

DEUTSCHER MODEHANDELS-KONGRESS 2009 am 4./5. November 2009 im Maritim Hotel Düsseldorf

AGENDA 2010 – WAS IST ZU TUN

Abendveranstaltung am 4. November 2009

18:30 Uhr Empfang

19:30 Uhr Wie geht es mit der Wirtschaftspolitik in Berlin weiter?

Das Wahlergebnis am 27.09.09 war für viele eine Überraschung - viele hatten schon den Glauben an eine bürgerliche Mehrheit aufgegeben. Wieso ist gerade der letzte Wahlkampf so inhaltsleer geführt worden und warum haben ihn CDU und FDP letztlich gewonnen? Warum sprechen die ehemals großen Parteien - CDU/CSU und SPD - nicht klar und deutlich über die Probleme und Herausforderungen unserer Zeit: Arbeitslosigkeit, Gesundheitswesen, Rentensystem, Demographie, Bildung/Ausbildung, Soziale Frage, Globalisierung? Die Hauptfrage aber wird sein: Hat die neue bürgerliche Koalition die Kraft, gegen den "linken Block" (Gysi) die notwendigen Reformen durchzusetzen?"

Roland Tichy, Chefredakteur WirtschaftsWoche, Düsseldorf

21:00 Uhr Abend der Kommunikation

Kongress am 5. November 2009

9:30 Uhr Begrüßung

9:40 Uhr Ausblick 2010: So wird das neue Jahr. Eine Studie von TextilWirtschaft und BTE

Wie läuft das Geschäft 2009? Wie sind die Erwartungen für 2010? Wie entwickelt sich das Konsumklima? Mit welchen Umsätzen und Erträgen ist zu rechnen? Welche unternehmerischen Maßnahmen haben für 2010 Priorität? Mit diesen und allen anderen zentralen Fragen beschäftigt sich eine groß angelegte Studie von TextilWirtschaft und BTE, die erstmals und exklusiv präsentiert wird. In zwei Talkrunden werden die Ergebnisse von Unternehmern und Topmanagern aus Handel und Industrie diskutiert.

10:15 Uhr Ausblick 2010: Chancen und Herausforderungen für den Handel.

Talkrunde mit:

Arndt Brockmann, Zara Deutschland, Hamburg
Frank Rheinboldt, AppelrathCüpper, Köln
Dr. Daniel Terberger, Katag, Bielefeld
Christoph von Guionneau, Ludwig Görzt, Hamburg

Moderation: Jürgen Müller, TextilWirtschaft

11:00 Uhr **Kaffee und Kontakte**

11:30 Uhr Die Mittelschicht in der Wirtschaftskrise: Lastesel oder Zugpferd?

Der Mittelschicht fehlt es erkennbar an Dynamik: Sie nimmt zahlenmäßig leicht ab, und ihre Einkommen wachsen seit Langem nur unterdurchschnittlich. Aller Voraussicht nach wird sie --- und muss sie --- nun auch die Hauptlast tragen, wenn es darum geht, die Wirtschaftskrise zu bewältigen. Die Mittelschicht darf trotz und gerade wegen der Krise daher nicht zum Lastesel abgestempelt werden, sondern sie muss in ihrer Rolle als Zugpferd gestärkt werden, wenn die Politik von ihren Wahlversprechungen zum Tagesgeschäft für die neue Legislaturperiode übergeht.

Prof. Dr. Martin Werding, Lehrstuhl für Sozialpolitik, Ruhr-Universität Bochum, Bochum

DEUTSCHER MODEHANDELS-KONGRESS 2009
am 4./5. November 2009 im Maritim Hotel Düsseldorf

AGENDA 2010 – WAS IST ZU TUN

12:15 Uhr **Ausblick 2010: Chancen und Herausforderungen für die Industrie.**

Talkrunde mit:

Dr. Stella Ahlers, Ahlers, Herford
Mark Bezner, Olymp, Bietigheim
Andreas Baumgärtner, Marc O'Polo International, Stephanskirchen
Thorsten Link, Diesel Deutschland, Düsseldorf

Moderation: Michael Werner, TextilWirtschaft

13:00 Uhr **Werte glaubwürdig leben!**

Wie schafft man es , Mitarbeiter und Kunden zu Fans zu machen.

Als Familienunternehmen mit 16 Stores in den Tourismuszentren Zell am See, Kaprun, Mayrhofen und Ischgl ist die emotionale Kundenansprache der Schlüssel zum Erfolg. Neben Architektur, Design und Shopaura investiert Bründl in eine nachhaltige Mitarbeiterentwicklung.

Christoph Bründl, Geschäftsführer, Sport Bründl, Kaprun/Österreich

13:30 Uhr **Lunch**

15:00 Uhr **Everywear**

Straße macht Mode - Ergebnisse des Fotoprojekts von DMI / CBR

Die Looks haben sich in den letzten 10 Jahren total verändert!

Was können 5000 Straßenfotos aus Berlin, London, Köln und Bielefeld über Ursachen und Richtung der Veränderung erzählen? 2009 wurde die modeaffinste Gruppe der 20 bis 35-Jährigen fotografiert und ihre Zeichen und Codes analysiert. Sechs aufschlussreiche Thesen fassen die Ergebnisse zusammen.

Elke Giese, Modische Leiterin DMI, Köln

15:45 Uhr **Hugo Boss 2010**

CEO Claus-Dietrich Lahrs über die Produkt-, Vertriebs- und Marketingstrategie eines international operierenden Fashion-Unternehmens.

Claus-Dietrich Lahrs, Vorstandsvorsitzender Hugo Boss, Metzingen

16:30 Uhr **Kongress-Ende**