

Steuerung & Optimierung des Vertriebes im Maschinen- und Anlagenbau

Effiziente Gestaltung der Vertriebsorganisation durch rationale Prozesse, systematische IT-Unterstützung und klare Verkaufsstrategien unter Einbindung von Vertriebsmitarbeitern und Handelspartnern



Pullman Stuttgart Fontana

19. & 20. Mai 2011

Profitieren Sie u.a. von folgenden Themenschwerpunkten:

- Konzepte zur Vertriebsorganisation und deren strategische Ausrichtung
- Durch Lead Management und Strukturierung des Verkaufsprozesses zur optimierten Sales Effizienz
- Systematische Top-Down Planung: Markt- und Wettbewerbsanalyse als Basis einer marktorientierten Unternehmensführung
- Change Management, optimale Führungsstruktur und effizientes Kompetenzmanagement im Vertrieb
- Länderspezifischen Vertriebskonzepte: Ausrichtung der Vertriebsstrategie an die verschiedenen und veränderten Märkte
- Intelligenter Einsatz von CRM zur Unterstützung des Vertriebes und Ausblick auf die nächste Stufe – xRM
- Effiziente Angebots- und Vertriebsabwicklung durch optimalen Informationsfluss zwischen Vertriebsingenieur, Abwickler und Produktion
- Vertrieb im Service-Geschäft – Maßnahmen zur effektiven Händlerentwicklung

Plus: Podiumsdiskussion an Tag 1:

Vertrieb im Wandel – wie wirken sich die steigenden Marktanforderungen und der interne Kostendruck auf die Vertriebsorganisation aus?

Frühbucherrabatt 10 %:

bei Buchung bis 21.01.2011

Co Sponsor:



Media Partners:



Kooperationspartner:



„Kontinuierliche Verbesserung ist besser als HIN-AUS--GE---SCHO-----BENE Perfektion.“

Mark Twain

Unternehmen, die es verstehen ihre Vertriebsorganisation durch die systematische Verfolgung einer Vertriebsstrategie, einer integrierten Datenhaltung und einer optimierten Prozessgestaltung effizient zu steuern, generieren im Kontext steigender Marktdynamik und Kundenansprüche nachhaltige Wettbewerbsvorteile.



Referenten:

Markus Gschwandtner
Sales Director
Brückner Maschinenbau GmbH & Co. KG

Dr. Andreas Lorenz
Program Manager Sales Excellence
Bühler Management AG

Arved von Bieberstein
Leiter Vertriebsprozessoptimierung
CLAAS Global Sales GmbH

Jürgen Gabriel
Leiter Service Sales Support, Product Management & Dealer Development
Deutz AG

Wolfgang Hansen
Leiter Marketing & Vertrieb
GEA Wiegand GmbH

Dr. Jürgen Heller
Executive Vice President Sales
Hauni Maschinenbau AG

Michael Hopke
Senior Partner und Berater
KP2 GmbH, Kreuzer & Partners

Jürgen Schwarz
Leiter Vertriebsinnendienst
KUKA Roboter GmbH

Kolja Tönges
Teamleiter Wissensmanagement & Vertriebssoftware
Liebherr-Werk Biberach GmbH

Ulrich Hildebrandt
Abteilungsleiter Sales Concepts
Linde Material Handling GmbH

Martin Schmalfuß
Leiter Market Intelligence und strategisches Business Development
Maschinenfabrik REINHAUSEN GmbH

Josef Zerle
Bereichsleiter Vertrieb / Vice President Sales
MICHAEL WEINIG AG

Klaus Schwally
Geschäftsbereichsleiter Vertrieb und Service Deutschland
Multivac Sepp Haggenmüller GmbH & Co. KG

Bernd Hotze
Leiter Marketing & Vertrieb - Neue Märkte
SICK AG

Hartmut Gleim
Senior Manager, IT.Services, Development SAP
SMA Solar Technology AG

Egon Tränkle
Gruppenleiter Vertriebs- und Serviceapplikationen
TRUMPF GmbH & Co. KG

Andreas Lorenz

studierte Maschinenbau an der Technischen Universität Hamburg. Anschließend promovierte er im Wirtschafts-Ingenieurwissenschaftlichen Bereich über den branchenspezifischen Einsatz laserbasierter Produktionssysteme. Nach einer technischen Führungsfunktion im Werkzeugmaschinenbau wirkt Herr Lorenz seit 2008 bei der Bühler AG als Change Manager. Seit 2010 verantwortet er als Programm Leiter Sales Excellence den Bereich Sales Training, CRM und Effizienz - Initiativen.

