

Angebotsmanagement in produzierenden Unternehmen 2009

Effizientere und schnellere Angebotsabwicklung durch ganzheitliche Betrachtung und Vereinfachung angebotsrelevanter Prozesse

Hilton  Dusseldorf

Hilton Düsseldorf

23. und 24. Juni 2009

Angebote sind die Visitenkarte eines Unternehmens und zeigen wie professionell und vertrauenswürdig ein Unternehmen mit seinen Kunden und deren Anforderungen umgeht

Michael Roehr, Leiter Customer Experience Management, Vaillant GmbH



Ziel eines professionellen Angebotsmanagements ist es jeden einzelnen Kunden entsprechend seiner Anforderungen und seiner Wertigkeit optimal zu betreuen und das vorhandene Potenzial vollständig auszuschöpfen.

Profitieren Sie u.a. von folgenden Themenschwerpunkten

- Vereinfachung der Angebotserstellung und Automatisierung der Abläufe bei Kundenanfragen
- Intelligente Verknüpfung von Angebotserstellung und Auftragsabwicklung
- Sorgfältige und kundenbezogene Preiskalkulation
- IT-Unterstützung und durchgängige Prozessplanung zur Angebotsoptimierung
- Angebotserstellung im Projektumfeld
- Kundenorientiertes und nutzenbezogenes Angebotsmanagement
- Dienstleistungsangebote als differenzierender Wettbewerbsfaktor

Plus Podiumsdiskussion an Tag 1

Interne Optimierungspotenziale und/oder externe Kooperationsmöglichkeiten für effizientere Angebotsprozesse

Frühbucherrabatt 10 %

bei Buchung bis 30.03.2009

Media Partner



Kooperationspartner



Referenten

Jesko Herrmann
Leiter Projektgesellschaft
Bertrandt AG

Jörn Beier
Geschäftsführer
Bertrandt AG

Mario Backus
Manager Marketing Dienstleistungen
Endress+Hauser Messtechnik GmbH+Co. KG

Ralf Schmid
Leitung Zentraleuropa, Prokurist
Freudenberg Simrit GmbH & Co. KG

Axel Fischer
Business Operations Manager Central Europe
GE Ultraschall Deutschland GmbH

Roland Priller
Leiter der Abteilung technischer Innendienst und Normung
KESSEL GmbH

Steffen Schwerd
Verkaufs-, Vertriebs- und Marketingleiter
KINKELE GmbH & Co. KG

Martin Wagner
Projektleiter Vertriebsanwendungen
Koenig & Bauer AG

Wolfgang Kordulla
Vertriebsleiter Europa und Koordination weltweit
KS Kolbenschmidt GmbH

Natalie Kocher
Leitung Sales systems & Process positions
MAN Nutzfahrzeuge AG

Lutz Lückert
Leiter Stammdatenmanagement
MAN Turbo AG

Matthias Holder
Leiter Segmentmanagement
manroland AG

Silvia E. Bohrisch
Leiterin CRM Process Management
Siemens AG, Sector Energy

Michael Roehr
Leiter Customer Experience Management
Vaillant GmbH

Michael Marx
Leiter des Geschäftsbereichs Industrie
Witzenmann GmbH

Referenten CV

Jörn Beier

ist seit 2007 Geschäftsführer der Bertrandt Projektgesellschaft mbH, einer 100%igen Tochtergesellschaft der Bertrandt AG. Von 2004 bis 2007 betreute er die entwicklungsbegleitenden Dienstleistungen der Bertrandt AG als Fachbereichsleiter und Prokurist. 1998 wechselte er für drei Jahre zum Bertrandt Technikum als Abteilungsleiter Rohbau, Karosserie und technische Berechnung. Darauf folgend ging er weitere drei Jahre der Aufgabe als Abteilungsleiter Engineering Services im Bertrandt Technikum nach. Von 1995 bis 1998 leitete er Projekte und Teams in der Karosserieentwicklung und dem Exterieur. Nach seinem Studium der Fahrzeugtechnik und des Flugzeugbau an der HAW Hamburg stieg Jörn Beier 1995 bei Bertrandt AG ein.

