

Internationaler Handelskongress

15./16. April 2008 · InterContinental Hotel · Berlin



Corporate Responsibility – Responsible Trade

Wege zu mehr Nachhaltigkeit in Handel und
Konsumgüterwirtschaft!

Es referieren und diskutieren u.a.:



Felix Ahlers
Vorstand Marketing
und Vertrieb
FRoSTA AG



Gerd Billen
Vorstand Verbraucher-
zentrale Bundesver-
band e.V.



Dr. Andrej Busch
Mitglied des Bereichs-
vorstands Deutsche
Post World Net



Jürgen J. Maas
Metro AG;
Präsident AVE e.V.



Prof. Dr. Helmut Merkel
Vorstand Arcandor AG



Dieter Overath
Geschäftsführer
TRANSFAIR/RUGMARK
e.V.



Werner Wutscher
Vorstand
REWE Group Austria
e.V.

Erich Harsch, künftiger Vorstandsvorsitzender dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

Dr. Johann Seif, Head of Supply Chain Operations Detergents Henkel KGaA

Achim Lohrie, Division Manager Corporate Responsibility Tchibo GmbH

George Jaksch, Senior Director Corporate Responsibility and Public Affairs Chiquita International S.G.

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

Wolfgang Gregor, Chief Sustainability Officer Osram GmbH

Dr. Alexandra Hildebrandt, Leiterin Kommunikation Arcandor AG

Andreas Streubig, Division Manager Corporate Responsibility Otto Group

Dr. Peter Sieber, Bereichsleiter Untersuchungen STIFTUNG WARENTEST

Jan Furstenborg, Head of Department UNI Commerce UNI Commerce Global Union

Petar Sobic, Global Supplier Assurance Director Unilever plc.

Heinz-Dieter Koepe, Senior Advisor Foreign Trade Association (FTA)

Georg Abel, Bundesgeschäftsführer DIE VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Alfons L. Schmid, former Vice President Product Safety and Consumer Affairs

Royal Ahold

Die Themenfelder:

- **Corporate Social Responsibility** – Kurzfristiger Trend oder langfristige Entwicklung?
- **Die Quadratur des Kreises** – Wie lassen sich nachhaltige Entwicklung und ökonomischer Nutzen vereinbaren?
- **Ethical Sourcing** – Wie kauft der Einzelhandel morgen ein?
- **Green Logistics** – Welche Strategien führen zu mehr Nachhaltigkeit in der Supply Chain? Kann Klimaschutz zum Wettbewerbsvorteil werden?
- **Umwelt- und Sozialstandards** – Wie kann der Handel seine Lieferanten steuern? Wie können Hersteller Produkte und Prozesse nachhaltig gestalten?
- **Nachhaltige Kommunikation** – Wie wird Nachhaltigkeit glaubhaft kommuniziert?
- **Corporate Citizenship** – Wie müssen Stakeholderbeziehungen zukünftig ausgerichtet werden?
- **Fair Trade** – Nische oder Mainstream?
- **Öko-Ökonomikus** – LOHAS statt Geiz ist Geil?
- **Nachhaltigkeit und der deutsche Konsument** – Wie viel ist er bereit dafür zu zahlen?

+ **Fachausstellung Global Retail Forum 2008**

Keynote Speaker:



Olaf Scholz
Bundesminister für
Arbeit und Soziales

Top-Sponsoren:



Sponsor:



Product Service

Medienpartner:



Das Programm

1. Tag / 15. April 2008

Vorsitz: Jan Eggert, Hauptgeschäftsführer Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE), Köln

Sustainability and Corporate Responsibility – Die neuen Rahmenbedingungen für den Handel und seine Partner

10.00 - 10.05 Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm durch den Vorsitzenden

10.05 - 10.25 **Globalisierung und Nachhaltigkeit – Chancen und Herausforderungen für den Handel**

Jürgen J. Maas, Metro AG, Düsseldorf; Präsident Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE), Köln



10.25 - 11.55 **Corporate Responsibility als Teil unternehmerischen Handelns**

Erich Harsch, künftiger Vorstandsvorsitzender dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, Karlsruhe



10.55 - 11.20 Kommunikations- und Kaffeepause

Global Retailing und CSR – Nachhaltiges Handeln als Herausforderung für Handel und Hersteller

11.20 - 11.50 **Der ökonomische Nutzen von Corporate Responsibility – Die Perspektive von Tchibo**

Achim Lohrie, Division Manager Corporate Responsibility Tchibo GmbH, Hamburg



11.50 - 12.20 **Nachhaltig Handeln und Produzieren – Chancen und Perspektiven für den Markenartikelhersteller**

Felix Ahlers, Vorstand Marketing und Vertrieb FRoSTA AG, Bremerhaven



12.20 - 12.50 **Nachhaltiges Handeln als Baustein der Unternehmensphilosophie – Die Perspektive der REWE Group**

