

Der Top-Jahreskongress für den Möbelhandel und seine Partner in Deutschland

Living

21. und 22. Oktober 2009
Köln

Strategische Neuausrichtung
Kunden begeistern
Marktanteile sichern



Die TOP Themen:

- **Quo vadis Möbelhandel** – Welche Formate bringt die Zukunft?
- **Furniture Retailing aktuell** – Nationale und internationale Trends und Entwicklungen
- **Erfolgreiche Positionierung im Möbelhandel** – So präsentieren sich die Marktführer
- **Zielgruppen identifizieren und Erwartungen erfüllen** – Chancen und Perspektiven für den deutschen Möbelmarkt
- **Vertriebskanäle optimal gestalten** – Alle Wege zum Kunden nutzen
- **Online-Shops** – Strategien und Optionen für den Möbelhandel
- **Markenkommunikation aktuell** – Den Kunden emotional ansprechen und gewinnen
- **Marken- und Produktpiraterie** – Schutz des geistigen Eigentums
- **Fokus Umweltschutz** – Nachhaltigkeit als neuer Wettbewerbsfaktor in der Möbelbranche
- **Deutscher Möbelhandel 2015** – Wie wird er sich entwickeln?

Profitieren Sie u.a. von folgenden Praxisbeispielen:



Reinhold Gütebier,
Vertriebsleitung,
**Hans Segmüller,
Polstermöbelfabrik
GmbH & Co KG**



Hans Strothoff,
Geschäftsführer,
**MHK GmbH & Co.
Verbundgruppen
Holding KG**



Mareke Wieben,
Leitung Umwelt
& Qualität, **IKEA
Deutschland GmbH
& Co. KG**



Alexander Garbe,
Geschäftsführer,
**stilwerk Center-
Management
GmbH**



Horst Paetzel,
Vorstand, **GARANT
Möbel Holding AG**



Daniel Krämer,
Leiter Marketing,
**LEONARDO glaskoch
B. Koch jr. GmbH +
Co. KG**



Dr. Torsten Spandl,
Marketingleiter,
Küche&Co GmbH



Dr. Georg Emprechtlinger,
Geschäftsführender
Eigentümer, **TEAM 7
Natürlich Wohnen GmbH**

+ 2 TOP-Fachkonferenzen:

Mit dem richtigen Sortiment
punkten!

Fachkonferenz 1: Fachsortimente

Fachkonferenz 2: Küche

Verleihung des **Lifetime
Award** für ein Lebenswerk
in der Möbelbranche

Veranstalter:

management forum

Verlagsgruppe Handelsblatt

Medienpartner:

MÖBELMARKT.
International Interior Business Magazine

www.managementforum.com/living

Vorsitzender des Kongresses: Helmut Merkel,
Chefredakteur, Verlag Matthias Ritthammer GmbH

9.00 – 9.10 Begrüßung und Eröffnung des Kongresses durch Management Forum und den Vorsitzenden

Standort Deutschland – Chancen und Herausforderungen für die deutsche Möbelbranche

9.10 – 9.40 Fakten, Trends und Thesen zur Möbel- und Einrichtungsbranche

- ▶ Wer sind die für Sie heute und in Zukunft relevanten Zielgruppen?
- ▶ Welche Anforderungen haben diese Käufergruppen an Produkt und Einkauf?
- ▶ Welche Trends und Entwicklungen bestimmen das Konsumverhalten?
- ▶ Wie können Sie diese Zielgruppen (auch online) gezielt ansprechen?

Oliver Schmitz, Division Manager & International Category Manager, GfK Living GfK SE

9.40 – 10.10 Quo vadis Möbelbranche – Status quo und Thesen zur Zukunft der Branche in Deutschland

- ▶ Der Markt aus Nachfragerperspektive
- ▶ Entwicklung und Status Quo ausgewählter Formate auf der Handelsseite
- ▶ Der Möbelmarkt 2015

Frank Goerlich, Senior Consultant Managementberatung im Bereich Home & Interior, BBE Retail-Experts

