

Presse

05. Juni 2013

Webchance

Erfolgreiches Werben und Verkaufen im Internet
Fachmesse mit Vortragsforen für den stationären Einzelhandel
Frankfurt am Main, 24. und 25. August 2013

Anne-Kathrin Findeiß
Tel. +49 69 75 75-66 61
Fax +49 69 75 75-58 83
anne.findeiss@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com

Webchance: Erste Aussteller und Referenten gewonnen

Die neue Fachmesse Webchance richtet sich branchenübergreifend an den stationären Einzelhändler, der über keine umfassende Expertise im Online-Handel und -Marketing verfügt. Parallel zur internationalen Konsumgütermesse Tendence (24. bis 27. August 2013) erhalten Einzelhändler auf der Webchance Tipps zum erfolgreichen Werben und Verkaufen im Internet.

Zu den ersten Ausstellern zählen etwa die Softwareanbieter plentymarkets GmbH sowie D & G-Software GmbH mit ihren Online-Shop-Komplettlösungen, der E-Mail-Marketing-Dienstleister XQueue sowie der Verpackungsspezialist Carl Bernh. Hoffmann GmbH & Co. KG. Die Sumo Scout GmbH präsentiert ein einzigartiges Konzept, mit dem Einzelhändler mit einem Klick ihre Artikel auf aktuell über 120 Online-Marktplätzen gleichzeitig einstellen können.

„Als Anbieter der Multi-Channel-Vertriebslösung plentymarkets ist unser Team stets brennend daran interessiert, die Stimmungen, Entwicklungen und Trends im Einzelhandel aufzuspüren und in den direkten Austausch mit Händlern zu treten. Die Webchance ist hierfür das ideale Event und bietet uns als Unternehmen die Möglichkeit, einem großen Publikum die Potenziale einer geschickten und effizienten Vertriebsstrategie mit der Verzahnung von stationärem und elektronischem Handel vorzustellen,“ so Steffen Griesel, Geschäftsführer der plentymarkets GmbH.

„Die Webchance ist die ideale Plattform, die vielfältigen Möglichkeiten von Online-Marketing aufzuzeigen. Wie bereits im Online-Handel nimmt auch die Bedeutung von Online-Marketing im stationären Einzelhandel stetig zu und ist nicht zuletzt durch die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte für den Unternehmenserfolg von wachsender Bedeutung. E-Mail-Marketing zählt zu den erfolgreichsten Online-Marketing-Instrumenten. Wir

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

Seite 2

Webchance

Frankfurt am Main, 24. und 25. August 2013

zeigen, wie einfach es ist, mit wenig Aufwand beachtliche Erfolge zu erzielen," sagt Frank Strzyzewski, Geschäftsführer der XQueue GmbH.

Praxisnahe Vorträge und Best Practice-Beispiele

Experten aus der Online-Branche vermitteln zudem in einfach verständlichen und praxisorientierten Vorträgen das erforderliche Know-how zu Websitekonzeption und -betrieb, Online-Marketing, Webshop-Gestaltung, Sicherheitsstandards und Logistikanforderungen. Zudem berichten stationäre Händler über ihre ersten Online-Aktivitäten, den Einstieg ins Internet-Geschäft und über ihren Weg zum Multichannel-Anbieter.

Zu den Referenten zählt etwa die Inhaberin von DerGugl, Chalwa Heigl. Sie wurde 2012 mit dem Gründerpreis der Financial Times Deutschland für die innovativste Geschäftsidee ausgezeichnet: eine Kuchenpraline in Form eines Mini-Guglhupfes. Die Münchner Manufaktur-Inhaberin berichtet über ihre ersten Schritte beim Homepage-Aufbau und welche Verkaufskanäle sie nutzt. Darüber hinaus erklärt Heigl, welche Vorbereitung ein Online-Shop benötigt und ab wann man tatsächlich Geld damit verdient.

„Mit meinem Online-Angebot erwirtschaftete ich mittlerweile etwa 25 Prozent meines Gesamtumsatzes. Tendenz steigend. Demnach kann ich Einzelhändlern branchenübergreifend nur empfehlen, sich mit den Möglichkeiten des Internets vertraut zu machen. Die Webchance erscheint mir dafür die richtige Plattform, denn hier können sich Einzelhändler untereinander austauschen und zugleich Handlungsempfehlungen von Experten erhalten", so Chalwa Heigl, DerGugl-Geschäftsführerin.

Weitere Praxiseinblicke erhält der Webchance-Besucher beispielsweise von Dr. Joachim Stoll, Geschäftsführer des Familienunternehmens Leder-Stoll aus Frankfurt. Parallel zum Ladengeschäft hat er im Jahr 1998 den Onlineshop Koffer24.de

Seite 3

Webchance

Frankfurt am Main, 24. und 25. August 2013

eröffnet und erzählt im Vortragsforum der Webchance, wie sich die besten Eigenschaften aus On- und Offlinehandel verbinden lassen.

„Die derzeit größte Herausforderung des stationären Einzelhandels ist der Boom im Online-Handel. Dieses Thema geht jeden Einzelhändler an, weswegen ich die Idee der Webchance begrüße, eine Veranstaltung für all jene anzubieten, die sich Basiswissen aneignen wollen. Und wenn ich als Frankfurter Einzelhändler da Erfahrungen beisteuern kann, mach ich das gern. Schliesslich haben wir ja seit 1998 Erfahrung mit unserem Online-Shop Koffer24.de“, so Dr. Joachim Stoll, Inhaber von Leder-Stoll.

Weitere Informationen im Blog Connected der Messe Frankfurt zur Digitalisierung des Geschäftslebens unter <http://connected.messefrankfurt.com>.

Hinweis für Journalisten:

Bildmaterial zu den Ausstellern und Referenten in druckfähiger Qualität finden Sie unter:

www.webchance.messefrankfurt.com/journalisten

Hintergrundinformation Webchance

Die Webchance ist eine Fachmesse mit Vortragsforen für erfolgreiches Werben und Verkaufen im Internet. Die Veranstaltung richtet sich an kleine und mittlere stationäre Einzelhändler. Fachbesucher erhalten eine Einführung in die Themen Websitekonzeption und -betrieb, Online-Marketing, Webshop-Gestaltung, Sicherheitsstandards und Logistikanforderungen. Die Webchance findet am 24. und 25. August 2013 parallel zur internationalen Konsumgütermesse Tendence (24. bis 27. August 2013) statt.

Weitere Informationen: www.webchance.messefrankfurt.com

Hintergrundinformationen Tendence

Die Tendence ist die Leitmesse der Konsumgüterbranche in der zweiten Jahreshälfte rund ums Wohnen und Schenken. Vom 24. bis 27. August 2013 präsentieren namhafte Marken und internationale Key Player sich und ihre Produktneuheiten in den Bereichen

Seite 4

Webchance
Frankfurt am Main, 24. und 25. August 2013

Giving und Living. Zeitnah zur Herbst-, Winter- und Weihnachtssaison können die Einkäufer gezielt und kurzfristig ordern.

Weitere Informationen: www.tendence.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit 538* Millionen Euro Umsatz und weltweit 1.891* Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Die Unternehmensgruppe besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften und rund 50 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen „made by Messe Frankfurt“ statt. Im Jahr 2012 organisierte die Messe Frankfurt 109* Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland.

Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*Vorläufige Zahlen (2012).