

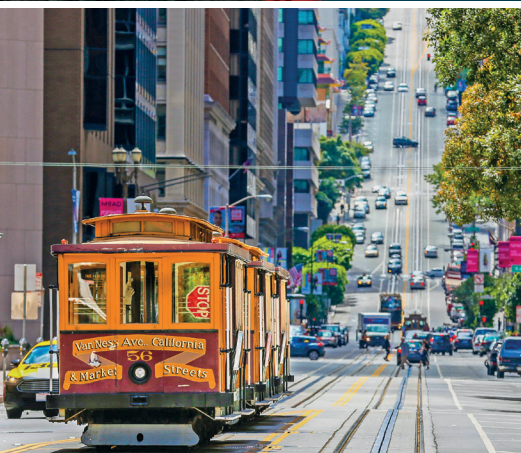
2. Retail Studien Roadshow ins **Silicon Valley**

9.-14. März 2019

Anmeldeschluss: 30.6.2018

Digital meets innovation

Erleben Sie hautnah den weltweit wichtigsten IT- und Hightechstandort und die direkten Auswirkungen auf den Handel – Werfen Sie einen Blick in die Zukunft!



Eine Veranstaltung von:

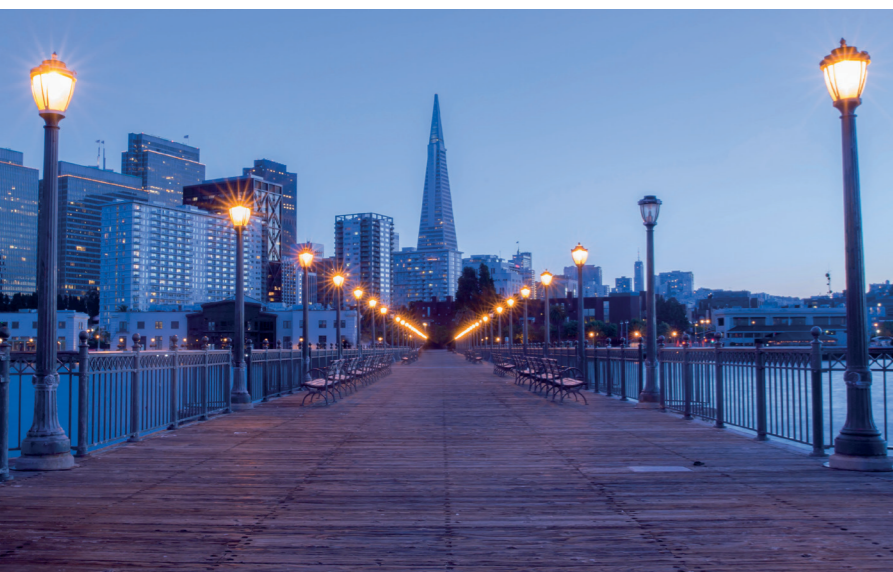


In Kooperation mit:

DER MITTELSTANDSVERBUND



EXKLUSIVE
Reise zum Sonderpreis
für Mitglieder des
MITTELSTANDSVERBUND
5.490€
(statt 5.990€)



Das Silicon Valley ist bekannt für seine innovativen Hightech-Lösungen in der IT-Industrie. Kein Industriestandort ist so schnelllebig und nah am Trend der Zeit wie das Silicon Valley. Wer sich im Silicon Valley behaupten kann, bringt Innovationsgeist, Unternehmertum, Nachhaltigkeit in der Entwicklung und das Gespür für den gesellschaftlichen Wandel mit.

Mit unserer 2. Retail Studien-Roadshow folgen wir diesen Herausforderungen:

- Erleben Sie hautnah, was „Internet of Things“ bedeutet und wie es in Zukunft nicht nur den Handel, sondern auch das tägliche Leben verändern wird.
- Eine erfolgreiche „Digital-Strategy“ setzt Markt- und Kundenkenntnisse voraus. Lernen Sie vor Ort die neuesten Ladenkonzepte kennen, die erfolgreich ihre Digital Marketing-Strategie auf den Konsumenten ausrichten.
- Die Förderung von Ideen und Start-up Unternehmen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor in dieser Hightech-Schmiede. Blicken Sie hinter die Kulissen dieses Systems im Gespräch mit Venture Capitalists.
- Erfolgreiche Start-ups bringen neben der Idee auch Unternehmertum mit: Nur so gelingt das Anwerben von Kapital und Umsetzen von Marktstrategien. Welche Finanzierungsmöglichkeiten bestehen, sowie deren Chancen und Risiken, diskutieren wir zusammen mit Experten vor Ort.
- Die Retail Studien-Roadshow bietet Ihnen einen interaktiven Austausch mit Top-Managern und Gründern des Silicon Valley. Dabei stehen neueste Trends, Best Practice-Beispiele und das Netzwerken im Fokus unseres Fachprogramms.