10.10 – 10.40 Die Möbelbranche aus „externer“ Sicht – Umfeld und Perspektiven

- ▶ Das konjunkturelle Umfeld: Ist die Talsohle erreicht? Was kommt?
- ▶ Auswirkungen auf den Möbelhandel: kalkulierbares Risiko?
- ▶ Erfolgreiche Konzepte setzen sich durch: Chancen in der Krise
- ▶ Einwertung in einer ganzheitlichen Betrachtung: Finanzierung und operative Ebene

Johannes Sausen, Leiter Branchenresearch Konsumgüter/Handel/Logistik, IKB Deutsche Industriebank AG

10.40 – 11.10 Kommunikations- und Kaffeepause

11.10 – 12.00 Diskussionsrunde: Deutscher Möbelhandel 2015 – Wohin geht die Reise?

Günther Böhme, Hauptgeschäftsführer, VME- Vereinigte Möbeleinkaufs GmbH & Co. KG

Franz Hampel, CEO, GARANT-Möbel Holding AG

Dr. Gunnar George, Geschäftsführer Möbel Kraft Artur Kraft AG

Johannes Sausen, Direktor Bereich Volkswirtschaft & Research, IKB Deutsche Industriebank AG

Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsleitung, BBE München

Moderation: Helmut Merkel

Klare Positionierung am Markt als Erfolgsgeheimnis

12.00 – 12.30 stilwerk – die Drehscheibe für Design

- Praxisbeispiel**
- ▶ Ein Konzept für Hersteller und Handel
 - ▶ stilwerk Trendstudie 2009 – Wie wohnen wir morgen?
- Alexander Garbe**, Geschäftsführer, stilwerk Center-Management GmbH

12.30 – 13.00 Erfolgreiches Möbelmarketing in stagnierenden Märkten

- Praxisbeispiel**
- ▶ Mehr Effizienz- und Effektivität durch zielgruppenspezifische Kundenansprache und Produktsegmentierung
 - ▶ Erfolgsfaktor Kundenbindung: Konzepte aus der Praxis
- Hans Strothoff**, Vorstandsvorsitzender, MHK Group AG

13.00 – 14.00 Kommunikationspause und gemeinsames Mittagessen

14.00 – 14.30 LEONARDO LIVING – Die neue Möbelmarke

- Praxisbeispiel**
- ▶ LEONARDO: Auf dem Weg vom Glasgroßhändler zur Lifestylemarke
 - ▶ Markenmöbel von LEONARDO
- Daniel Krämer**, Leiter Marketing, glaskoch B. Koch jr. GmbH (LEONARDO)

14.30 – 15.00 Konzepte für mehr Umsatz in einem erfolgreichen Einrichtungshaus der Zukunft

- ▶ Moderne Merchandising-Instrumente zur Umsatzsteigerung sowie deren Anwendung
- ▶ Kennen Sie Ihre erfolgreichsten Sortimentsbausteine? Wie sieht Ihr Umgang damit aus?

Heiner Niehuis, Leiter Vertrieb, STUDIODESIGN Rhede

Neue Wege zum Kunden effizient nutzen

15.00 – 15.30 Multi Channel Retailing im Möbelhandel:

- Praxisbeispiel Die Verknüpfung von Offline und Online – Strategien und Optionen**
- Dr. Torsten Spandl**, Marketingleiter, Küche&Co GmbH

15.30 – 16.00 Das erfolgreiche Konzept des Einrichtungshauses

- Praxisbeispiel Weiterstadt**
- ▶ Demographischer Wandel 50+
 - ▶ Kooperation mit Arbeitsagentur
 - ▶ Individuelle und ansprechende Warenpräsentation
 - ▶ Unternehmenskultur/Betriebsklima
- Reinhold Gütebier**, Vertriebsleitung, Hans Segmüller, Polstermöbelfabrik GmbH & Co KG

16.00 – 16.30 Kommunikations- und Kaffeepause

16.30 – 17.00 Möbelhandel und Raumordnung – Ewiges Konfliktfeld?

