

eine Soennecken Expo geben werde. Lediglich beim Zeitpunkt wollte man sich noch nicht endgültig festlegen und zunächst nochmals mit einigen Ausstellern sprechen. Eine der Überlegungen lautet beispielsweise, mit der Expo eventuell auf einen Herbsttermin zu wechseln um so den Messekalender im Frühjahr und Frühsummer zu entzerren. Doch sind zum gegenwärtigen Zeitpunkt keine Entscheidungen getroffen – weder in die eine noch in die andere Richtung.

Konzepte und Kontakte

Ob nun aber Frühsommer – also wie bisher im Juni – oder eher mit einem Oktober-Termin im Herbst, die wesentlich wichtigere Aussage ist diejenige, dass sich an den Grundzügen der Soennecken Expo nicht wirklich etwas zu ändern braucht. Die Tatsache, dass sich alle Aussteller in identischer Form und auf gleicher Standfläche in der Halle präsentieren, hat sich als ebenso positiv durchgesetzt wie das

durchgängige Catering für Besucher und Aussteller oder die Aufwertung der Veranstaltung durch eine Reihe von praxisnahen Workshops für den Fachhandel. Dazu kommt, dass es zwischen Besuchern und Lieferanten nicht in erster Linie um Verkaufsgespräche und Aufträge, sondern um den Informationsaustausch, das Besprechen von Konzepten und Kampagnen geht. Dies sorgte dafür, dass die Atmosphäre entspannt war. *El* ◀



Fazit:

Die Soennecken Expo 07 ist – wie die Vorjahresveranstaltung auch – von der Branche sehr gut angenommen worden. Die Stimmung war mehr als gut, das Konzept in allen Bereichen überzeugend und die Zufriedenheit unter Lieferanten wie Besuchern sehr hoch.

► **Mit Telefonieren zum Erfolg**

Beim lebendig gestalteten Seminar „Telefonmarketing“ verdeutlichte die Referentin Ellen Bader mit hilfreichen Tipps, wie Telefonmarketing gekonnt eingesetzt werden kann. Neben der Neukundengewinnung und der persönlichen Beziehung zum Kunden wurden die Aspekte Kundenbindung, Kundenaktivierung und Kundenrückgewinnung in den Fokus gestellt sowie Anregungen zu geschickten Formulierungen im Gespräch gegeben. Im Anschluss an den Vortrag tauschten sich die anwesenden Fachhändler über ihre bisherigen Erfahrungen mit dem Marketinginstrument aus.

Beim Seminar „Gesunder Kinderrücken“ von Dr. Dieter Breithecker war Bewegung angesagt. Bei seinem informativen Vortrag mit eingebauten Übungen fürs Publikum verdeutlichte er die menschliche Entwicklung und stellte dabei die Wichtigkeit der ganzheitlichen Entwicklung des Kindes durch moderate Belastung heraus. Darauf aufbauend ging er auf die Themen Schulrumpfung, die korrekte Position des Ranzens auf dem Rücken und gesunde Ernährung ein. Die kleinen Übungen verdeutlichten den Besuchern der Veranstaltung einige Bewegungsabläufe und sorgten für gute Stimmung bei den etwa 30 Workshop-Teilnehmern.

▲ **Beim Seminar „Gesunder Kinderrücken“ war Bewegung angesagt.**

► **Berliner E-Convent Expertentag**

E-Com Die Berliner Herlitz-Tochter E-Com hat erstmals vor 2 Jahren mit ihrer Veranstaltungsreihe des so genannten E-Convent Expertentages begonnen. In diesem Jahr hatte man erneut nach Falkensee eingeladen, um gemeinsam mit vier Experten sowohl zu diskutieren als auch die eigene Leistungsfähigkeit im Rahmen einer Betriebsbesichtigung unter Beweis zu stellen. Referenten waren u. a. der Business-Experte und Motivator Hermann Scherer sowie Hans Weigl, kaufmännischer Leiter des DIY-Lieferanten Heinrich Kopp GmbH, der durch das Outsourcen der Kundenbe-

treuung an E-Com seit Jahresanfang unter Beweis stellt, dass damit am POS noch erfolgreicher agiert werden kann. Gleichzeitig konnten sowohl Qualitäts- und Kostenvorteile erzielt als auch eine bessere Außendienstleistung erreicht werden. Weiterhin referierten Christian Kille, Leiter Logistics Market Intelligence vom Fraunhofer Institut, über Erfolgsfaktoren von Kontraktlogistik im Mittelstand sowie Lars Schade, Geschäftsführer des sich ausschließlich an gewerbliche Nutzer wendenden Internet-Marktplatzes Mercateo. E-Com Logistik, 100%-Tochter der Herlitz AG, bietet indivi-

duelle Lösungen entlang der Supply Chain vom Hersteller bis zum Endverbraucher. Als effiziente Schnittstelle reicht die Servicekette von der Beschaffungs-, Lager- und Distributionslogistik über Veredelungen wie Konfektionierungen, Etikettierungen, Displaybau und Blisterungen bis zum elektronisch gesteuerten Flächenmanagement am PoS mit nationalem Außendienst einschließlich Zahlungsabwicklungen (B-to-B, B-to-C) und Retouren. Seit 2003 nutzen wie Tesa, BIC, Henkel, Schwan Stabilo, Staedtler, Durable, Sanford, Avery Dennison, und Eselte E-Com-Leistungen. *El* ◀