Silvia E. Bohrisch

leitet die Organisationseinheit CRM Prozessmanagement bei der Siemens AG, Sector Energy im Bereich Fossil Power Generation. Während Ihrer 14 Jahre Betriebszugehörigkeit arbeitete Silvia Bohrisch zunächst als Werbeleiterin in den unterschiedlichsten Siemens Bereichen bevor sie 2002 als Service Marketing Manager beim Sector Healthcare einstieg. Seit 2006 ist sie als CRM Process Manager tätig und ist heute für den Angebotsprozess bei Energy Solutions verantwortlich. Silvia Bohrisch hat einen Master-Abschluss in Philologie und diverse Zusatzqualifikationen.

Axel Fischer

ist Business Operations Manager in der Serviceorganisation der GE Ultraschall Deutschland GmbH in Solingen. Seit mehr als 20 Jahren ist er in Führungsverantwortung bei Serviceorganisationen in unterschiedlichen Branchen des Maschinenbaus tätig. Sein Tätigkeitsschwerpunkt liegt in dem Auf- und Ausbau der Serviceorganisation im Unternehmen und der kunden- und wettbewerbsorientierten Ausrichtung des After Sales Service im Markt. Organisation, Servicevertrieb mit entsprechenden Wachstumsraten und Kundenzufriedenheit sowie dauerhafter Erfolg von Serviceorganisationen sind die Hauptmerkmale seiner langjährigen Tätigkeit im Service. Mit der Strukturierung aller erforderlichen Serviceprozesse, dem aktiven Einbinden der Servicemitarbeiter in die Prozessoptimierung schafft Axel Fischer die Grundlagen für die wirtschaftliche Abwicklung des Service im Unternehmen.

Jesko Herrmann

ist Leiter der Bertrandt AG. Dies umfasst unter anderem die Koordination der Angebotsphase aller Großprojekte, Steuerung der Projektkoordination und -unterstützung in allen Großprojekten in der Bertrandt Gruppe. Weiterhin verantwortet er die Entwicklung von neuen Methoden und Leistungen im Projektmanagement. Seit Januar 2003 war er in der Bertrandt Projektgesellschaft zunächst als Projektleiter tätig. Von April 2004 bis 2006 war er Leiter Projektmanagement Services. Jesko Herrmann verfügt über mehrjährige Erfahrung als Projektleiter und Key Account Manager in der Automobilbranche. Zwischen 1996 und 1999 arbeitete er im technischen Vertrieb bei einem Zulieferer, ab 1999 als Projektleiter und Key Account Manager bei verschiedenen Systemlieferanten

Matthias Holder

ist Leiter des neu gegründeten Segmentmanagements bei der manroland AG. Von 2006 bis Ende 2008 war er bereits Leiter Pricing / Marktentwicklung und etablierte das strategische Pricing und die Competitive Intelligence. Zuvor war er mehrere Jahre international als Management- und Prozessberater für die graphische Industrie tätig und leitete später die auf Strategieentwicklung, Investitionsberatung, M&As und Change-Projekte spezialisierte Business Unit einer global tätigen Beratungsgesellschaft für die graphische Industrie. Im Anschluß an eine technische Ausbildung im Druckgewerbe und mehrjähriger Tätigkeit in Produktionsleitungsfunktionen und Vertrieb von Druckereien, studierte er Wirtschaftsingenieurwesen mit der Fachrichtung Druck und Medien an der HDM Stuttgart.

Wolfgang Kordulla

ist seit 1999 Vertriebsleiter Europa und Koordination weltweit bei der KS Kolbenschmidt GmbH in Neckarsulm. Stationen seines beruflichen Werdegangs bei der KS Kolbenschmidt GmbH waren unter anderem Assistent der Geschäftsführung und Abteilungsleiter Einkauf Metalle. Zuvor war er als Leiter des Gesamteinkaufs tätig.