- ▶ Neuregelungen in vielen Bundesländern verschärfen Genehmigungspraxis
- ▶ Dauerbrenner Randsortimentsproblematik
- ▶ Spezialfall Erweiterungen, Umnutzung, Konzeptanpassungen
- ▶ Notwendigkeit einer zielgerichteten Herangehensweise gegenüber Behörden

Dr. Angelus Bernreuther, Leiter Standortforschung, BBE Handelsberatung GmbH



Oliver Schmitz



Frank Goerlich



Johannes Sausen



Günther Böhme



Hampel Franz



Heinrich Remagen



Sebastian Deppe



Helmut Merkel



Alexander Garbe



Hans Strothoff

Furniture Retailing 2015 – Wie geht es weiter?

17.30 – 18.00 Future Furniture Retailing am Beispiel Designopolis in

Kairo

- ▶ Notwendigkeit und Bedeutung von Flagshipstores für den Markenaufbau
- ▶ Chancen und Potenziale in der MENA Region
- ▶ Partnerships

Wolf-Jochen Schulte-Hillen, Geschäftsführer, SH Selection Retail & Real Estate Consultants

18.00 – 18.30 Diskussion und Zusammenfassung des ersten Kongresstages durch den Vorsitzenden

18.30 – 22.00 Award Party

Verleihung des **Lifetime Award** für ein Lebenswerk in der Möbelbranche an eine ganz besondere Persönlichkeit, die Großartiges für diese Branche in Deutschland geleistet hat.

Der Preis wird verliehen von *Management Forum* und der Fachzeitschrift *Möbelmarkt* mit Unterstützung der *Messe Köln*.

Die *imm cologne* lädt Sie im Anschluss an die Preisverleihung herzlich zu einem gemeinsamen Get Together ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Experten und Kollegen auszutauschen. Erweitern Sie Ihr Netzwerk und lassen Sie mit uns gemeinsam den Tag in geselliger Runde ausklingen.



2. Tag | Donnerstag 22. Oktober 2009

9.00 – 10.00 2 parallele Fachkonferenzen: Mit dem richtigen Sortiment punkten!

Fachkonferenz 1: Fachsortimente

Vorsitz: Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsleitung, BBE Handelsberatung GmbH

9.00 – 9.30 Fachsortimente im Möbelhandel aus der Sicht der Lieferanten

Heike Tschewwinka, Geschäftsführerin, europäischer verband lifestyle e.V.

Mehr Living – Mehr Wert

- ▶ Bedürfnisse, Wünsche, Sehnsüchte der Kunden markieren – Ansätze für Sortiment und Präsentation
- ▶ Es ist Zeit für kompetentes Handelsmarketing: Emotionen statt Kartons

Eva Barth-Gillhaus, Geschäftsführerin, KOM:pakt

9.30 – 10.00 Anspruchsvolle und zeitgemäße Lichttechnik und Beleuchtung

Praxisbeispiel

- ▶ Entwicklungen & Trends

Heinrich Remagen, Geschäftsführer, Remagen... und es wird Licht e.K.

Fachkonferenz 2: Küche

Vorsitz: Carsten Nilles, Redakteur, Möbelmarkt Verlag Matthias Ritthammer GmbH

9.00 – 9.30 Color sells!

Farbe schafft Genuss – Genuss schafft Küchenverkauf

Susanne Koglin, Geschäftsführerin, Institut für Image-Entwicklung

9.30 – 10.00

Praxisbeispiel

„LIVA - DIE SCHÖNKOCHER“ – die Handelsmarke der GARANT-MÖBEL-GRUPPE

- ▶ Spannungsicherung durch Differenzierung zum Wettbewerb
 - ▶ Profilierung durch ganzheitliches Handelsmarketing
- Horst Paetzel**, Vorstand, GARANT Möbel Holding AG



Daniel Krämer



Heiner Niehuis



Dr. Torsten Spandl



Reinhold Gütebier



Dr. Angelus Bernreuther



Wolf-Jochen Schulte-Hillen



Carsten Nilles



Eva Barth-Gillhaus



Susanne Koglin

10.00 – 10.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Originelles Möbel-Design versus Produkt-Piraterie

10.30 – 11.00 European design versus Chinese mass reproduction – Is creativity in crisis?

