

Moderation

Rodney Fitch,
Fitch Design London,
UK

Speakers Referenten

Dieter Blocher
Blocher & Blocher Architects,
Stuttgart, Germany

Michael Cape
Vice President Brand Marketing,
JC Penney Corp. Inc., Plano, TX, USA

James Damian
Senior Vice President Development Group,
Best Buy Inc., Eden Prairie, MN, USA

Brian Dyches
Institute of Store Planners (ISP), Principal, Atmospheric
Group, Laguna Niguel, CA, USA

Jerry Gelsomino
Fellow of the ISP (FISP), Principal, Próspect,
Santa Monica, CA, USA

Jost Hering
ECE Projektmanagement Architektur,
Hamburg, Germany

Valerie Lloyd
Managing Director, Design Ministry,
London, United Kingdom

David Milne
Director of Design & Construction, Limited Brands,
Columbus, OH, USA

Damian Morris
President, Galeria Centrum Department Store Group, Warsaw,
Poland

Kai Piippo
Managing/Design Principal, Ljusarkitektur P&Ö AB, Stockholm,
Sweden, Director of International Development, European Lighting
Designers Association (ELDA+)

Olivier Saguez
Saguez & Partners Architects,
Paris, France

Gisela Simon
ECE Projektmanagement Architektur,
Hamburg, Germany

RoxAnna Sway
Editor DDI Magazine,
Roswell, GA, USA

Amitabh Taneja
Director International Council of Shopping Centres (ICSC) India,
Images Group, New Dehli, India

EuroHandelsinstitut e. V. (EHI) is a research and development institution supported by leading wholesale and retail associations, as well as co-operative groups and retail companies. EHI numbers some 500 members across Europe. As a subsidiary of EHI, EHI-EuroHandelsinstitut GmbH is responsible for all commercial activities (commissioned research, consultancy, preparing experts' reports, publications, trade fairs, further education and training). EHI GmbH can look back on a 50-year experience with the preparation and realisation of specialist seminars, conferences and congresses.

Das **EuroHandelsinstitut e. V. (EHI)** ist eine von Spitzenverbänden des Groß- und Einzelhandels sowie von Verbundgruppen und Unternehmen des Handels getragene Forschungs- und Bildungseinrichtung. Europaweit zählt das EHI rund 500 Mitglieder. Als Tochterunternehmen des EHI ist die EHI-EuroHandelsinstitut GmbH für alle kommerziellen Aktivitäten (Auftragsforschung, Beratung, Erstellung von Gutachten, Publikationen, Messen, Weiterbildung und Training) verantwortlich. Die EHI GmbH kann auf eine 50-jährige Erfahrung bei der Vorbereitung und Durchführung von Seminaren, Fachtagungen und Fachkongressen zurückblicken.

Organisational Details

Organisatorische Hinweise

Organisation / Durchführung:
EHI-EuroHandelsinstitut GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Cologne / Köln
Telephone: +49 (0) 221 579 93 48/54,
Fax: +49 (0) 221 579 93 45/46
seminare@ehi.org, www.ehi.org

Date / Termin:
19.02.2005, 12:30 – 6 p. m. / 12:30 – 18:00 Uhr
from 6 p. m.: reception with food and drinks / ab 18:00 Uhr: Empfang

Conference languages / Konferenzsprachen:
English/German (simultaneous translation) / englisch/deutsch (simultan)

Venue / Tagungsort:
CCD. Congress Centre Düsseldorf (South / Süd)
(exhibition grounds/Messegelände)

Participation fees / Veranstaltungsgebühren:
€ 250,- (plus VAT) including refreshments and coffee-breaks as well as participation in the subsequent reception with food and drinks
€ 250,- (zzgl. MwSt) inkl. Erfrischungsgetränke und Kaffeepausen sowie Teilnahme am anschließenden Empfang

Cancellations must be notified 14 days before the event (administrative charges: € 50,- plus VAT). In case of a later cancellation up to a week prior to the event, half the fee, afterwards and in case of non-appearance the full fee will be charged. Replacement participants may be designated. Payment of the participation fee must be made before the beginning of the event. Information about payment conditions can be obtained at the time of enrolment.

Absagen müssen spätestens 14 Tage vor Beginn der Veranstaltung eingehen (Bearbeitungsgebühr: € 50,- zzgl. MwSt). Im Fall einer verspäteten Absage bis zu einer Woche vor Beginn wird die halbe, danach und bei Nichterscheinen die volle Gebühr berechnet. Ersatzteilnehmer können benannt werden. Zahlung der Teilnahmegebühren vor Beginn der Veranstaltung. Informationen über die Zahlungsmodalitäten erhalten Sie bei der Anmeldung.