Werner Wutscher, Vorstand REWE Group Austria, Wiener Neudorf/Österreich



12.50 - 14.00 Lunch- und Kommunikationspause

Corporate Responsibility – Verantwortung als Herausforderung und Chance

14.00 - 14.30 **Verbrauchermacht und Verantwortung – Herausforderungen und Chancen für Handel und Hersteller**

Gerd Billen, Vorsitzender Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), Berlin



14.30 - 14.50 **Mehr Moral im Markt der Mode – Ein aktueller Trend und wie der Handel davon profitieren kann**

Thilo Lohmüller, Division Manager Textilmarktforschung GfK AG, Nürnberg



14.50 - 15.20 **Die Ermittlung sozialer Verantwortungsübernahme im Rahmen von Warentests**

Dr. Peter Sieber, Bereichsleiter Untersuchungen STIFTUNG WARENTEST, Berlin



15.20 - 15.50 Kommunikations- und Kaffeepause

Global Sourcing – Welche Strategien verfolgen die internationalen Key Player?

15.50 - 16.20 **Kostentreiber und Erfolgsfaktoren der globalen Beschaffung in Handel und Konsumgüterindustrie**
Vorstellung der Ergebnisse einer aktuellen Befragung unter internationalen Key Playern

Kai M. Beckmann, Manager Competence Center Retail & Consumer PricewaterhouseCoopers AG, Hamburg



16.20 - 16.40 **Die Business Social Compliance Initiative – Globale Plattform zur Verbesserung der Sozialstandards in der Lieferkette**

Heinz-Dieter Koeppe, Senior Advisor Foreign Trade Association (FTA), Brüssel/Belgien



16.40 - 17.10 **CSR in der Supply Chain – Was können Unternehmen zukünftig tun?**
Die Perspektive von Henkel

Dr. Johann Seif, Head of Supply Chain Operations Detergents Henkel KGaA, Düsseldorf



17.10 - 17.40 **Sustainable Agriculture - Projekte für mehr Nachhaltigkeit bei Chiquita**

George Jaksch, Senior Director Corporate Responsibility and Public Affairs Chiquita International S.G., Antwerpen/Belgien



17.40 - 18.10 **Corporate Social Responsibility in Food Retailing – The challenges of inventing and implementing an effective food safety strategy in a global company**
Die Perspektive von Royal Ahold

Alfons L. Schmid, früherer Stellvertretender Vorsitzender im Bereich Lebensmittelsicherheit und Verbrauchergesundheit, ROYAL AHOLD, Zaandam/Niederlande



18.10 - 18.30 **Sektempfang**

Ab 18.30 AVE-Branchentreff

Get-Together beim Internationalen Handelskongress 2008

Zum Abschluss des ersten Kongresstages laden die Veranstalter die Mitglieder der AVE und die Teilnehmer des Internationalen Handelskongresses 2008 zum AVE-Branchentreff ein. Nutzen Sie die Gelegenheit in angenehmer Atmosphäre neue Kontakte zu knüpfen und spannende Gespräche mit Referenten, Ausstellern und Kongressbesuchern zu führen.

2. Tag / 16. April 2008

Nachhaltigkeit und Soziale Verantwortung in der Beschaffung – Herausforderungen für Handel und Hersteller

Vorsitz: Britta Gallus, Geschäftsführerin Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (HDE), Berlin; Leiterin des HDE-Büros Brüssel

9.00 - 9.20 **Ethical Trade – Perspektiven für eine faire Partnerschaft**

Dieter Overath, Geschäftsführer TRANSFAIR/RUGMARK e.V., Köln



9.20 - 9.40 **Corporate Social Responsibility – The perspective of a global union**

Jan Furstenborg, Head of Department UNI Commerce UNI Commerce Global Union, Nyon/Schweiz

9.40 - 10.00 **Nachhaltige Beschaffung – Chancen und Herausforderungen für den Handel**
Die Perspektive von Arcandor

Prof. Dr. Helmut Merkel, Vorstandsmitglied Arcandor AG, Essen



10.00 - 10.40 **Diskussionsrunde**
Chancen und Grenzen einer erfolgreichen Umsetzung von Nachhaltigkeit und Sozialer Verantwortung in Produktion und Konsum

- CSR in der Supply Chain – Wie weit kann der Handel die Wertschöpfungskette kontrollieren?
- Code of Conduct – Wie kann der Handel erfolgreich Sozialstandards umsetzen?
- Nachhaltiger Konsum – Wie viel Nachhaltigkeit wollen die Kunden? Wie viel sind die Kunden bereit dafür zu zahlen?