- ▶ How can a collaborative process help transform design, products, and achieve sustainability – a future view
- ▶ The dangers China faces without the creative process

Frans Schrofer, Director, Studio Schrofer

Sonia Sin, Business Manager, Studio Schrofer
(Vortrag in englischer Sprache)

11.00 – 11.30 Präventionsstrategien gegen Marken- und Produkt-piraterie

- ▶ Welches sind die Auswirkungen für Deutschland?
- ▶ Welche Möglichkeiten hat man, wenn man betroffen ist?
- ▶ Wie kann man sein geistiges Eigentum schützen?

RAin Doris Möller, Geschäftsführender Vorstand, APM e.V.

11.30 – 12.00 Diskussionsrunde: „Produkt- und Markenpiraterie in Asien am Beispiel Chinas“

- ▶ Was kann man unternehmen, wenn man durch Fälschungen aus China betroffen ist?
- ▶ Wer sind die entsprechenden Ansprechpartner?

RAin Doris Möller, Geschäftsführender Vorstand, APM e.V.

Frans Schrofer, Director, Studio Schrofer

Sonia Sin, Business Manager, Studio Schrofer

Moderation: Helmut Merkel

12.00 – 13.00 Kommunikationspause und gemeinsames Mittagessen

Mehr als ein Trend – Nachhaltigkeit als neue Lebensart

13.00 – 13.30 Niedrigpreis – aber nicht um jeden Preis: die

Praxisbeispiel Nachhaltigkeitsstrategie von IKEA

- ▶ Nachhaltige Produkte im IKEA-Sortiment
- ▶ Audits in der Lieferkette
- ▶ Einführung der neuen ISO 26.000 in 5 Einrichtungshäusern

Mareke Wieben, Leitung Umwelt & Qualität,
IKEA Deutschland GmbH & Co. KG

13.30 – 14.00 Ohne Ethik keine Ästhetik – Paradigmenwechsel beim Design

Praxisbeispiel

- ▶ Von „form follows function“ über „form follows fiction“ hin zu „form follows sense“
- ▶ Die Zukunft in Europa gehört der fairen, ökologischen Produktion

Dr. Georg Emprechtinger, Geschäftsführender Eigentümer, TEAM 7 Natürlich Wohnen GmbH

14.00 – 14.30 Oberflächen-Design – innovativ und umweltfreundlich

Praxisbeispiel

- ▶ *Stichwort Ausgangsmaterialien:* Warum war das sogenannte Kunstleder früher schon nachhaltig?
- ▶ *Stichwort Produkteigenschaften:* Was machte die späteren High-Tech-Synthetics in vielen Punkten überlegen?
- ▶ *Stichwort Innovationspotenzial:* Inwieweit verkörpern neue Oberflächen das Beste aus zwei Welten?

Lothar Machule, General Manager Marketing & Sales,
Konrad Hornschuch AG

14.30 – 15.00 Kommunikations- und Kaffeepause

15.00 – 15.30 ZUKUNFTSMATERIAL RATTAN

Praxisbeispiel

Das Wunder von „Samboja Lestari“ zeigt wie Rattan, unter den ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten, den Erhalt und Neuaufforstung von Regenwald unterstützen kann.

- ▶ „Wundermaterial Rattan“ ermöglicht die kombinierte, DREISTUFIGE NACHHALTIGKEIT zwischen Material, Produktion und Design.

Kurt Schütz, Geschäftsführer, Schütz Flechtwelt; Inhaber, AIDA Rattan; Europäischer Botschafter von AMKRI (Indonesia Rattan Furniture and Craft Association)

Kundenbindung durch effektive Kommunikationsstrategien

15.30 – 16.00 Unverwechselbarkeit und Glaubwürdigkeit –

Praxisbeispiel Differenzierung durch emotionalen Mehrwert

Lidl lohnt sich. Ein Blick in die Werbestrategie des discountierten Lebensmitteleinzelhandels

- ▶ Wie Image- und angebotsorientierte Preiskommunikation miteinander harmonisieren
- ▶ Stärkung von Eigenmarken durch kommunikativen Mehrwert
- ▶ Von Geiz zu Reiz – bei billigen Preisen

Olaf Berg, Geschäftsführer, Freunde des Hauses Werbeagentur GmbH

16.00 – 16.15 Zusammenfassung der Kongressergebnisse durch den Vorsitzenden

16.15 Ende des Möbelkongresses und Verabschiedung der Referenten und Teilnehmer



Horst Paetzel



Frans Schrofer



Sonia Sin



Doris Möller



Mareke Wieben



Dr. Georg Emprechtinger



Lothar Machule



Kurt Schütz



Olaf Berg

Gewinnen Sie Marktanteile – Auf die richtige Strategie und den Kunden kommt es an!