Registration / Anmeldung:
AVANTEL GmbH (conference office)
www.avantel.de/euroshop2005

Accommodation / Unterbringung:
A limited number of single rooms are available to the participants. Because of the trade fair which takes place at the same time, early reservation is advisable.

Für die Teilnehmer steht ein begrenztes Einzelzimmerkontingent zur Verfügung. Aufgrund der gleichzeitig stattfindenden Messe bitten wir um frühzeitige Reservierung.

Reservations / Reservierungen:
Horst Bauer, AVANTEL Hotel Reservierung GmbH, Aachen,
e-mail: h.bauer@avantel.de, Tel.: +49 (0) 241/94 66 2-821

Organising staff / Organisation:
Ulrich Spaan (content / Inhalte)
Horst Rüter (organisation / Durchführung)
Félicia Montrop-Hippolyte (information / Informationen)

- Subject to programme alterations - Änderungen im Programm vorbehalten -

EuroShop



EHI-Conference

Architects' & Designers' Conference / Architekten & Designer Tag

Highlights:

Revitalising of Building Structures / Revitalisierung von Gebäudestrukturen

Innovative Shopping Center Architecture / Innovative Shopping-Center-Architektur

„Re-Inventing the Store: JC Penney, Best Buy, Limited Brands“

Store Design in Emerging Markets: Eastern Europe and India / Store Design in neuen Märkten: Osteuropa und Indien

New Lighting Trends for Retail Spaces

supported by

stores+shops

EHI
Retail Network

19th February 2005
CCD Süd, Düsseldorf

Moderation: **Rodney Fitch, Fitch Design London, UK**

12:30 pm Welcome / Begrüßung

12:45 pm Design isn't only here to make things look nice
Design is not just about the visual concept – it is also about efficiency and the commercial power to attract new customers. This is also the philosophy of Olivier Saguez, one of today's most renowned French architects and creator of outstanding concepts such as Lafayette Maison, Lafayette V.O. and the Wanadoo Stores.

Design steht nicht allein für das Äußere, das visuelle Konzept, Design steht ebenso für die Fähigkeit und die wirtschaftliche Stärke, neue Kunden anzuziehen und zu gewinnen. Dies ist auch die Philosophie von Olivier Saguez, einem der gegenwärtig renommiertesten französischen Architekten und Schöpfer herausragender Konzepte wie Lafayette Maison, Lafayette V.O. und Wanadoo Stores.

Olivier Saguez, Saguez & Partners Architects, France

**1:30 pm Revitalizing of building structures
Neue Chancen mit optimierter Gebäude-Architektur**

The revitalizing of old building structures opens up extremely attractive opportunities for modern shop architecture. For many years Dieter Blocher has specialised in revitalizing concepts and demonstrates market potential and synergies which emerge from the successful implementation of such architectural strategies.

Die Wiederbelebung alter Gebäudestrukturen eröffnet der modernen Handelsarchitektur überaus attraktive Möglichkeiten der Gestaltung. Seit einigen Jahren schon hat sich Dieter Blocher auf diese Revitalisierungskonzepte spezialisiert und belegt eindrucksvoll, wie sich durch die erfolgreiche Implementierung dieses architektonischen Ansatzes Marktpotenzial und Synergien erschließen lassen.

Dieter Blocher, Blocher & Blocher Architects, Germany

2:00 pm Coffee break / Kaffeepause

**2:30 pm From Zero to Hero –
Creating new brands for emerging markets**

In up-and-coming new markets such as Poland, creating a new brand identity is a huge challenge. Working together with Design Ministry from London,

Poland's leading department store, Galeria Centrum, has managed to achieve a distinctive identity for its own fashion brands.

In aufstrebenden neuen Märkten wie Polen ist das Schaffen einer neuen Markenidentität eine große Herausforderung. Zusammen mit Design Ministry aus London hat die führende polnische Warenhauskette Galeria Centrum in kurzer Zeit den eigenen Fashion Brands zu einer unverwechselbaren Identität verholfen.

Valerie Lloyd, Design Ministry, UK

Damian Morris, Galeria Centrum Department Store Group, Poland

3:15 pm Can shopping center architecture really be innovative?

Innovative Shopping-Center-Architektur – die Quadratur des Kreises?

ECE designs and runs shopping centres throughout Europe. But what design do you use in order to satisfy customer requirements? How do you achieve a balance between an ambitious and pleasant shopping atmosphere and a shopping centre which is profitable? The ECE architects give practical examples including Galeria Łódzka (Poland) and Nova Eventis Leipzig (Germany).