Arved von Bieberstein

trat nach seinem Abschluss als Dipl.-Wirtschaftsingenieur (FH) im Jahr 2000 zunächst in eine der führenden Unternehmensberatungsgesellschaften ein und konzentrierte sich dabei auf Prozess- und Organisationsberatung in Marketing und Vertrieb. Im Anschluss wechselte er in die Geschäftsfeldentwicklung eines Private Equity Unternehmens bevor er 2008 in die CLAAS Gruppe eintrat. Aus einer Stabsstelle im Ressort Vertrieb heraus arbeitet er dort an der Optimierung von Vertriebsprozessen.

Egon Tränkle

ist langjähriger Prozess- und Anwendungsberater bei großen Mittelständlern wie Lapp Kabel und FESTO. Heute wirkt Egon Tränkle als Projektmanager und leitet seit mehreren Jahren die IT-Betreuung für Vertriebs- und Serviceapplikationen der international aufgestellten TRUMPF Gruppe.

Josef Zerle

studierte Holztechnik an der FH Rosenheim und sammelte 1991 seine ersten Erfahrungen als Verkaufsingenieur bei einem deutschen Maschinenbauer. Nach verschiedenen Stationen bei französischen und deutschen Maschinebauunternehmen übernahm er 1998 als CEO eine US Tochtergesellschaft. Ab 2003 leitete er von der Konzernzentrale der Michael Weing AG aus die Verkaufsorganisation der Region West (Europa Afrika, MNO und LAM). Seit 2010 ist er der strategischer Vertriebsleiter für das Vertriebsnetz der Weing Gruppe

Jürgen Gabriel

ist seit über 25 Jahren in leitenden Funktionen bei der DEUTZ AG tätig, davon die meiste Zeit im Bereich Service. Durch die verschiedenen Funktionen konnten Erfahrungen in den Bereichen Ersatzteilmanagement, Logistik, Beschaffung und überwiegend im Vertrieb gesammelt werden. Seit Anfang 2010 ist er Leiter des Bereiches Service-Vertriebsunterstützung, Service-Produktmanagement und Händlerentwicklung

Jürgen Schwarz

hat auf Basis der Mechatronik Ausbildung und eines Aufbaustudiums Elektrotechnik sowie mehrjähriger Berufserfahrung die technischen Voraussetzungen für den Vertrieb geschaffen. Besonders wertvolle Erfahrungen im Vertrieb hat er in der strategischen Gewinnung von Neukunden, Aufbau neuer Kerngeschäftsfelder, Aufbau und Leitung internationaler Key Account Teams sowie im Umbau von Innendienstorganisationen zum umsatzverantwortlichen Kundenmanagement. Vertriebsprozessoptimierung in Kombination mit der Einführung von CRM runden seinen wesentlichen Erfahrungsschatz ab.

Klaus Schwally

sammelte 1990 seine ersten Erfahrungen als Verkäufer mit geschäftsleitenden Tätigkeiten bei einem Elektroanlagenbauer in den neuen Bundesländern. Als gelernter Werkzeugmacher und Ingenieur für Produktionstechnik blickt er auf über 15 Jahre Führungserfahrung von Veränderungsprojekten in der Produktion, für Vertriebsorganisationen und für Marktentwicklungen zurück. Seit 2008 ist Klaus Schwally als Geschäftsbereichsleiter Vertrieb und Service Deutschland für sämtliche Lieferungen und Leistungen der Multivac Gruppe in Deutschland verantwortlich.