Lutz Lückert

ist seit April 2008 Leiter Stammdatenmanagement bei der MAN Turbo AG. Von 2002 bis 2008 war er Organisationskoordinator im Bereich After Sales Service. Zuvor war er als Leiter Controlling bei der tcn AG beschäftigt. Er studierte Betriebswirtschaft in Braunschweig und Dortmund. Nach seinem Studium war Lutz Lückert als Trainer und Organisationsprogrammierer tätig.

Michael Marx

ist Leiter des Geschäftsbereichs Industrie und Prokurist bei der Witzenmann GmbH in Pforzheim. Seit 2001 ist er verantwortlich für Vertrieb und Technik im Geschäftsbereich Industrie. Er begann seine Tätigkeit bei der Firma Witzenmann 1992 als Leiter eines Verkaufsteams für Kompensatorentechnik und ist seitdem in verschiedenen Bereichen tätig. Heute verantwortet er den weltweiten Vertrieb der Kompensatoren, Metallbälge und Metallschläuche für industrielle Anwendungen. Michael Marx hat Maschinenbau an der RWTH Aachen studiert.

Roland Priller

ist Leiter der Abteilung technischer Innendienst und Normung bei der KESSEL GmbH. Zuvor war er 17 Jahre in der Entwässerungstechnik beschäftigt. Er studierte Chemieingenieurwesen / Verfahrenstechnik an der Friedrich-Alexander-Universität in Erlangen. Nach seiner betriebswirtschaftlichen Zusatzausbildung war er als Betriebsleiter, im technischen Vertrieb und im Produktmanagement tätig.

Michael Roehr

Als Leiter des Bereichs CEM bei der Vaillant Group IT umfassen seine aktuellen Aufgaben Prozesse, Methoden und die dazu notwendigen Tools in den Bereichen Sales & Marketing. Der Schwerpunkte seiner Tätigkeit liegt in den Bereichen Prozessintegration und -vernetzung, Kundentransparenz im Sinne von Relationship Marketing, IT-Implementierung sowie CRM-Strategie. Der Bereich ist weltweit für alle Pre- und After Sales Prozesse verantwortlich.

Referenten CV

Ralf Schmid

ist Leiter Zentraleuropa und Prokurist beim Hersteller von Dichtungs- und Schwingungstechnik Freudenberg Simrit GmbH & Co. KG. Seit Oktober 2005 verantwortet er den Vertrieb im Unternehmen. Er war zuvor sowohl im Inland als auch im Ausland in verschiedenen Führungsfunktionen in Marketing/Vertrieb, Logistik, Controlling und Einkauf bei der BASF AG tätig. Zuletzt war er dort für das Europageschäft im Bereich Bremsflüssigkeit / Kühlmittel für die Automobilindustrie und den Handel verantwortlich. Ralf Schmid hat einen Master-Abschluss in Wirtschaftswissenschaften.

Steffen Schwerd

ist seit 2001 als Geschäftsleiter Verkauf beim mittelständischen Auftragsfertiger Kinkele GmbH & Co. KG in Ochsenfurt/Main tätig, mit den Schwerpunkten Führung und Organisation der Vertriebs- und Kalkulationsabteilung, der Außendienststruktur und Planung der Marketingaktivitäten des Unternehmens. Im Bereich Maschinenbau übernimmt das vielseitige und traditionsreiche Unternehmen die Fertigung, die Montage sowie den Probelauf von Sondermaschinen, Prototypen, kompletten Apparaten, Anlagen und Aggregaten. Hier handelt es sich häufig um Anlagenunikate bzw. Produkte in Losgröße eins. Nach seinem erfolgreichen Elektrotechnikstudium an der TU Ilmenau mit dem Schwerpunkt der Energieerzeugung durch regenerative Verfahren sammelte er umfangreiche Markterfahrungen als Vertriebs- und Marketingleiter eines Metallbauunternehmens in der Baubranche. Während des weiterbildenden Studiums an der Freien Universität Berlin wurden speziell die Bereiche Geschäftsbeziehungsmanagement und Unternehmensstrategie vertieft und das Studium mit dem Titel „Master of Business Marketing“ abgeschlossen.