Das Programm auf einen Blick

TAG 1:

Ankunft in San Francisco

TAG 2:

THEMA:

- Wie funktioniert gutes Omnichannel?
- Bedeutung von Visual Merchandising und Shopperlebnissen

PRAXISBEZUG:

- Neue Retailkonzepte in der Praxis

TAG 3:

THEMA:

- Künstliche Intelligenz: Ein neues Zeitalter bricht an
- Internet of Things: Was die Kenner voraussagen
- Kassenlose Läden; Geschäfte ohne Personal; Schwerlast-Drohnen
- Wie weit ist 3D-Printing?

PRAXISBEZUG:

Intel, JD.com, HP

TAG 4:

THEMA:

- Weltweit führende Gründer- und Startup-Szene
- Venture Capital und deren Finanzierungsmöglichkeiten
- Wie «Mobile Disruption» den Handel verändert
- Virtual und Augmented Reality
- Auf den Spuren von Steve Jobs

PRAXISBEZUG:

Plug&Play, Facebook, Apple

TAG 5:

THEMA:

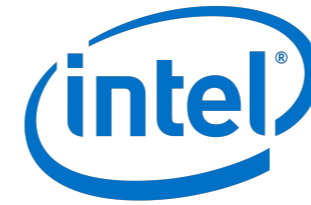
- Unternehmensorganisation in einer digitalen Welt

PRAXISBEZUG:

Berkeley oder Stanford University

TAG 6:

Ankunft in Deutschland



INTEL

Gründung: 1968

Hersteller: PC-Technologie und Software

Umsatz 2016: 59 Mrd \$

Headquarter: Santa Clara, Silicon Valley



JD.com

Gründung: 1998

Umsatz 2017: 56 Mrd \$. Nach Umsatz drittgrößte Internetfirma weltweit und Hauptkonkurrent von Alibaba in China

Research Center: Santa Clara



HP Inc.

Gründung: 1939

Einer der größten PC- und Druckerhersteller

Umsatz 2016: 48 Mrd \$

Headquarter: Palo Alto



Plug & Play

Gründung: 1998

Weltweit größter Accelerator und Inkubator von Startups

Headquarter: Sunnyvale



Facebook

Gründung: 2004

Weltweiter Marktführer im Bereich sozialer Medien

Umsatz 2016: 41 Mrd \$

Headquarter: Menlo Park



Berkeley University

Gründung: 1868

38.000 Studenten, 91 Nobelpreisträger

Sitz: Berkeley, San Francisco Bay



1.TAG:

Anreise

„Digital meets innovation“ ist das Motto unserer Retail Studien-Roadshow. Wir starten am Vormittag in Düsseldorf und werden San Francisco am späten Nachmittag erreichen. Unser 4-Sterne Hotel liegt zentral am Union Square und lädt am Nachmittag zu einer ersten Erkundung der Stadt auf eigene Faust ein. Der Abend steht zur freien Verfügung.

2.TAG:

Erfolgreiche Shop-Konzepte

Der Morgen steht zur freien Verfügung und kann für erste Erkundungen genutzt werden. Wir treffen uns um 13 Uhr und besichtigen das Westfield Center, das mit 150.000 m² Retailfläche und 180 Läden eines der grossen Shopping Malls in San Francisco ist. Dort besuchen wir einige ausgewählte Läden, die sich durch besondere Visual Merchandising- und Omnichannel-Konzepte auszeichnen. Im Anschluss daran besteht die Möglichkeit, sich einzelne Läden auch individuell anzuschauen.

Das wohl berühmteste Gefängnis der Welt, Alcatraz, steht am Nachmittag auf dem Programm. Sie lernen im Rahmen einer geführten Besichtigung die «Wohnräume» bekannter Insassen wie Al Capone kennen und werden dem Geheimnis auf die Spur kommen, warum keiner der Insassen es jemals schaffte, erfolgreich auszubrechen.