ECE entwickelt und betreibt Shopping-Center in ganz Europa. Doch mit welcher Architektur trifft man heute die Wünsche des Kunden? Wie lässt sich eine anspruchsvolle und angenehme Shopping-Atmosphäre kreieren und gleichzeitig rentabel ein Shopping-Center betreiben? Die Architekten der ECE zeigen dies an Praxisbeispielen wie der Galeria Łódzka (Polen) oder dem Nova Eventis Leipzig (Deutschland).

Gisela Simon, ECE Projektmanagement Architektur, Germany

Jost Hering, ECE Projektmanagement Architektur, Germany

4:00 pm Coffee break / Kaffeepause

**4:15 pm Re-inventing the store
(Panel discussion/Podiumsdiskussion)**

Traditional, prominent retail brands often need to re-invent themselves in today's marketplace as past success no longer assures success in the future. Stores must change along with their customers and with the evolving marketplace to remain successful.

Learn from three of the most famous American retail brands how they have succeeded in re-inventing themselves.

Traditionelle, prominente Einzelhandelsmarken müssen sich in den Märkten von heute immer wieder neu erfinden, denn eine erfolgreiche Vergangenheit garantiert nicht länger auch Erfolg in der Zukunft. Geschäfte müssen sich mit ihren Kunden und der Entwicklung der Märkte verändern. Lernen Sie von drei der bekanntesten amerikanischen Handelsmarken, wie es ihnen gelungen ist, sich stets neu zu positionieren.

participants in the discussion / es diskutieren:

James Damian, Best Buy Inc. USA

Michael Cape, JC Penney Corp. Inc., USA

David Milne, Limited Brands, USA

Moderation:

RoxAnna Sway, Editor DDI Magazine, USA

5:15 pm BREAK-OUT SESSIONS

The following sessions will be in English, without translation / nur in Englisch

SESSION 1 The evolution of the branding process in retail

Successful branding requires much more than a brilliant new logo or snappy tagline. Smart retailers are learning to 'live' their brand in a way that entices and services customers. In the United States, this form of retail branding is occurring at an intense pace. During this session, you'll hear what consumers are responding to and what patterns are being tracked for indications of future trends in shopping behaviour.

Erfolgreiches Branding erfordert weitaus mehr als ein schickes neues Logo oder einen flotten Werbespruch. Clevere Händler lernen daher frühzeitig, ihre Marke in einer Weise zu "leben", die die Kunden und ihre Wünsche mit einschließt. In den USA ist diese Form des "Retail Branding" stark im Kommen. In dieser Session hören Sie, wovon sich Kunden derzeit angesprochen fühlen und welche Verhaltensmuster Markenexperten als Anzeichen für zukünftige Trends im Verbraucherverhalten ausfindig gemacht haben.

Brian Dyches, Institute of Store Planners (ISP), Atmospheric Group, USA

Jerry Gelsomino, Fellow of the ISP (FISP), Próspect, USA

SESSION 2 The development of retail and store design trends in India

India is today one of the world's fastest growing markets and is today a country with lots of opportunities and many examples of innovative, outstanding store design. Amitabh Taneja, one of India's leading retail experts, will give the audience a lively impression of the status quo and the perspectives in India's retail landscape.

Indien ist heute einer der am schnellsten wachsenden Märkte der Welt und präsentiert sich heute als ein Land mit vielfältigen Möglichkeiten für den Handel und zahlreichen Beispielen für innovatives, herausragendes Ladendesign. Amitabh Taneja, einer der führenden Handelsexperten Indiens, wird dem Auditorium einen lebhaften Eindruck der aktuellen indischen Handelslandschaft und ihrer Zukunftsperspektiven vermitteln.

Amitabh Taneja, Director International Council of Shopping Centres (ICSC) India, Images Group, India

SESSION 3 New trends in lighting for commercial spaces

The use of good lighting design in commercial spaces is crucial in today's competitive world. Many retailers have undervalued the potential of light in their stores to create atmosphere and to improve sales. Kai Piippo, the leading lighting designer in Scandinavia, will discuss how lighting today can be a part of the visual identity and how it can strengthen brand identity.

Der richtige Einsatz der Beleuchtung von Handelsflächen ist heute ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Viele Händler haben bislang die Möglichkeiten, durch den Einsatz von Licht Atmosphäre zu schaffen und Umsätze zu steigern, unterschätzt. Kai Piippo, führender Licht-Designer in Skandinavien, wird erläutern, wie Licht heute zu einem wesentlichen Teil des optischen Erscheinungsbildes eines Geschäfts werden und so die Markenidentität stärken kann.

Kai Piippo, Ljusarkitektur P&Ö AB, Sweden

6.00 pm Reception with food and drinks / Empfang