Auch wenn sich die Deutschen anders als ihre europäischen Nachbarn im ersten Quartal 2009 noch unbeeindruckt von der globalen Wirtschaftskrise zeigten und weiterhin Möbel kauften, so bekam die deutsche Möbelindustrie die Rezession im April mit einem Umsatzrückgang von knapp 21 % durchaus zu spüren. Langfristig gesehen sieht die Prognose für die Möbelbranche jedoch positiv aus. Mit den entsprechenden Einnahmen in den umsatzstarken Herbstmonaten können die Verluste gering halten werden.

Gerade wenn die Umsätze in der Möbelbranche einbrechen, ist es umso wichtiger, seine Marke richtig zu positionieren, sich durch erfolgreiche Konzepte vom Wettbewerb abzugrenzen und die Krise als Chance zu nutzen. Ein starkes Profil, eine innovative Marketingstrategie und vor allem die Nähe zum Kunden, helfen Möbelherstellern und -händlern Marktanteile zu gewinnen und zu sichern.

Nutzen sie die Chance, sich auf dem Deutschen Möbelkongress „Living“ über aktuelle Entwicklungen und Trends sowie zukunftsweisende Visionen zu informieren. Praxisorientierte Vorträge von Branchenexperten zeigen Ihnen ihre Erfolg versprechenden Strategien und Konzepte auf, von denen auch Sie profitieren können. Diskutieren Sie mit Führungskräften aus Handel und Industrie, wie sich der deutsche Möbelhandel neu positionieren sollte, um als Gewinner aus der Wirtschaftskrise hervorzugehen.

Parallel zum Möbelkongress bieten wir innovativen Herstellern und Dienstleistern im Rahmen der Fachausstellung „Living“ die Möglichkeit, den Kongressteilnehmern zukunftsweisende Lösungen, Technologien und Produkte vorzustellen.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen!

Stefanie Pracht
Geschäftsführerin

Mariza Dethmers
Projektleitung

Sponsor:



Die imm cologne ist eine der bedeutendsten Messen für internationales Einrichtungsdesigns. Über 1.000 ausstellende Unternehmen präsentieren sowohl innovative Einrichtungs-Welten als auch ein breites Angebot an Wohn- und Schlafraummöbeln, Matratzen, Textilien und Teppichen sowie Leuchten und Accessoires. Früher als anderswo, frischer, internationaler und sicherlich spannender können die Besucher hier die Trends der kommenden Saison entdecken.

Zielgruppe und Ansprechpartner:

Wen treffen Sie auf diesem Kongress?

Der Kongress richtet sich an Vorstände, Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung und leitende Mitarbeiter aus dem Möbel- und Einrichtungshandel und der Möbelindustrie sowie lifestyleorientierte Einzelhandelsunternehmen, die sich über die neusten Entwicklungen in der Branche informieren möchten.

Sponsoring & Ausstellung:

Möchten Sie sich als Aussteller oder Sponsor auf dem Deutschen Möbelkongress „Living“ engagieren? Dann fordern Sie heute noch Ihr persönliches Angebot an!

Kontakt: Marylka Abraham, Sales-Managerin
Telefon: 069 / 2424 - 4775
E-Mail: abraham@managementforum.com

Medienpartner:



Der MÖBELMARKT, Deutschlands führende Abonnementfachzeitschrift für den nationalen und internationalen Möbelhandel und die -industrie (lt. IVW) und offizielles Orel) versteht sich als reales Spiegelbild der globalen gan der FENA (europäischer Verband des Möbelhand-Möbel- und Einrichtungsszene. Stark in wirtschaftlicher und produktnaher Betrachtungsweise, wegweisend in globaler Berichterstattung.