Bei einem gemeinsamen Abendessen besteht die Möglichkeit der weiteren Diskussion und des Netzwerkens (F/A).

3.TAG:

Zehn Technologien, die den Handel verändern werden

Im Intel Headquarter in Santa Clara gibt uns einer der Top Retail Manager einen exklusiven Einblick in die Neugestaltung des Einzelhandels durch Einsatz neuer Technologien. Technologien verändern nicht nur die Geschäftsmodelle im Einzelhandel. Der Umgang mit Technologien verändert vor allem das Verhalten der Konsumenten. Bequemlichkeit und Schnelligkeit werden die Herausforderungen sein, denen sich der Händler stellen muss, das heißt:

- Voice activated commerce (statt mit Tastatur)
- Bildbasierte Suchmaschine (statt Wörtereingabe)
- Demand und Inventory Management
- In-Stream Data Analysis (u.a. die sozialen Medien als Verkaufskanal nutzen)
- Wearable Computing

Bereits heute schätzt der Chipmarktführer, dass mangels ausreichender Vernetzung der Wertschöpfungsverlust bei 60-70% im Einzelhandel liegt.

Geschichte der Chiprevolution

Einblick in die PC- und Chipgeschichte

Im Anschluss besuchen wir das unternehmenseigene Intel-Museum, in dem die Erfolge und Geschichte des Hightech-Riesen und Wissenswertes zu den Gründern Gordon Moore und Robert Noyce dokumentiert sind. Verfolgen Sie die Evolution der PC- und Chipgeschichte vom ersten Mikroprozessor 1971 bis zu den modernsten Chips von heute.

In Zukunft Läden ohne Personal?

Wir besuchen den Internetanbieter JD.com. Einige Daten und Fakten zum E-Commerce Gigant: Er ist nicht nur Chinas grösstes Internetunternehmen, sondern zählt mit 55,7 Mrd. Umsatz, 300 Mio. Kunden und einer Wachstumsrate von 40% p.a. (2017) zu den drei grössten Internetanbietern weltweit. 80% der gesamten Bestellungen werden über das Handy getätigt. Mehr als 90% der bestellten Ware wird am gleichen Tag oder am Folgetag der Bestellung ausgeliefert.

Kassenloses Einkaufen

Einer der führenden Köpfe von JD.com gibt uns exklusive Einblicke und führt uns durch das eigene Research Center im Silicon Valley.

Mit der Hilfe von Computer-Vision, Gesichtserkennung, RFID und intelligenter Algorithmen ermöglicht Jd.com den Einkauf ohne Kassenschlange. Kamera- und sensorgesteuerte Technologie werden mittels «Heatmaps» auch dazu genutzt, Informationen zu den Kundenströmen und Sortimentsvorlieben zu gewinnen. Die Gesichtserkennung soll in Zukunft auch individuelle, personalisierte Werbung ermöglichen. JD.com hat kürzlich bekanntgegeben, in China Hunderte von Convenience-Store zu eröffnen, die ohne Personal auskommen. Während Amazon mit seiner «Amazon Go»-Testfiliale in Seattle weiterhin experimentiert, ist JD.com bereits einen Schritt weiter. Wir bekommen eine exklusive Einführung in das Zukunftskonzept.

Omnichannel & 3D-Printing

Unsere letzte Station am heutigen Tag führt uns zu einem der Pioniere des Silicon Valley und führenden PC- und Druckerhersteller: HP. Wir werden in die faszinierende Geschichte des Silicon Valley eingeführt. Mit dem Senior Management tauschen wir uns über die technologischen Möglichkeiten und Ausstattung zukünftiger Läden aus. Wie neue Technologien auch dem Konsumenten völlig neue Möglichkeiten, auch beim Kaufprozess von Konsumartikeln und Bekleidung, ermöglichen, wird uns anhand von Praxisbeispielen erläutert. Des Weiteren diskutieren und erleben wir, wie 3D-Printing in Zukunft unsere Welt verändern wird.

Anschliessend gemeinsames Abendessen und Rückfahrt nach San Francisco (F/M/A).