Martin Wagner

ist seit 2008 Projektleiter Vertriebsanwendungen bei der Koenig & Bauer AG. Von 2004 bis 2008 war er als Vertriebsingenieur für francophone Länder Afrikas tätig. Nach abgeschlossener Lehre als Europa-Korrespondent war er als Sachbearbeiter Vertrieb bei der Koenig & Bauer AG beschäftigt.

Dienstag, 23. Juni 2009

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch **marcus evans** und den Vorsitzenden

HERAUSFORDERUNGEN UND ERFOLGSFAKTOREN EINES GLOBALEN UND KUNDENSPEZIFISCHEN ANGEBOTSMANAGEMENTS

09.15 Case Study

Erfolgreich verkaufen durch strategische Projektangebote in hoch differenzierten Kundenstrukturen und hartem Wettbewerb

- Know your customer's business
- Lösungsorientierte Beratung statt technologischer Exzesse in der Angebotsphase
- Stärken und Schwächen im Wettbewerbsumfeld kennen
- Technische Machbarkeit, Ergebnisqualität und Produktionskapazität sicherstellen

Matthias HolderLeiter Segmentmanagement
manroland AG

10.00 Case Study

Proaktives Angebotsmanagement als kritischer Erfolgsfaktor im Pre- und After Sales

- Angebote: Ein essenzieller Bestandteil der Firmenservices
- Standardisierung jedoch kein Standard
- Angebotsmanagement = Dialogmanagement
- Vernetzung des Angebotsmanagements
- Einbindung in die Vergütung

Michael RoehrLeiter Customer Experience Management
Vaillant GmbH

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 Case Study

Kundenindividuelles Angebotsmanagement im Maschinen- und Anlagenbau: Spezifische Anforderungen und Lösungsansätze

- Organisatorische und strukturelle Besonderheiten der Angebotserstellung im Maschinen- und Anlagenbau
- Beispielhaft für die Auftragsfertigung – 30 Branchen / 500 Kunden
- Aus Anfragen Aufträge machen: Strategien für eine effektive Auftragsgenerierung
- Effizienzsteigerung durch Berücksichtigung und Realisierung individueller Kundenwünsche
- Einzelentscheidung oder crossfunktionales Team?

Steffen SchwerdVerkaufs-, Vertriebs- und Marketingleiter
KINKELE GmbH & Co. KG

12.00 Case Study

Sales Process Management im Druckmaschinenbau

- Umfang und Grenzen der proprietären Lösung (Eigenentwicklung)
- Anforderungen an das Projektmanagement
- Globaler Ansatz – Herausforderungen und Risiken
- Vor- und Nachteile von Eigenentwicklungen

Martin WagnerProjektleiter Vertriebsanwendungen
Koenig & Bauer AG

12.45 Mittagspause

14.00 Case Study

Umsetzung eines effizienten und standardisierten Vertriebsprozesses am Beispiel ESA-Projekt der MAN Nutzfahrzeuge AG

- Komplexität des Angebotsmanagements bedingt durch die zunehmenden kundenindividuellen Wünsche und der damit verbundenen Variantenvielfalt
- Effektiver Einsatz von Produktkonfiguratoren und CRM-Systemen zur Optimierung der Vertriebsprozesse
- Competitive Bidding: Strategische Gestaltung von Preis- und Angebotskalkulation
- Überblick der Module für Sales, Aftersales und Fi/Co (Basis SAP)
- Projektorganisation für weltweiten Rollout (2004-2009)

Natalie KocherLeitung Sales systems & Process positions
MAN Nutzfahrzeuge AG

Buchungsinformation:

