

Seminar: Fashion in China: Aktuelle Chancen in Retail + eCommerce

Datum: Freitag, 23. September 2016

Veranstaltungsort: Willy Bogner GmbH & Co. KGaA, Am Werbering 5, 85551 Kirchheim

Uhrzeit: 10.00 – 15.00 Uhr

Teil 1

Einführung in die digitale Landschaft

Marc Finsterlin, Managing Partner, Serviceplan

- ▶ Marktübersicht
- ▶ Der chinesische Online Konsument
- ▶ Vorstellung der dominanten Player
- ▶ „Best Practices“ (Deutsche vs. Chinesische Online Auftritte)
- ▶ Typische verkaufsfördernde Maßnahmen in China

Teil 2

Ihr solides Unternehmensgerüst (Fokus China Verkauf und Retail)

Thaddäus Müller, Director, Fiducia Management Consultants

- ▶ Rechtliche Grundlagen China vs. Hong Kong
- ▶ Abrechnung, Zahlungsflüsse und Gewinnrückführung
- ▶ Eigene Mitarbeiter vs. Outsourcing
- ▶ Erhalt der IP-, eCommerce und Retail-Lizenz für ausländische Unternehmen
- ▶ Zoll, Import und Mehrwertsteuer

Teil 3

Fallstudie: Aufbau Retail in China

Matthias Preussel, Sales Director Asia Pacific, Lowa Sportschuhe GmbH

- ▶ Aktuelle Marktsituation
- ▶ Herausforderungen für europäische Sport- und Bekleidungsmarken
- ▶ Besonderheiten Retail in China
- ▶ Fallstudie Retail diverser Topmarken

Sprecherprofile:



Marc Finsterlin, Managing Partner bei Serviceplan China

Marc Finsterlin ist Managing Partner bei Serviceplan China und leitet das Asiengeschäft. Serviceplan bietet E-Marketing und E-Commerce Beratung, Konzeption und Umsetzung für internationale und lokale Multinationals sowie für Mittelständler in Asien an und hilft, das digitale Potenzial optimal auszuschöpfen.

Marc Finsterlin und sein Team arbeiten in China für bekannte Marken wie Bosch, Hugo Boss, Alexander McQueen, Balenciaga, Sergio Rossi, Lorenz Snackworld, Metro, WMF und viele mehr. Vor seinem Umzug nach China vor acht Jahren beriet er als Partner bei O'Brian Cox (München, New York, Shanghai) internationale Marken wie Audi oder Samsung in strategischen Marken-Kooperationen. Seine Karriere im E-Marketing startete Marc Finsterlin

auf Agenturseite bei bekannten Namen wie Pixelpark, Concept! und Phase 4 Communications. Marc Finsterlin hat einen Bachelor of Business Administration und einen Executive MBA der University of Maryland/Robert H. Smith School of Business in den USA und China.



Thaddäus Müller, Director bei Fiducia Management Consultants

„Online-Geschäft in China ist ein Must-Have und kein Nice-To-Have“, hat Thaddäus Müller in seiner 11-jährigen Karriere in China früh verstanden. Gemeinsam mit dem über 100-köpfigen Team von Fiducia berät er mittelständische Unternehmen beim Aufbau und Ausbau von Verkaufsaktivitäten in China und Hong Kong.

Neben Projekten zur Firmengründung verschiedener Fashionunternehmen hat er bei zahlreichen Projekten mitgeholfen, um ein optimales Buchhaltungs- und Abwicklungssystem für Hersteller und Händler von Textilien in Asien aufzubauen. Für Industrieunternehmen und Markenhersteller von Bekleidung und Footwear haben er und Fiducias Executive Search Team bereits mehrfach fachlich geeignete Führungskräfte gefunden, häufig mit relevanter Erfahrung in

den Bereichen Marktaufbau, Verkauf, sowie Dealer- und Distributorenbetreuung .

Thaddäus Müller ist Aufsichtsratsvorsitzender von AGN Asia Pacific, Vorstandsmitglied des China Sourcing Information Center und Mitglied des europäischen Komitees der Hong Kong General Chamber of Commerce (HKGCC).



Matthias Preussel, Sales Director Asia-Pacific bei Lowa Sportschuhe GmbH

Matthias Preussel verfügt über 14 Jahre Berufserfahrung in China und hat insgesamt mehr als 7 Jahre in China bzw. Hong Kong gelebt. Aktuell verantwortet er den Vertrieb für die Sportschuhmarke Lowa im Raum APAC. Zuvor hat er als Head of Sales Division Asia-Pacific für die Outdoor Marke Mammut eine Tochtergesellschaft in China aufgebaut, war Head of International Sales bei dem Teamsportspezialisten uhlsport und betreute von Hong Kong aus das Asien-Geschäft für den Racquet- und Wintersportspezialisten HEAD. Der Diplom-Betriebswirt hat am Ostasien-Institut in Ludwigshafen Marketing Ostasien Schwerpunkt China studiert, spricht fließend Mandarin und ist mit den geschäftlichen sowie kulturellen Besonderheiten in China bestens vertraut.