4. TAG:

Förderung von Startups & Workshop

Wir beginnen den Tag mit dem Kennenlernen eines weiteren aufregenden Unternehmens: Der weltweite grösste «Accelerator», Plug&Play. Die 2006 gegründete Firma coacht sorgfältig ausgewählte Startups für einen bestimmten Zeitraum mit dem Ziel, ihnen zu einer schnelleren Entwicklung zu verhelfen. Für beide Seiten ein «Win-Win»-Konzept. Denn Plug & Play wird erfolgsabhängig über Gewinnbeteiligungen vergütet. Die Entstehungsgeschichte von Plug&Play ist faszinierend: Ein gewöhnlicher Teppichhändler, geflüchtet aus dem Iran, hatte Mitte der Nullerjahre eine brillante Idee und mit etwas Glück verwirklichte er seinen «American Dream». Heute bietet P&P weltweit jährlich über 50 Startup-Programme an. Einer der führenden Senior Executives wird uns das dynamische Unternehmen und sein Erfolgsrezept näherbringen.

Was digitale Transformation für den Einzelhandel bedeutet, erarbeiten wir zusammen mit dem Management von Plug & Play in einem exklusiven Workshop. Vielversprechende, für den Handel relevante, Technologieinnovationen und neuartige Servicemodelle werden uns von Startups im Rahmen eines «Pitch» vorgestellt.

Venture Capital und deren Finanzierungsmöglichkeiten

Am Nachmittag kommen wir mit einem Venture Capital-Spezialisten der uns exklusiv die Herangehensweise und den Ablauf einer neuen Investition erläutert und welche Erwartungen an das finanzierte Startup-Unternehmen bestehen. Die Zahlen sprechen eine klare Sprache und zeigen deutlich den Unterschied in der Start-up-Szene dies- und jenseits des Atlantiks. Die Investoren haben allein im Silicon Valley im vergangenen Jahr in fast 2.000 Deals insgesamt knapp 34 Mrd. Dollar investiert. Diese Summe repräsentiert 27% des weltweiten Venture Capital. Im Vergleich: In der DACH-Region (Deutschland, Österreich und der Schweiz) wurde im gleichen Zeitraum 3,9 Mrd. Dollar investiert.

Auf den Spuren von Steve Jobs

Auf dem Weg zu unserer nächsten Station fahren wir an der Garage von Steve Jobs vorbei, in der er mit seinem Freund und Kollegen Steve Wozniak die Anfänge des Technologie-Giganten begründete. Anschliessend besichtigen wir von aussen das neue weltbekannte, neue Headquarter von Apple im Apple Park. Das runde Hauptgebäude gehört mit einer Fläche von gut 260.000 Quadratmetern zu den grössten der Welt. Die Kosten werden auf bis zu fünf Milliarden Dollar geschätzt.

Shopper per Smartphone als neue Norm Augmented & Virtual Reality

Wir besuchen das mit 41 Mrd. weltweit grösste Netzwerk: Facebook. Ein Senior Manager zeigt uns die Veränderungen und Herausforderungen der «Mobile Disruption» für das Einkaufsverhalten auf. Wir diskutieren mit dem Senior Management, welche Konsequenzen wir für den operativen Alltag im Einzelhandel daraus ableiten können. Studien legen Handelsunternehmen in vielen Branchen nahe, sich an einer «Mobile First»-Strategie auszurichten, die sich komplett an den Bedürfnissen des Endkonsumenten ausrichtet. Facebook wird zudem aufzeigen, welche Bedeutung Video Merchandising, also der Einsatz kurzer professioneller Videos, das Kaufverhalten in Zukunft beeinflussen wird. So zeigt eine Studie von eMarketer, dass sich der Einsatz von Kurzvideos in Europa von 2017 bis 2020 nahezu verdoppeln wird. Weitere Themen des Besuchs werden der Entwicklungsstand und die konkreten Anwendungsmöglichkeiten von Virtual und Augmented Reality sein.