Madeleine Tischer

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: M.Tischer@marcusevansde.comwww.marcusevansde.com/AM09

PROFESSIONELLES ANGEBOTSMANAGEMENT: STRUKTURIERTEN ANGEBOTSPROZESS DEFINIEREN UND UMSETZEN

14.45 Case Study

Höhere Kundenzufriedenheit durch schnelle Prozesse sowie durch qualifizierte und kundenfokussierte Steuerung des Angebotsmanagements

- Wie können mehr Angebote in Aufträge gewandelt werden?
- Angebotsanfragen „prüfen“: Chancen, Potenziale, Entscheidungssituation prüfen
- Wo sollte der Hebel beim Aufbau eines professionellen Angebotmanagement-Systems angesetzt werden?
- Angebote sollen Aufträge generieren: Das „maßgeschneiderte Kundenangebot“
- Der Aufwand an Zeit und Personal muss mit den Erfolgsaussichten korrelieren
- Nutzung aller Kundenkontakte, um Aufträge zu generieren

Axel FischerBusiness Operations Manager Central Europe
GE Ultraschall Deutschland GmbH

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Case Study

Process Management in the Acquisition Phase (Siemens AG, Sector Energy)

- Process Management Overview (Why Processes? What is a process?)
- Siemens Process Framework (Reference Process House)
- Acquisition Phases according to PM@Energy
- Process Definition and Implementation
- Process Monitoring

Silvia E. BohrichLeiterin CRM Process Management
Siemens AG, Sector Energy

16.45 Case Study

Prozessmessung und ein dazugehöriges Reporting in der Angebotsphase des Ersatzteilprozesses

- Aufbau der Prozessmessung: Messpunkte, Kennzahlen, der Ersatzteilprozess, Schnittstellen
- Umsetzung mit SAP Business Warehouse und BExAnalyzer
- Ziel des Reportings: Zielgruppenorientierte, aussagekräftige Berichte
- Wirkung im Unternehmen und Ausblick

Lutz LückertLeiter Stammdatenmanagement
MAN Turbo AG

17.30 Diskussionsrunde

Interne Optimierungspotenziale und/oder externe Kooperationsmöglichkeiten für effizientere Angebotsprozesse

- Finanzkrise und sinkende Auftragseingänge als Herausforderung: Auswirkung und vorbeugende Maßnahmen für die Zukunft
- Angebotssteuerung und -kalkulation unter Berücksichtigung sich verknappter Ressourcen
- Produktkomplexität und kundenorientierte Flexibilität als Herausforderung im Angebotsmanagement
- Mehr als das Produkt – Services als Mehrwert etablieren und verkaufen

Es diskutieren Referenten des ersten und zweiten Konferenztages unter Einbeziehung des Plenums.

18.15 Abschließende Worte des Vorsitzenden

18.30 **marcus evans** lädt ein: Informelle Gesprächsrunde mit Sektempfang zum Ideenaustausch und Ausklang des ersten Tages. Dabei werden Ihnen die Referenten der Konferenz für Ihre individuellen Fragen zur Verfügung stehen.

Mittwoch, 24. Juni 2009

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch den Vorsitzenden

ANGEBOTSMANAGEMENT IN EINEM PRODUKT- UND PROJEKTGETRIEBENEN UMFELD UNTER BERÜCKSICHTIGUNG DER WETTBEWERBSINTENSITÄT

09.15 Case Study

Strategische Entwicklung der Kundenbeziehung im Bereich der projektorientierten Dienstleistung

- Kennzeichen der Kundenbeziehung im wissensintensiven Dienstleistungsbereich
- Schrittweiser Ausbau des Leistungsangebotes in der Zusammenarbeit zwischen Entwicklungsdienstleister und Kunde
- Ergänzende Dienstleistungsangebote bei produzierenden Unternehmen als Chance zur Differenzierung zum Wettbewerber

