

WORKLAB | 19. MÄRZ 2014 | BETAHAUS BERLIN

# MASS CUSTOMIZATION

**MASSENWARE WAR GESTERN –  
INDIVIDUALISIERUNG IST TRUMPF!**

## DIE THEMEN

**Mass Customization par excellence – Von der Massenfertigung zur Produktindividualisierung**

- Erfolgsfaktoren für die individuelle Kundenansprache
- Technologieinnovationen als Treiber der Mass Customization
- Anforderungen an Marketing, Vertrieb, Produktion und Einkauf
- Herausforderungen und Hürden
- Learnings und Handlungsempfehlungen von Deutschlands Vorreitern und MC-Experten

**Kunden binden – Preis und Absatzzahlen steigern – Markenbildung erhöhen**

Limitiert  
auf 30  
Teilnehmer!



**inspirato**  
KONFERENZEN

**INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.**

**SPECIAL:**  
Mit geführter Vor-Ort Besichtigung der Produktion  
von chocri und Umsetzung des Projektes  
[www.meinecoke.de](http://www.meinecoke.de)

## FACETTENREICH DAS THEMA

Personalisierte Produkte sind im Trend und gehören für die Generation Y längst zum Standard. Nahezu jeder Artikel, der online bestellbar ist, kann selbst nach persönlichen Vorlieben konfiguriert werden, was Preis und Kaufbereitschaft steigen lässt.

Große Markenartikel, zu Beginn Sportartikelhersteller wie Adidas und NIKE, haben das Bedürfnis beim Konsumenten nach Individualität schon vor Jahren entdeckt. Mittlerweile bieten dank niedriger Einstiegshürden auch immer mehr Start-ups individualisierte Produkte im Netz an und richten ihre Customization-Strategie von Anfang an auf das Produktionskonzept aus. Allein im Kleidungs-bereich wird zukünftig laut Delphi-Studie ein Mass Customization-Anteil von bis zu 30% erwartet.

Deutschland zählt mit mehr als 400 Anbietern personalisierter Produkte weltweit zu den Vorreitern. Von den langjährigen Erfolgsgeschichten einiger unserer Referenten, die zum Teil bereits Nachahmer in den USA gefunden haben, können nun auch Sie profitieren!

Auf welche Geschäftsmodelle ist Mass Customization übertragbar? Wie baut man dieses Zusatzgeschäft sinnvoll auf? Und lohnt sich Mass Customization auch für etablierte Unternehmen?

Nutzen auch Sie den Trend Mass Customization, der zukünftig vor allem vom Tablet-Boom profitieren und von Technologieinnovationen wie 3D-Druck getrieben wird, als wichtigen Erfolgsfaktor im Wettbewerb um Kunden!

## ABSOLUT INSPIRIEREND DIE REFERENTEN (U.A.)



**Matthias Wirkner,**  
Global Digital  
Marketing Manager,  
adidas



**Max Wittrock,**  
Mit-Gründer,  
mymuesli



**Alexander Ertner,**  
Leiter Vertrieb/  
Kooperationen/  
PR/B2B, chocri



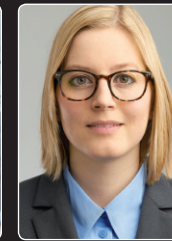
**Dr. Thorsten Harzer,**  
Consultant,  
The Boston Consulting  
Group



**Fabian Grupp,**  
Produktmanager,  
Sintermask



**Maik Königs,**  
Geschäftsführung,  
elbkind



**Johanna Mercier,**  
Manager New Media,  
Ball Packaging Europe

## ATTRAKTIV DIE ZIELGRUPPE

Das Worklab richtet sich branchenübergreifend an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen E-Commerce, Marketing, Vertrieb, Kundenmanagement/-service, Produktentwicklung und Business-Development.

Die Teilnehmeranzahl ist auf 30 begrenzt. Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt.

Mit freundlicher Unterstützung von:



## DIE MEDIENPARTNER



# MASS CUSTOMIZATION

WORKLAB | 19. MÄRZ 2014 | BETAHAUS BERLIN

MASSENWARE WAR GESTERN –  
INDIVIDUALISIERUNG IST TRUMPF!

FUTUREBIZ





## Moderation:

Christoph Fahle, Founder & CEO, betahaus GmbH & Co. KG

### AB 09.00 ANREISE UND ICEBREAKER BREAKFAST

Die Teilnehmer, Referenten und Partner werden zur Einstimmung auf die Konferenz mit Kaffee und Frühstücks-Snacks in entspannter Atmosphäre empfangen, fotografiert und auf einer Pinnwand mit ihren Visitenkarten vorgestellt. Networking leicht gemacht.