Kolja Tönges

absolvierte ein Studium zum Dipl.-Betriebswirt (BA), Fachrichtung Internationales Marketing. Er war an der Einführung von CRM-Systemen in den USA vor 14 Jahren beteiligt, also von „Anfang an dabei“. Darüber hinaus leitete er Firmensanierungen und arbeitete branchenübergreifend als Trainer und Berater in verschiedenen Unternehmen. Im Jahr 2010 gewann er mit der Einführung eines CRM-Systems bei der Firma Liebherr den CRM - „Best-Practice“ - Award.

Markus Gschwandtner

ist Verkaufsleiter bei Brückner Maschinenbau GmbH & Co KG, dem weltweit führenden Hersteller von Sondermaschinen für die Herstellung von Kunststofffolie. In dieser Funktion leitet er Verkaufsteams mit internationaler Prägung und ist für deren Einbindung in den operativen internen Ablauf verantwortlich. Herr Gschwandtner blickt auf über 20 Jahre internationale Erfahrung in dieser Branche zurück, war zuvor für das weltweite Marketing verantwortlich und hat als Techniker diese Sondermaschinen jahrelang bei Kunden aufgebaut, eingefahren und übergeben.

Martin Schmalfuß

studierte Betriebswirtschaftslehre an der technischen Universität Dresden und der International Business School Jonkoping. Nach seiner Tätigkeit als Management Trainee bei der Rheinmetall AG wechselte er zur Firma Henkel KGaA in das strategische Marketing des Industrieklebstoffgeschäfts und war danach im Vertrieb für den Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes verantwortlich. Heute ist Herr Schmalfuß bei der REINHAUSEN Gruppe für den Bereich Market Intelligence und strategisches Business Development verantwortlich.

Michael Hopke

studierte Betriebswirtschaft mit Fachrichtung Datenverarbeitung an der Berufsakademie Mannheim. Als Vertriebsbeauftragter bei IBM in Saarbrücken und CompuNet AG in Nürnberg, Großkunden Manager und Leiter Geschäftskundenvertrieb für Nordbayern des Deutschen Telekom Konzerns sammelte er umfassende Vertriebs- und Managementenerfahrung. Ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit waren die bayernweite Implementierung einer Vertriebsmethodik sowie die Weiterentwicklung der Vertriebsmitarbeiter in Richtung eines ganzheitlichen Lösungsvertriebs. 2005 wechselte Michael Hopke als Director International Sales zur Swyx Solutions AG in Dortmund. 2009 trat er als Senior Partner bei der KP2 GmbH ein, einer international operierenden Vertriebsberatung.

Ulrich Hildebrandt

absolvierte ein Studium des Wirtschaftsingenieurwesens an der TU Darmstadt. Nach einer Tätigkeit im Verkauf (Regionalleiter im Vertrieb Deutschland), war er in verschiedenen Positionen im Produktmanagement und (strategischem) Marketing in der Linde AG und Linde Material Handling (u.a. Abteilungsleiter Produktmanagement Frontstapler) tätig. Jetzt ist Herr Hildebrandt in weltweiter (Matrix-) Verantwortung für Vertriebswerkzeuge und -training im Vertriebsbereich Neufahrzeuge zuständig und darüber hinaus in der Leitung verantwortlich für internationale (Wachstums-) Projekte, u.a. einer Produkteinführung in Asien.

Wolfgang Hansen

hat 1975 sein Diplom in der Fachrichtung Verfahrenstechnik an der TH Karlsruhe und 1992 den Master of Business Marketing an der FU Berlin erworben. Seinen Berufsweg begann er 1975 als Projekttechniker für Wasseraufbereitungsanlagen in Kraftwerken bei der Firma BBC Mannheim. Danach war er als Projekttechniker für Gasreinigungsanlagen bei der Wiegand Karlsruhe GmbH tätig. Im Jahr 1982 wechselte er als Leiter Vertriebsinnendienst zur Fa. ALLDOS Dosieranlagen, Pfinztal und wurde 1983 als stellvertretender Abteilungsleiter Vakuumtechnik bei der GEA Wiegand GmbH eingestellt. Im Jahr 1992 übernahm er dort die Leitung der Marketingabteilung und ist seit 1998 als Director Marketing & Sales tätig.