Jesko Herrmann

Leiter Projektgesellschaft

Jörn Beier

Geschäftsführer

Bertrandt AG

10.00 Case Study

Customer Value Added – Wertschöpfung bei Dienstleistungen durch und für den Kunden

- Das individuelle, nutzenbezogene und wettbewerbsorientierte Angebot – Abgrenzung von den Wettbewerbern durch die Schaffung eines Kundenmehrwertes
- Messung des Erfolges der Vertriebsaktivitäten
- Die Umsetzung von effektiven Maßnahmen um den Kundennutzen während der Angebotsphase zu erhöhen
- Strategische Kundenentwicklung – Erstellung von Kundenentwicklungsplänen in Abstimmung mit anderen Partnern
- Optimierung des Konfigurator auf die Bedürfnisse von Anwendern aus dem Vertrieb

Mario Backus

Manager Marketing Dienstleistungen

Endress+Hauser Messtechnik GmbH+Co. KG

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 Case Study

Angebotsmanagement im Projektumfeld und Preiskalkulation bei projektorientierten Anfragen

- Datenbasis-Plausibilitätsprüfung
- Priorisierung
- Wettbewerb der eigenen Standorte
- Einhaltung OPUS-Prozess
- Präsentation eines kaufmännischen, technischen Angebots

Wolfgang Kordulla

Vertriebsleiter Europa und Koordination weltweit

KS Kolbenschmidt GmbH

Buchungsinformation:

Madeleine Tischer

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: M.Tischer@marcusevansde.comwww.marcusevansde.com/AM09

DER EINSATZ VON IT-TOOLS ZUR EFFIZIENTEN UND DURCHGÄNGIGEN ANGEBOTS- UND AUFTRAGSABWICKLUNG

12.00 Case Study

IT-gestützte Optimierung und Automatisierung von Angebotserstellungsprozessen

- Angebotsausarbeitung und Angebotskalkulation im kundenfokussierten Projektumfeld
- Durchgehende, systematisierte und transparente Angebotsprozesse
- Reibungslose Zusammenarbeit zwischen den involvierten Units
- Effektiver Einsatz von IT-Anwendungen und Produktkonfiguratoren
- Weltweit standardisierte Prozesse

Ralf Schmid

Leitung Zentraleuropa, Prokurist

Freudenberg Simrit GmbH & Co. KG

12.45 Mittagspause

14.00 Case Study

Effiziente Angebotserstellung mit modifiziertem CRM-System

- Warum Angebotserstellung in einem eigenständigen CRM-System?
- Erfahrung aus drei Jahren Praxis mit über 100.000 Angeboten
- Variantenmanagement – Voraussetzung für eine weitere Optimierung
- Ansatzpunkte für Verbesserungspotenziale
- Entscheidungskriterien für die Auswahl eines Folgesystems

Roland Priller

Leiter der Abteilung technischer Innendienst und Normung

KESSEL GmbH

14.45 Case Study

Angebotsstellung und Auftragsabwicklung mit einem Produktkonfigurator mit ERP und CAD Anbindung

- Variantenkonstruktion mit einem Produktkonfigurator
- Standardisierte Angebotserstellung
- Automatisierte Auftragsabwicklung mit Anbindung an das ERP-System (SAP)
- Datenübertragung in das CAD-System (UG)

Michael Marx

Leiter des Geschäftsbereichs Industrie

Witzenmann GmbH

15.30 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden

15.45 Ende der Konferenz

Wir danken allen Personen und Firmen für die Unterstützung bei der Recherche und Konzeption dieser **marcus evans** Konferenz. Insbesondere möchten wir uns bei den Referenten für ihre Beiträge bedanken.

Dipl.-Kff. Edom Alemu

Conference Producer, General Business Division

marcus evans (Germany) Ltd.

Exhibitors at the conference

camos.