## MASS CUSTOMIZATION IM ONLINE-HANDEL

*Dauerhafte Entwicklung oder kurzfristiger Hype?*

### 09.30 - 10.15 WERTSCHÖPFUNG DURCH MASS CUSTOMIZATION

- Empirisch fundierte Analysen von mehr als 500 Mass Customizern
- Konkrete Handlungsempfehlungen entlang eines etablierten Frameworks
- Zahlreiche Praxisbeispiele mit Do's and Don'ts

**Dr. Thorsten Harzer, Consultant, The Boston Consulting Group GmbH**

Mass Customization hat sich in den letzten Jahren zu einem echten Megatrend entwickelt. Dennoch scheitern viele Unternehmen an einer profitablen Umsetzung. Der Vortrag bietet eine Orientierungshilfe für Gründer und Manager, welches Bündel von strategischen Fähigkeiten tatsächlich notwendig ist, um ein profitables Mass Customization Geschäftsmodell zu implementieren, und wie diese Fähigkeiten in der Praxis erlangt werden können. Die zugrunde liegenden Daten wurden im Rahmen der internationalen Benchmarking-Studie „The Customization 500“ erhoben.

## LEARNINGS UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

*von Deutschlands Vorreitern und MC-Experten*

### 10.15 - 10.55 BEST PRACTICE MI ADIDAS: MASS CUSTOMIZATION BEYOND PRODUCT CONFIGURATION

- Anforderungen der strategischen Marketingplanung
- Herausforderungen im globalen Umfeld

**Matthias Wirkner, Global Digital Marketing Manager, adidas AG**

Rückblick auf die Entwicklung und den Ausbau des globalen MC Konzeptes innerhalb adidas.

### 10.55 - 11.35 BEST PRACTICE FOUNDING A MASS CUSTOMIZATION STARTUP: 10 LESSONS LEARNED

- 7 Jahre mymuesli – ein Rückblick
- Die Entwicklung unseres Mass-Customization-Modells
- Warum wir auch in Zukunft individuelles Müsli mixen werden

**Max Wittrock, Mit-Gründer, mymuesli**

Mymuesli ist in Deutschland einer der Vorreiter in Sachen Mass-Customization. Im Vortrag soll die Geschichte von mymuesli, vor allem aber die Evolution des Geschäftsmodells und die Entwicklung der kundenindividuellen Angebote beleuchtet werden.

### 11.35 - 12.15 BEST PRACTICE CHOCRI – VON DER INDIVIDUELLEN MASSEN- PRODUKTION HIN ZUM FULFILLMENT ANBIETER

- 5 Jahre chocri – Einblicke und Aussichten
- Erweitere Dein Geschäftsmodell!

**Alexander Ertner, Leiter Vertrieb/Kooperationen/PR/B2B, chocri GmbH**

Alexander Ertner nimmt Sie auf eine kleine schokoladige Reise mit. 5 Jahre chocri und wie sich Geschäftsmodelle ändern können. Einblicke und Aussichten – chocri überprüft sein Geschäftsmodell. Nutze Deine Spezialisierung und sei wandelbar! Von der Schokolade hin zur Cola – wie kommen diese beiden Produkte zusammen?

### 12.15 - 13.00 CLINIC AUF WELCHE GESCHÄFTSMODELLE UND PRODUKTE IST MASS CUSTOMIZATION ÜBERTRAGBAR?

- Wie baut man dieses Zusatzgeschäft sinnvoll auf?
- Lohnt sich Mass Customization auch für etablierte Unternehmen?
- Gibt es Grenzen des Mass Customization-Ansatzes?
- Wo liegen Hürden und Herausforderungen von Customizing Konzepten?

**Max Wittrock und Alexander Ertner** stellen sich den Fragen der Teilnehmer. Profitieren Sie vom persönlichen Austausch mit unseren Gründern, lernen Sie von deren Erfahrungen und erhalten Sie konkrete Empfehlungen und Hinweise für Ihr eigenes Business.

### 13.00 - 14.00 KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE

## TRENDS TO WATCH

### 14.00 - 14.25 CROWDSOURCING 5 JAHRE MITMACHWEB // ...UND WAS IST DAVON GEBLIEBEN?

- Was ist aus 5 Jahren Crowdsourcing geblieben?
- Wir diskutieren gute und schlechte Cases

**Maik Königs, Geschäftsführung, elbkind GmbH**

Viele Unternehmen haben in den letzten Jahren ein Produkt, eine Marke, eine Idee etc. durch Crowdsourcing entwickeln lassen. Ein Trend, der nicht nur „frischen“ Input vom Endkunden lieferte, sondern im Idealfall auch der Kundenbindung diene. Doch welche Aktionen waren erfolgreich, welche nicht – und warum? Wir stellen unterschiedliche Cases zum Thema Crowdsourcing vor, diskutieren gute und schlechte Beispiele und betrachten was davon am Ende eigentlich geblieben ist...

### 14.25 - 14.50 3D-DRUCK UND ADDITIVE FERTIGUNG INDIVIDUALITÄT FÜR DIE MASSE

- Customization auf dem Schreibtisch: Low-Budget 3D-Drucker
- Massenhaft individualisierte Produkte: Technologien des Rapid Prototyping in der Serienproduktion
- Special: 3D-Druck live in Aktion!