Donnerstag, 19. Mai 2011

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch **marcus evans** und den Vorsitzenden**AUFBAU EINER PROFESSIONELLEN VERTRIEBSORGANISATION DURCH VERBINDUNG DER STRATEGISCHEN UND OPERATIVEN EBENE**09.15 **Case Study:****Auswahl der Merkmale zur Steuerung des Vertriebes und Erkennung des Kunden-/Marktpotentials als Grundlage der Vertriebsorganisation**

- Informationsgewinnung über den Markt, die Marktbeteiligten und das Marktumfeld
- Bestimmung der Marktposition und Festlegung der Vertriebsziele
- Konzept der Vertriebsorganisation und deren strategische Ausrichtung
- Praktische Umsetzung des Vertriebskonzeptes
- Sinnvoller Einsatz von CAS und CRM Tools

Wolfgang HansenLeiter Marketing & Vertrieb
GEA Wiegand GmbH10.00 **Vertrieboptimierung und -steuerung: eine ganzheitliche Management-Aufgabe**

- Strategie & Organisation: Wohin wollen wir und wie stellen wir uns auf?
- Prozesse: Auf welchem Weg kommen wir zum Ziel?
- Menschen: Ziehen alle an einem Strang – und in die gleiche Richtung?
- Werkzeuge: Hilfreich oder nur aufwändig?

Michael HopkeSenior Partner und Berater
KP2 GmbH, Kreuzer & Partners

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study:****Systematische Top-down Planung zur strategischen Steuerung des Vertriebes**

- Ziele und Nutzen der Top-down Planung
- Markt- und Wettbewerbsanalyse als Basis einer marktorientierten Unternehmensführung
- Die Top-down Planung aus der prozessualen Perspektive
- Integration der Top-down Planung in den Budgetprozess

Martin SchmalfußLeiter Market Intelligence und strategisches Business Development
Maschinenfabrik REINHAUSEN GmbH12.00 **Case Study:****Die Führungsstruktur so gestalten, dass die Strategie operativ gut von den Vertriebsmitarbeitern umgesetzt werden kann**

- globale Vertriebsaktivitäten
- Expats vs. lokale Mitarbeiter
- interkulturelle Fähigkeiten
- Personalentwicklung, Personalauswahl und Personal Portfolio Analyse

Dr. Jürgen HellerExecutive Vice President Sales
Hauni Maschinenbau AG

12.45 Mittagspause

14.00 **Case Study:****Change Management im Vertrieb – Aus Sicht eines Maschinenbauers im Investitionsgüter-Bereich**

- Geändertes Kundenverhalten
- neue Kommunikationswege zum Kunden
- internes Risikomanagement
- Teamverhalten der Verkäufer

Markus GschwandtnerSales Director
Brückner Maschinenbau GmbH & Co. KG**Buchungsinformation:**

Izzet Maral

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: Izzet.Maral@marcusevansde.comwww.marcusevansde.com14.45 **Case Study:****Effizientes Kompetenzmanagement im Vertrieb**

- Einbettung des Kompetenzmanagements in die Business Strategie als Hebel für Zielrelevanz
- Das Kompetenzmodell als Kern des Kompetenzmanagements
- Der Verkaufsprozess als Eckpfeiler des Kompetenzmanagements
- Der Prozess des Kompetenzassessments und -follow-up

Ulrich HildebrandtAbteilungsleiter Sales Concepts
Linde Material Handling GmbH

15.30 Kaffee- und Teepause

DURCH ANGEPASSTE KONZEPTE DEN VERTRIEB IN DEN VERSCHIEDENEN MÄRKTEN ERFOLGREICH GESTALTEN16.00 **Case Study:****Umsetzung von länderspezifischen Vertriebskonzepten zur Vertriebspartnerentwicklung im internationalen Vertrieb**

- Gestiegene Anforderungen an das Vertriebsnetz durch technologischen Wandel und globale Wissensverfügbarkeit
- Kompetenz und Qualität im Absatzkanal ist heute eine Voraussetzung nicht mehr eine besondere Qualifikation
- Ausrichtung der Vertriebsstrategie an die veränderten Märkte
- One face to the Customer – Selektion des richtigen Gesichtes
- Globalisierte Produkte erfordern lokale Mehrwert-Verkäufer
- Langfristige und nachhaltige Vertriebspartnerentwicklung