Zielgruppe

Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung, Direktoren, Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Abteilungen:

- Angebotsmanagement / Lead Management / Bid Management / Offer Management
- Vertrieb / Technischer Vertrieb
- Konfigurationsmanagement und -systeme
- Key Account Management
- Customer Relationship Management
- Vertriebscontrolling
- Projektmanagement
- Auftragsmanagement / Order Management
- Service / After Sales
- Prozessmanagement

aus Unternehmen der produzierenden Industrie

Angebotsmanagement in produzierenden Unternehmen 2009

ANMELDUNG

Bitte in **BLOCKSCHRIFT** ausfüllen

Die Kopfleiste bitte nicht entfernen oder verdecken. Sie enthält wichtige Informationen.

Buchungsinformation:

Madeleine Tischer

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: M.Tischer@marcusevansde.com

www.marcusevansde.com/AM09

Code 2.Pre

BL741

VERANSTALTUNG: ANGEBOTSMANAGEMENT IN PRODUZIERENDEN UNTERNEHMEN 2009
DATUM: 23. UND 24. JUNI 2009, HILTON, DÜSSELDORF

BITTE FAXEN SIE DIE AUSGEFÜLLTE VERBINDLICHE ANMELDUNG ZU:

Madeleine Tischer

AN FAX NR.: **+49 (0)30 890 61 434**

TEILNEHMER:

1.) Name

Position

E-mail

2.) Name

Position

E-mail

Unternehmen

Adresse

PLZ Ort

Tel. Fax

Unterschrift

Diese Buchung ist ohne Unterschrift ungültig.
Der Unterzeichnende muss berechtigt sein, im Namen des Vertragspartners zu unterzeichnen.
marcus evans: Marcus Evans (Germany) Ltd. Conference Division
Unter den Linden 21, D-10117 Berlin, Germany

Frühbucher bis 30.03.2009 10 % Rabatt

Teilnahmebetrag

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation Euro 2.699 zzgl. MwSt.
- Online Dokumentation Euro 799 zzgl. MwSt.

Software- / Beratungsunternehmen

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation Euro 3.299 zzgl. MwSt.
- Online Dokumentation Euro 799 zzgl. MwSt.

Die MwSt. beträgt 19 %. Der Teilnahmebetrag enthält 24 % Servicegebühr.

Zahlungsweise



Bitte belasten Sie meine: MasterCard VISA AmEx Diners Club

Karteninhaber

Adresse

Kartennummer gültig bis

CVV Nummer Unterschrift

Hotelbuchungen



Ihre Zimmerreservierung im Tagungshotel, zu günstigen Konditionen, nimmt die Agentur Easy Event GmbH gerne entgegen. Tel.: +49 (0)2166 33081 E-mail: info@easy-res.de

Hotel

Der Teilnahmebetrag beinhaltet nicht die Kosten der Unterbringung. Die Adresse des Tagungsortes lautet: Hilton Düsseldorf, Georg-Glock-Straße 20, 40474 Düsseldorf Tel.: +49 (0)211 43 77 0

Veranstaltungsmodalitäten

Wenn Sie 1 Woche vor Veranstaltungsbeginn kein Schreiben mit den Veranstaltungsinformationen erhalten, kontaktieren Sie bitte den Veranstaltungskordinator unter **marcus evans** Tel.: +49 (0)30 890 61 -265 / -214

Ihre Darstellung auf der Veranstaltung

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Unternehmen auf unserer Veranstaltung zu präsentieren. Wir stimmen gern ein individuelles Sponsorenpaket (z.B. Mittagessen, Abendveranstaltungen etc.) mit Ihnen ab. Stellen Sie Ihr Unternehmen als Lösungsanbieter einem breiten Fachpublikum vor. Nähere Informationen erhalten Sie von: **Anastasios Cafaltis, marcus evans** sponsorship, Tel.: +49 (0)30 890 61 269