Mit freundlicher Unterstützung von:



BBE Handelsberatung GmbH

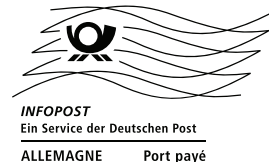
Die BBE Handelsberatung berät seit mehr als 50 Jahren Einzelhandelsunternehmen aller Branchen und Größen. Ihre Stärken zeigen sich dabei vor allem in der tiefen Branchen- und Methodenkompetenz.

Die enge Zusammenarbeit mit den BBE-Tochterunternehmen CIMA und IPH sowie mit einem Netzwerk von Institutionen, Verbänden und Handelsspezialisten versetzt die BBE in die Lage, auf alle relevanten Handelsfragen kompetente Antworten zu finden.



BBE RETAIL EXPERTS

Die BBE RETAIL EXPERTS haben tiefe Wurzeln im Einzelhandel. 1953 gegründet, beschäftigt das Unternehmen heute rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Konsumgüterindustrie, Zulieferer, Kreditinstitute, Immobilienwirtschaft, Verwaltungen, Ministerien und Städte schätzen die BBE als Seismographen für Markt- und Verbrauchertrends und als strategischen Partner – für neuen Markterfolg auf der Basis praxisnaher Analysen, Konzepte und konsequenter Umsetzungen. Der schnelle Wandel in den Märkten und an Handelsstandorten erfordert konzentrierte Portfolios und flexible Strukturen. Die BBE RETAIL EXPERTS haben ihre Potenziale entwickelt und sind für die neuen Herausforderungen optimal aufgestellt - effizient und mit vernetzten Geschäftsbereichen. Flexibilität und interdisziplinäre Teamarbeit sichern die Qualität der BBE-Leistungen nachhaltig und geben die nötige Durchschlagskraft zur Entwicklung der Potenziale auf Kundenseite. Aus der Praxis für die Praxis: Die BBE bleibt der Schlüssel zum Markterfolg und schlägt Brücken in die Zukunft – auch für Ihre Branche, Städte und Regionen.



Als Kunde der **BBE Handelsberatung GmbH** erhalten Sie einen Rabatt von 10% auf die aktuelle Teilnahmegebühr.

Der Top-Jahreskongress für den Möbelhandel und seine Partner in Deutschland

Living

21. und 22. Oktober 2009 | Köln

**Strategische Neuausrichtung –
Kunden begeistern – Marktanteile sichern**

Fax-Anmeldung für Kunden: 089 / 55118 - 450 - 145

- Ja, hiermit melde ich mich / wir uns an zum Kongress **Living** am 21. und 22. Oktober 2009 € 1.190,- zzgl. MwSt. p.P.
- Ja, wir interessieren uns für eine Sponsoring-Partnerschaft. Bitte senden Sie uns unverbindlich das Informationspaket zu.
- Ja, wir sind an der Teilnahme als Aussteller interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich das Informationspaket zu.

1. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

2. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

- 15%

3. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

E-Mail*

Datum/Firmenstempel

Unterschrift 1

* Hiermit erkläre ich mich einverstanden, weitere Informationen zu diesem und anderen Kongressen per E-Mail vom Veranstalter zu erhalten.

Kontakt:

Management Forum der
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH,
Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99
E-Mail: info@managementforum.com
Internet: www.managementforum.com

Veranstaltungsort:

SAS Radisson Hotel Köln
Messe Kreisel 3
50679 Köln
Tel.: +49 (0) 221 / 277 200
Fax: +49 (0) 221 / 277 2010
EZ: € 130,- exkl. Frühstück

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter Berufung auf den Kongress „Living“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.190,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. MwSt p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 22. September 2009 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 22. September 2009 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Datenschutz:

Alle in dieser Anmeldung angegebenen personenbezogenen Daten werden von Management Forum nach den aktuell rechtlich gültigen Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) erhoben, gespeichert, verarbeitet und genutzt. Personenbezogenen Daten werden grundsätzlich nicht an Dritte weitergegeben. Externe Dienstleister, die im Auftrag von Management Forum Daten verarbeiten sowie Sponsoren, Aussteller und Mitveranstalter gelten jedoch nicht als Dritte. Sie können der werblichen Nutzung Ihrer Daten durch Management Forum jederzeit schriftlich gegenüber Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt, per E-Mail an info@managementforum.com oder per Telefon 069 / 24 24 4770 widersprechen.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.