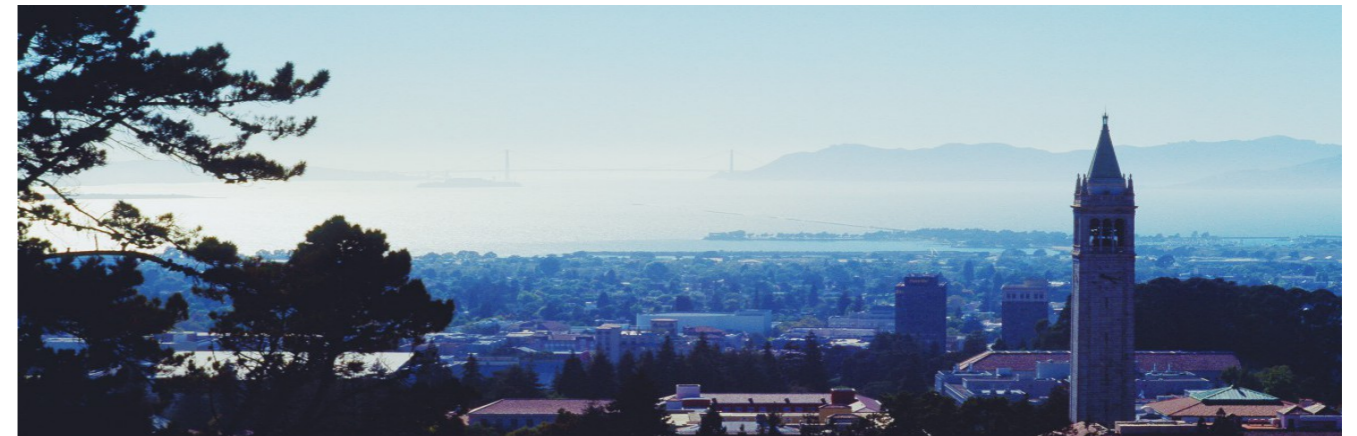
Gemeinsames Abendessen und Rückfahrt nach San Francisco (F/M/A).

5. TAG:

Unternehmensorganisation im steten Wandel

Wir besuchen eine der renommiertesten Universitäten der Welt: Berkeley, am östlichen Ufer der San Francisco Bay oder die Stanford University, die viele Gründer des Silicon Valley hervorgebracht hat und die eigentliche Urzelle der Entwicklung des Silicon Valley ist, wie wir es heute kennen (jährliches Budget beider Hochschulen: jeweils ca. 4 Mrd. USD). Wir treffen mit einer Lehrperson zusammen, die uns aufzeigt, wie Unternehmen sich dem dynamischen Umfeld anpassen müssen, um so ihre Handlungsfähigkeit und letztendlich ihre Existenz zu sichern.

Am Nachmittag geht es gemeinsam zum Flughafen (F/M)



6. TAG:

Am Donnerstag Ankunft am frühen Abend in Düsseldorf. Individuelle Heimreise.





Im Reisepreis enthalten:

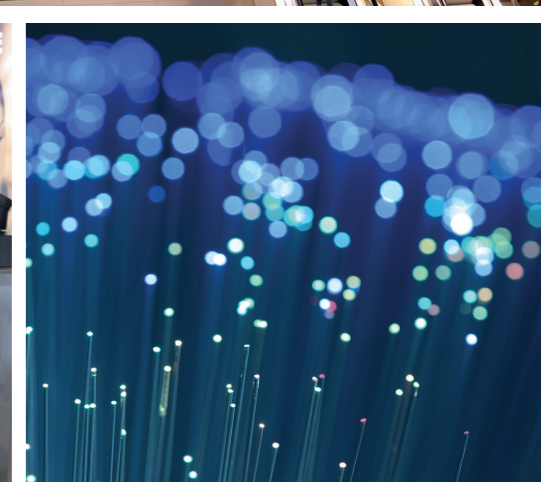
- Flüge (Economy Class) von Düsseldorf nach San Francisco und zurück
- Unterbringung im Vier-Sterne-Hotel im Zentrum von San Francisco
- Fachprogramm*, Mittag- und Abendessen (inkl. Getränkepauschale), wo aufgeführt
- Transfer in San Francisco und Silicon Valley
- Branchenübergreifendes Zielgruppenprogramm
- Fachvorträge Besichtigungen und Netzwerkmöglichkeiten gemäß Programm
- Sonderpreis (500€ Rabatt) für Mitglieder des Mittelstandsverbundes: 5.490€ (Nichtmitglieder: 5.990€)