Geschäftsbedingungen

1. Der Teilnahmebetrag beinhaltet die Online Dokumentation, Mittagessen und Getränke.
2. Zahlungsbedingungen: Nach dem Ausfüllen und Rücksenden des Anmeldeformulars muss der vollständige Betrag fünf Tage nach Rechnungszugang beglichen werden. Die Zahlung muss vor Veranstaltungsbeginn eingehen. Die Zahlung muss in Euro erfolgen.
3. Stornierung/Vertretung: Selbstverständlich ist die Nennung eines Ersatzteilnehmers jederzeit und ohne zusätzliche Kosten möglich. Alle Buchungen enthalten eine 50%ige Stornierungsgebühr nach Eingang eines unterschriebenen Anmeldeformulars bei **marcus evans** (wie oben definiert). Stornierungen müssen in schriftlicher Form, per E-Mail oder Fax sechs (6) Wochen vor Veranstaltungsbeginn eingehen, um eine Gutschrift für zukünftige **marcus evans** Veranstaltungen zu erhalten. Danach ist der volle Teilnahmebetrag gemäß Rechnung zu zahlen. Eine Nicht-Zahlung und eine Nicht-Teilnahme bedeuten keine Stornierung. Mit dem Unterschreiben dieses Vertrages stimmt der Kunde zu, dass im Falle von Streitigkeiten oder einer Stornierung **marcus evans** nicht in der Lage ist, seine Verluste mit weniger als 50% des Gesamtvertragswertes zu begleichen. Wenn **marcus evans**, aus unvorhersehbaren Gründen beschließt, die Veranstaltung abzusagen oder zu verschieben, ist **marcus evans** nicht haftbar für die Erstattung von Flug-, Hotel- oder anderen Reisekosten, die dem Kunden entstanden sind.
4. Copyprechte etc.: Alle intellektuellen Eigentumsrechte an allen Materialien, die von **marcus evans** in Zusammenhang mit dieser Veranstaltung produziert oder verbreitet werden, sind ausdrücklich reserviert und jegliche unerlaubte Vervielfältigung, Publikation oder Verbreitung ist untersagt.
5. Datenschutz: Der Kunde bestätigt, dass er **marcus evans** gebeten und zugestimmt hat, dass seine Kundendaten in der Datenbank der Unternehmen der **marcus evans**-Gruppe gespeichert werden. Diese Daten werden von Unternehmender **marcus evans**-Gruppe genutzt und an ausgewählte Dritte weitergeleitet, um den Kunden über Produkte und Dienstleistungen zu informieren, die für den Kunden von Interesse sein können. Wünscht der Kunde keine weitere Zusendung derartiger Informationen, wird er gebeten, sich dies bezüglich an das örtliche **marcus evans**-Büro zu wenden oder eine E-Mail zu schreiben an gleavep@marcusevansuk.com Telefonanrufe können zu Trainingszwecken und aus Sicherheitsgründen aufgezeichnet werden.
6. Obwohl alle angemessenen Anstrengungen unternommen werden, um dem angegebenen Programmpaket zu entsprechen, behält sich **marcus evans** das Recht vor, das Veranstaltungsdatum, Veranstaltungsinhalte oder den Veranstaltungsort zu ändern. In dem Fall, dass **marcus evans** die Veranstaltung aus wichtigen Gründen endgültig absagt (einschließlich, aber nicht ausschließlich aus Gründen höherer Gewalt) und vorausgesetzt, dass die Veranstaltung nicht auf einen späteren Zeitraum verschoben wurde, erhält der Kunde eine Gutschrift über den für diese Veranstaltung bezahlten Betrag, mit einer Gültigkeitsdauer von einem Jahr für eine andere **marcus evans** Veranstaltung in Europa. Es werden keine Rückerstattungen in bar oder Alternativangebote erfolgen.
7. Geltendes Recht: Dieser Vertrag soll reguliert und ausgelegt werden nach dem Law of England und die Parteien unterwerfen sich der ausschließlichen Rechtssprechung der English Courts in London. Jedoch ist nur **marcus evans** berechtigt, auf dieses Recht zu verzichten und sich der Rechtssprechung der Gerichte zu unterwerfen, in dem sich die Geschäftsstelle des Kunden befindet.