**Fabian Grupp, Produktmanager, Sintermask GmbH**

Fast jeder hat mittlerweile von 3D-Druckern zumindest gehört oder gelesen, kein Massenmedium kommt ohne einen Beitrag zu diesem Thema aus. Oft ist die Rede von einer neuen Industriellen Revolution. Doch was bietet der Markt in der Realität? Welche Anwendungen lassen sich tatsächlich heute schon einfach selbst verwirklichen und wo werden noch Spezialisten aus der Industrie benötigt?

### 14.50 - 15.15 Mass Customization DIE INTERAKTIVE GETRÄNKEDOSE

- Vom Massenprodukt zum individuellen Erlebnis: Absatzsteigerung und Förderung des Konsumentenerlebnisses
- Praxisbeispiele und Key Learnings

**Johanna Mercier, Manager New Media,  
Ball Packaging Europe Holding GmbH & Co. KG**

Interaktive Technologien bieten viel Gestaltungsspielraum und können als echter Mehrwert den Absatz steigern. Johanna Mercier zeigt anhand von Praxisbeispielen Mehrwerte und Key Learnings einzelner interaktiver Anwendungen.

### 15.15 - 16.00 INTERAKTIVE GRUPPENARBEIT

Dieses praxisorientierte Work Lab fördert dank der auf max. 30 Personen begrenzten Gruppengröße den Dialog und Erfahrungsaustausch. Sie als Teilnehmer haben im Vorfeld der Veranstaltung jederzeit per Mail an Franziska Thiele (f.thiele@inspirato.de) die Möglichkeit, Ihre Themen und Fragen einzureichen.

### 16.00 ABFAHRT BUS ZUR WERKS BESICHTIGUNG

### 16.00 - 18.00 GEFÜHRTE VOR-ORT BESICHTIGUNG DER PRODUKTION VON CHOCRI



**UND UMSETZUNG DES PROJEKTES  
WWW.MEINECOKE.DE**



**IM ANSCHLUSS NETWORKING BEI DRINKS & SNACKS  
UND ENDE DES WORKLABS**



Mit freundlicher Unterstützung von

## INFORMATIONEN

### ZEIT & ORT

19. März 2014

*betahaus*



### WORKLAB

9.00 Uhr bis 16.00 Uhr  
Betahaus Berlin  
Prinzessinnenstraße 19-20,  
10969 Berlin  
www.betahaus.de

### BESICHTIGUNG

16.30 Uhr bis ca. 19.00 Uhr  
chocri GmbH  
Plauener Straße 163-165,  
Haus M  
13053 Berlin

WORKLAB | 19. MÄRZ 2014 | BETAHAUS BERLIN

**MASS** CUSTOMIZATION

MASSENWARE WAR GESTERN –  
INDIVIDUALISIERUNG IST TRUMPF!

## ÜBERNACHTUNG

Hotelempfehlungen finden Sie stets aktuell unter: [www.inspirato.de/mass-customization](http://www.inspirato.de/mass-customization)

## ANMELDUNG



### ONLINE

[www.inspirato.de/mass-customization](http://www.inspirato.de/mass-customization)

**ODER MIT DIESEM FAXFORMULAR  
+49 - 6172 - 981 96-89**

KONDITIONEN (alle Preise pro Person zzgl. Ust.)	
Normalpreis .....	1.095,- Euro
Early Bird Special (gültig bei Ticketkauf bis 20.02.2014) .....	895,- Euro
Sonderpreis für Start-Ups (begrenzte Verfügbarkeit)... ..	495,- Euro

**JA**, ich/wir nehme(n) am inspirato Worklab **MASS-CUSTOMIZATION** am **19. März 2014** teil und melde mich/uns an.

**JA**, ich bin an **Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten** interessiert. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

.....  
1. Name, Vorname

.....  
Position

.....  
Firma

.....  
Straße

.....  
PLZ/Ort

.....  
Telefon

.....  
E-Mail\*

.....  
Datum

.....  
Unterschrift

.....  
2. Name, Vorname

.....  
Position

.....  
Firma

.....  
Straße

.....  
PLZ/Ort

.....  
Telefon

.....  
E-Mail\*

\*Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, dass ich per E-Mail über weitere Veranstaltungen von inspirato KONFERENZEN informiert werde.

## KONTAKT

inspirato KONFERENZEN  
Geschäftsbereichs- und Projektleitung:  
Franziska Thiele  
Siemensstraße 27 · 61352 Bad Homburg  
Telefon: +49 · 6172 · 981 96-82  
Fax: +49 · 6172 · 981 96-89  
E-Mail: [f.thiele@inspirato.de](mailto:f.thiele@inspirato.de)  
[www.inspirato.de/mass-customization](http://www.inspirato.de/mass-customization)

## ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Anmeldung kann per E-Mail, Fax, Online oder per Post erfolgen.

Die Teilnahmegebühr ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn.

Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung. Kreditkartenzahlungen können nur online bei Anmeldung über Xing Events getätigt werden. Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Tagungskosten, Teilnehmerunterlagen, die Besichtigung und Getränke im Rahmen der Veranstaltung.

Die AGBs im Detail: [www.inspirato.de/agb](http://www.inspirato.de/agb)



**inspirato**  
KONFERENZEN