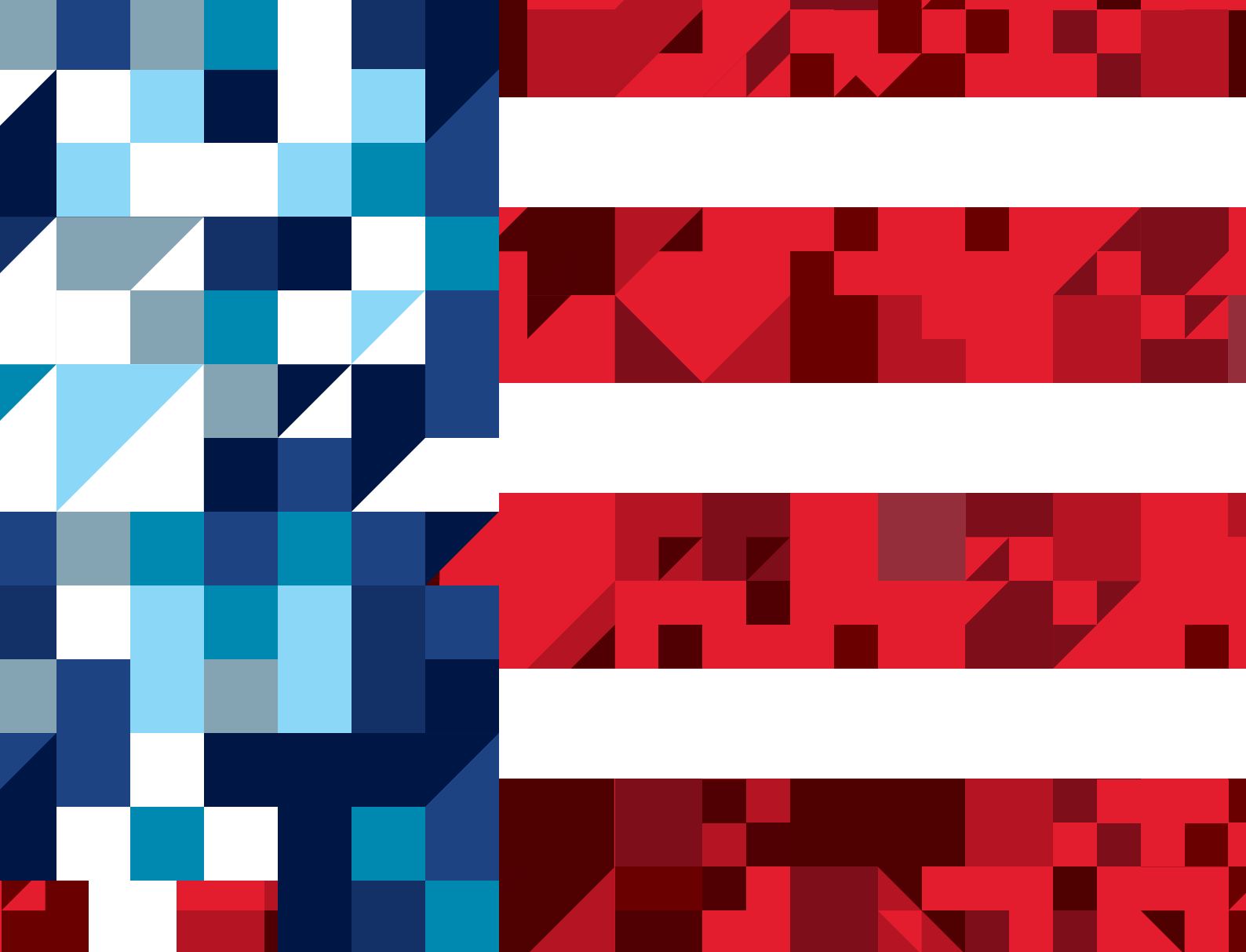
Sonstige Kosten extra. Flug und Hotel können auf Wunsch vom Kunden selbst organisiert werden. Auf Anfrage kann ein Partnerprogramm organisiert werden.

Mindestteilnehmer Fachprogramm: 15 Personen

Lassen Sie sich diese exklusive Studienreise in die weltweite Ideen- und Hightechschmiede nicht entgehen und melden Sie sich bis spätestens **30. Juni 2018** beim **MITTELSTANDSVERBUND** mit beiliegendem Formular an. Per Fax an: **030-599099-617**. Oder per Email (mit eingescanntem Anmeldeformular) an: **j.ibold@mittelstandsverbund.de**

*Änderungen vorbehalten





Retail Plus GmbH
Baarerstr. 78
CH-6300 Zug

Phone: +41 (0)41 710 13 62
office@retail-plus.org