

Weitere Infos unter WWW.STI-GROUP.COM

Zimmerreservierung

Im Hotel Schloss Romrod steht ein begrenztes Zimmerkontingent
zum Preis von 60 Euro inkl. Frühstück vom 21. auf den 22.03.2012
zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im
Hotel unter dem Stichwort „STI-Workshop“ vor.

Hotel Schloss Romrod
Alsfelder Straße 7
36329 Romrod

Tel.: +49 6636 9181 700
Fax +49 6636 9181 699

info@schloss-romrod.com
www.schloss-romrod.com

Firma

Straße

Land / PLZ / Wohnort

Name, Vorname

Position

Telefon

E-Mail

Name, Vorname

Position

Telefon

E-Mail

Datum, Unterschrift

STI GROUP

Richard-Stabernack-Straße
D-36341 Lauterbach

Tel. +49 6641 81-0
Fax +49 6641 81-407
service@sti-group.com