

## Pressemitteilung

Datum  
18. Mai 2009

Pressekontakt:  
Cornelia Lichtner

Durchwahl  
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270  
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

E-Mail  
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

# „GfK Retail & Real Estate Konferenz“ – positiv-kämpferische Stimmung angesichts neuer Perspektiven auf regionale Zukunftsmärkte Europas

**Am 14. und 15. Mai versammelte sich in Hamburg das „Who is Who“ der Einzelhandels- und Immobilienbranche zur Branchen-Fachkonferenz von GfK GeoMarketing. Das Leitthema war: „Zukunft des Einzelhandels in Europa“.**

Rund 300 Teilnehmer und Referenten diskutierten vergangenen Freitag, den 15. Mai 2009, in Hamburg über die Zukunft des Einzelhandels und der Immobilienbranche in Europa. Auf der „GfK Retail & Real Estate Konferenz - prisma 2009“ von GfK GeoMarketing ging es um Themen wie „Handel und Konsum in Europa 2009“, „Die Zukunft der Stadt“ oder „Konsumperspektiven in Europa“. Die Teilnehmer – hochrangige Vertreter der Einzelhandels- und Immobilienbranchen – hörten Experteneinschätzungen über die Entwicklung der Branche und diskutierten gemeinsam die Zukunftsperspektiven im Krisenjahr und darüber hinaus.

Den Auftakt zur „GfK Retail & Real Estate Konferenz“ begingen die Besucher mit einem Branchentreff im Rahmen einer gemeinsamen Hamburger Hafenrundfahrt am Abend des 14. Mai. In der entspannten Atmosphäre ergaben sich spontan schon viele angeregte Fachgespräche zwischen den Teilnehmern, Referenten und Gastgeber. Diese setzten sich auf der Fachkonferenz am 15. Mai fort und erhielten durch Fachvorträge und Diskussionsrunden mit Branchenexperten neue und vertiefende Impulse.

In mehreren Diskussionspanels wurden Themen wie „Handel und Betriebsformen im Umbruch“, „Zukunft der Stadt“, und „Strategien für die Zukunft – Handel, Entwickler und Investoren“ erörtert. An den Diskussionspodien nahmen hochrangige Vertreter von internationalen Branchenplayern wie Metro, Rewe, Kaufhof, der Projektentwickler mfi und ECE und des Investors GPT Halverton (UK/Australien) teil. Ebenfalls vertreten waren Best Practice-Lieferanten von öffentlicher Seite wie der Oberbürgermeister der Stadt Erlangen – Dr. Siegfried Balleis, Dr. Gerd Kühn vom deutschen Institut für Urbanistik sowie Andreas Reidl von der Agentur für Generationenmarketing. Gemeinsam

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de  
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100  
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:  
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53  
D-22085 Hamburg  
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0  
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

Standort Nürnberg:  
Nordwestring 101  
D-90419 Nürnberg  
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509  
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:  
Olaf Petersen  
Wolfram Scholz  
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

zeichneten sie ein hochspannendes Bild der derzeitigen Branchen-Situation und der künftigen Herausforderungen.

Trotz nachdenklicher Töne angesichts der allseits zu spürenden Krise überwog eine vorsichtig optimistisch-kämpferische Stimmung. Branchenexperten wie -teilnehmer stimmten überein, dass es künftig Ziel und Erfolgsstrategie der Branche sein müsse, nachhaltiger und in Hinblick auf die tatsächlichen Potenziale der jeweiligen regionalen Märkte zu planen.

Wie diese in Hinblick auf die europaweiten ökonomischen Fakten und die soziodemografischen Entwicklungen der Konsumenten in den kommenden Jahren aussehen werden, erfuhren die Teilnehmer in Vorträgen der GfK-Referenten Olaf Petersen und Simone Baecker-Neuchl.

Dr. Eberhard Stegner, Sprecher des Management Boards von GfK GeoMarketing, zieht ein positives Resümee der Veranstaltung: „Mit dem Konferenzthema „Zukunft des Einzelhandels“ haben wir im Krisenjahr die Besucher offensichtlich direkt ins Mark getroffen. Die lebhaften Fragerunden zwischen den Teilnehmern und unseren Expertenpanels sprechen für sich. Wir danken den Teilnehmern, Referenten und Diskussionsrunden-Experten herzlich für ihr Kommen und für die anregenden, erkenntnisreichen und leidenschaftlichen Diskussionen. Wir hoffen, dass unsere Gäste die Konferenz so erkenntnisreich und inspirierend empfunden haben wie wir selbst und dass sie daraus viel Nutzen für die Herausforderungen der kommenden Monate ziehen können!“

#### **Zur „GfK Retail & Real Estate Konferenz“**

Die GfK Fachkonferenz für die Handels- und Immobilienbranche versteht sich als ein themen- und inhaltsorientierter Branchentreff, in dem Branchenentscheider exklusive Forschungsergebnisse und Experteneinschätzungen zu einem aktuellen Thema erhalten sowie ein Forum haben, um Erfahrungen und Wissen auszutauschen und sich untereinander zu vernetzen.





Die von GfK GeoMarketing organisierte Konferenz steht in der 30-jährigen Tradition des Bereichs Standortforschung der GfK. Sie findet im 3-Jahres-Turnus statt und feierte in diesem Jahr ihr 10. Jubiläum. Die nächste Konferenz wird im Mai 2012 stattfinden.

### **Fachvorträge und Fotoimpressionen**

Die Fachvorträge „Handel und Konsum im Europa des Jahres 2009“ von Olaf Petersen und „Konsumperspektiven in Europa“ von Simone Baecker-Neuchl sowie fotografische Eindrücke der Veranstaltung erhalten Sie bei Cornelia Lichtner, Public Relations GfK GeoMarketing: +49 (0)7251/9295 270 oder [c.lichtner@gfk-geomarketing.com](mailto:c.lichtner@gfk-geomarketing.com).

### **Zu GfK GeoMarketing**

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Anwender und Kunden aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

-  Beratung und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph

GfK GeoMarketing ist im Geschäftsbereich Real Estate Consulting einer der führenden Anbieter für wirtschaftlich unabhängige Beratungsleistungen zu Immobilien und Standorten. GfK GeoMarketing erstellt Studien und Gutachten für Kunden aus den Bereichen Handel, Kommunen, Investoren und Banken sowie Projektentwickler.

Das Unternehmen ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.