Josef ZerleBereichsleiter Vertrieb / Vice President Sales
Michael Weing AG16.45 **Case Study:****Vertriebs- und Service-Exzellenz am Beispiel der Länderorganisation „Multivac Deutschland“ im Umfeld einer weltweit agierenden Unternehmensgruppe mit über 60 eigenständigen Länderorganisationen**

- Multivac Sepp Hagenmüller GmbH & Co. KG weltweit
- Grundlagen/Basis einer erfolgreichen Länderorganisation
- Leitbild/-werte
- Strategie und Umsetzung: Marktverantwortung; Vertriebs- und Serviceaufgabe; Strategische Ziele; Organisation / Systeme / Hilfsmittel; Zeitplan / Umsetzung
- Zusammenfassung

Klaus SchwallyGeschäftsbereichsleiter Vertrieb und Service Deutschland
Multivac Sepp Hagenmüller GmbH & Co. KG

17.30 Diskussionsrunde

18.15 Abschließende Worte des Vorsitzenden

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

Exhibitors at the Conference:

**camos.**

Freitag, 20. Mai 2011

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch den Vorsitzenden

09.15 Case Study:

tba

Bernd Hotze

Leiter Marketing & Vertrieb - Neue Märkte

SICK AG

GEEIGNETE PROZESSGESTALTUNG IM VERTRIEB UND IM UNTERNEHMEN FÜR EINE EFFEKTIVE AUSSENWIRKUNG

10.00 Case Study:

Durch Lead Management und Meilensteine zur optimierten Sales Effizienz im Maschinen- & Anlagenbau

- Strukturierung der Verkaufsprozesse durch 4-phasigen Verkaufsprozess
- Controlling für eine schlagkräftige Sales Force
- Füllung der Pipeline durch effektives Lead Management an der Schnittstelle Marketing vs. Vertrieb
- Steigerung der Hitrate und Forecast – Qualität durch definierte Meilensteine und Aktionen

Dr. Andreas Lorenz

Program Manager Sales Excellence

Bühler Management AG

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 Case Study:

Mehr Umsatz mit dem „Vertriebsaktiven Innendienst“

- Innendienst und Außendienst, ein strategisches Team
- Kaltakquise im Innendienst
- B- und C- Kundenbetreuung durch den Innendienst
- Steuern und motivieren mit Zielen
- Netzwerke mit ähnlichen Firmen

Jürgen Schwarz

Leiter Vertriebsinnendienst

KUKA Roboter GmbH

12.00 Case Study:

Erfolgreiche Geschäftsentwicklung im Service-Geschäft durch Maßnahmen zur Händlerentwicklung

- Servicestrategie händler- und kundenorientiert ausrichten
- Gestiegene Anforderungen an das Händlernetz durch technologischen Wandel, d.h. Kompetenz ist heute eine Voraussetzung, nicht mehr eine besondere Qualifikation
- Was charakterisiert heute das DEUTZ Service Geschäft – daraus abgeleitet das Verständnis und Maßnahmen zwecks "Business Development" im Service Geschäft
- KPI Management: "Bessere Performance – mehr Verdienst"

Jürgen Gabriel

Leiter Service Sales Support, Product Management & Dealer Development

Deutz AG

12.45 Mittagspause

14.00 Case Study:

Effiziente Angebots- und Vertriebsabwicklung kundenindividueller Produkte

- Überblick Vertriebs- und Produktionsstruktur und deren Herausforderungen
- Abbildung der individueller Produktvarianten und Kundenwünsche
- Optimaler Informationsfluss zwischen Vertriebsingenieur, Abwickler und Produktion
- effiziente Auftragsabwicklung durch Vermeidung von Medienbrüchen

Egon Tränkle

Gruppenleiter Vertriebs- und Serviceapplikationen

TRUMPF GmbH + Co. KG

Buchungsinformation:

Izzet Maral

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: Izzet.Maral@marcusevansde.comwww.marcusevansde.com

