



PRESSE-INFORMATION

Wiesbaden, 9. November 2009 / pmf 1709

ZZF-Fachhandelsforum 2010:

Mit Profil und Kommunikation zum Erfolg

ZZF veranstaltet Fachkongress zu den Themen Marketing und Aquaristik / Zoofachhandel muss zur Marke werden / So viel Werbung muss sein / Feldstudie zu Tierthemen in den Medien / Podiumsdiskussion: Aquaristik in der Krise?!

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist die richtige Geschäftsstrategie eine Frage des Überlebens. Nur eine gute Positionierung und durchdachte Markenstrategie führen zum Markterfolg. Der Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe e.V. (ZZF) widmet sich diesem Thema auf seinem nächsten Fachhandelsforum „**In guten wie in schlechten Zeiten: Mit Profil und Kommunikation zum Erfolg**“. Der Kongress findet vom 23. bis 24. Februar 2010 im Seminaris Kongresspark Bad Honnef statt und ist die ideale Begegnungsplattform für Zoofachhandel und Industrie.

Zoofachhandel muss zur Marke werden

Das ZZF-Fachhandelsforum startet mit zwei Vorträgen von Marketingexperten: Michael Brandtner, renommierter Markenstratege und Associate of Ries & Ries sowie Michael Krebs, Inhaber der Werbeagentur und Unternehmensberatung Finest Concept & AD, werden über die Profilierung des Fachhandels, die richtige Geschäftsstrategie referieren und darlegen, wie der Zoofachhandel zur Marke wird, indem er sich vom Wettbewerb differenziert. Wie eine erfolgreiche Profilierung in der Praxis aussehen kann, berichten anschließend zwei Zoofachhändler, unter anderem Stephan Hoose, Inhaber des Tierfachmarktes Hoose & Stab GmbH in Hanau (ZOOMA). Heiko Blessin, Marketingleiter und Leiter der Forschungsexpeditionen des Aquaristik-Unternehmens JBL, verfolgt in seinem Referat die Frage, wie Handel und Hersteller in Krisenzeiten Seite an Seite erfolgreich agieren können.

So viel Werbung muss sein

Zur Umsetzung der eigenen Markenstrategie gehört auch die zielgruppenorientierte Kommunikation: Doch wie viel Werbung und PR braucht der Zoofachhandel, insbesondere in wirtschaftlich schwierigen Zeiten? Die Referenten des zweiten Veranstaltungstages präsentieren Ideen und Tipps für die Vermittlung der eigenen Botschaft mittels Werbung, Pressearbeit und Direktmarketing.

Für Kommunikationsverantwortliche der Heimtierbranche wird in diesem Zusammenhang der Vortrag von Dr. phil. Gregor Daschmann, Professor für Publizistik an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, interessant: Gregor Daschmann wird aufzeigen, wie Tierthemen in den Medien dargestellt werden und welche Konsequenzen das für das Image des Zoofachhandels beziehungsweise für die Pressearbeit der Heimtierbranche hat. Seine Ausführungen basieren auf einer Feldstudie, die der ZZF in Auftrag gegeben hat und erstmals auf dem Fachhandelsforum vorgestellt wird.

Podiumsdiskussion: Aquaristik in der Krise?!

In Einzelbeiträgen und in einer Diskussionsrunde erörtern Vertreter aus Handel, Industrie, Zierfischgroßhandel sowie Dr. Stefan K. Hetz, Präsident des Verbands Deutscher Vereine für Aquarien- und Terrarienkunde (VDA), warum die Umsätze in diesem Segment seit einiger Zeit zurück gehen, welche Fehler gemacht werden und wie neue Aquarianer gewonnen und gehalten werden können.

Weitere Infos und Anmeldeformulare gibt es unter www.zzf.de. ZZF-Mitglieder zahlen einen Vorzugstarif.

Pressekontakt:

Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe e.V. (ZZF):

Antje Schreiber

Mainzer Str. 10, 65185 Wiesbaden

Tel. 0611 447553-14

schreiber@zzf.de

www.zzf.de