INTEGRATION VON EDV-SYSTEMEN UND EFFEKTIVES DATENMANAGEMENT ALS VORAUSSETZUNG ZUR STEUERUNG DES VERTRIEBES

14.45 Case Study:

Erfolgreiche Datenkonsolidierung und Prozessmanagement mithilfe eines CRM-/xRM-Systems

- Wie können Daten durch ein CRM konsolidiert und Inkonsistenzen visualisiert werden?
- Dialog- und Formularbasiertes Prozessmanagement
- Die nächste Evolutionsstufe: Von CRM zu xRM - ein Ausblick in die Zukunft von xRM

Kolja Tönges

Teamleiter Wissensmanagement & Vertriebssoftware

Liebherr-Werk Biberach GmbH

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Case Study:

Distribution IT als Schlüssel zur Professionalisierung globaler Vertriebsnetze

- Professionalisierung globaler Vertriebsnetze durch ein Angebot integrierter Prozesslösungen
- Systematische Marktbearbeitung und Customer Relationship Management
- Fehlerfreie Produktkonfiguration im Order Capturing and Processing
- Forecast und Planung als Kernelemente des Netzwerkmanagements

Arved von Bieberstein

Leiter Vertriebsprozessoptimierung

CLAAS Global Sales GmbH

16.45 Case Study:

tba

Hartmut Gleim

Senior Manager, IT.Services, Development SAP

SMA Solar Technology AG

17.30 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden

17.45 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.

Christin Santos

Conference Producer

marcus evans (Germany) Ltd.

Zielgruppe

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

- Vertrieb
 - Sales/Verkauf
 - Technischer Vertrieb
 - Vertriebssteuerung
 - Vertriebsprozesse
 - Vertriebsmanagement
 - Außendienst
 - Lead Management
 - Key Account Management
 - Business Development
 - Marketing
 - CRM
 - Kundenmanagement
- aus Unternehmen des Maschinen-, Anlage- und Gerätebaus**

Steuerung & Optimierung des Vertriebes im Maschinen- und Anlagenbau

ANMELDUNG

Bitte in **BLOCKSCHRIFT** ausfüllen

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

Code **Prelaunch210111**

VERANSTALTUNG: STEUERUNG & OPTIMIERUNG DES VERTRIEBES IM MASCHINEN- UND ANLAGENBAU

DATUM, ORT: 19. & 20. MAI 2011, PULLMAN STUTTGART FONTANA

BITTE FAXEN SIE DIE AUSGEFÜLLTE VERBINDLICHE ANMELDUNG ZU:

Izzet Maral

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 24.01.2011: **10 % Rabatt**

Teilnehmerbetrag

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation** Euro **2.099** zzgl. MwSt.
 Online Konferenzdokumentation Euro **799** zzgl. MwSt.

Software-, Hardware- / Beratungsunternehmen

- 2 Tage Konferenz + Online Dokumentation** Euro **3.499** zzgl. MwSt.
 Online Dokumentation Euro **799** zzgl. MwSt.

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

Zahlungsweise

Bitte belasten Sie meine: MasterCard VISA AMERICAN EXPRESS Diners Club

Karteninhaber

Adresse

Kartennummer gültig bis

CVV Nummer Unterschrift

Buchungsinformation:

Izzet Maral

Tel: +49 (0)30 890 61 240

Fax: +49 (0)30 890 61 434

E-Mail: Izzet.Maral@marcusevansde.com

www.marcusevansde.com

BL976

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 Teilnehmerbetrag beinhaltet nicht die Kosten der Unterbringung. Die Adresse des Tagungsortes lautet:
Hotel InterContinental Berlin, Budapester Straße 2, D-10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 26 02 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 -213 / -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

Themenvorschläge:

Bitte teilen Sie uns Ihre Themenvorschläge für zukünftige Konferenzen mit:

.....
.....
.....

Geschäftsbedingungen

- Der Teilnehmerbetrag beinhaltet die Online Dokumentation, Mittagessen und Getränke.
- 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.
- 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 Teilnehmerbetrag 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.
- Copyright 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.
- 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.
- 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.
- 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.