Prof. Dr. Helmut Merkel, Vorstandsmitglied Arcandor AG, Essen
Dieter Overath, Geschäftsführer TRANSFAIR/RUGMARK e.V., Köln
Andreas Streubig, Division Manager Corporate Responsibility Otto Group, Hamburg
Jan Furstenborg, Head of Department UNI Commerce UNI Commerce Global Union, Nyon/Schweiz
Elisabeth Strohscheidt, Bischöfliches Hilfswerk Misereor, Aachen
Moderation: Britta Gallus, Geschäftsführerin Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (HDE), Berlin; Leiterin des HDE-Büros Brüssel

10.40 - 11.10 Kommunikations- und Kaffeepause

11.10 - 12.30 **4 parallele Fachkonferenzen zu Supply Chain Management, Beschaffung, Kommunikation und Reporting**

Fachkonferenz 1: Supply Chain Management

Raum Köpenick

Moderation: Dr. Stephan Seeck, Mitglied der Geschäftsleitung ZLU – Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH & Co. KG, Berlin

11.10 - 11.40 **Green Logistics – Welche Strategien und Konzepte führen zu mehr Nachhaltigkeit in der Supply Chain?**

- Welche Herausforderungen kommen auf Handel und Hersteller zu?
- Welche Strategien und Konzepten führen zu mehr Nachhaltigkeit?
- Kann Klimaschutz zum Wettbewerbsvorteil werden?

Dr. Stephan Seeck, Mitglied der Geschäftsleitung ZLU – Zentrum für Logistik und Unternehmensplanung GmbH & Co. KG, Berlin

11.40 - 12.00 **Zwischen Ökonomie und Ökologie – Welchen Beitrag kann Handelslogistik zum Klimaschutz leisten?**

Ralf Meistes, Fachbereichsleiter DACHSER GmbH & Co. KG, Köln

12.00 - 12.30 **Nachhaltigkeit in der Produkt- und Prozessgestaltung – Die Perspektive von Osram**


Wolfgang Gregor, Chief Sustainability Officer Osram GmbH, München

Das Programm

Fachkonferenz 2: Beschaffung Moderation: Dr. Michael Arretz, Geschäftsführer Systain Consulting GmbH, Hamburg	Plenum
11.10 - 11.40 Ethical Buying: Ressourcenmanagement in der Beschaffungskette von Textilien Dr. Michael Arretz, Geschäftsführer Systain Consulting GmbH, Hamburg	
11.40 - 12.00 Gute Karten beim weltweiten Sourcing – Erfolg durch Einhaltung von Sicherheits-, Umwelt- und Sozialstandards Joachim Birnthaler, Geschäftsführer TÜV SÜD Product Service GmbH, München	
12.00 - 12.30 Responsible Sourcing – The case for Industry Sector Alignment and Cooperation Petar Sobic, Global Supplier Assurance Director Unilever plc., Port Sunlight/ Großbritannien	

Fachkonferenz 3: Kommunikation Moderation: Thomas Leege, Geschäftsführer GERLEE Unternehmensberatung, Köln	Raum Tiergarten
11.10 - 11.40 Werbung mit CSR – Kurzfristiger Trend oder langfristige Entwicklung? <ul style="list-style-type: none">■ Wie viel CSR darf es sein?■ Die richtige Marketingstrategie für den Erfolg■ Benchmarks: erfolgreiche Werbung für nachhaltigen Konsum Jörg Elfmann, Managing Director Business Development Grey Worldwide GmbH, Düsseldorf	
11.40 - 12.10 Nachhaltigkeit – Verkaufsfördernde Verbraucherkommunikation am POS Georg Abel, Bundesgeschäftsführer DIE VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband), Berlin	
12.10 - 12.30 Nachhaltige Kommunikation – Effizienter Wissenstransfer und EduCommerce Optimierung der Wissenswertschöpfungskette vom Lieferanten über den Handel bis hin zum Endkunden Thomas Leege, Geschäftsführer GERLEE Unternehmensberatung, Köln	

Fachkonferenz 4: Reporting Moderation: Britta Gallus, Geschäftsführerin HDE e.V., Berlin: Leiterin des HDE-Büros Brüssel	Raum Tegel
11.10 - 11.40 Umwelt- und Sozialreporting – Der Erfolg internationaler Standards Ralph Thurm, Deputy Executive Director Global Reporting Initiative, Amsterdam/Niederlande	
11.40 - 12.10 Sustainable Development auf Produktebene – Erfahrungen der BASF S.E. Dr. Andreas Kicherer, Leiter Success Team BASF S.E., Ludwigshafen	

12.30 - 13.00	Keynote Der Bundesminister für Arbeit und Soziales zur Haltung der Bundesregierung zu Corporate Social Responsibility Olaf Scholz, Bundesminister für Arbeit und Soziales, Berlin	
----------------------	---	---


13.00 - 14.10 Lunch- und Kommunikationspause

Spezial: Nachhaltig Handeln – Herausforderungen für den kooperierenden Handel

14.10 - 14.40 Nachhaltig Handeln – Welche Herausforderungen ergeben sich für den kooperierenden Handel <ul style="list-style-type: none">■ Öko-Ökonomie – LOHAS statt Geiz ist Geil?■ Nachhaltig Handeln – aber wie?■ Praxisbeispiele von Rewe bis Euronics – Warum Nachhaltigkeit ein Thema für die Großen und den Mittelstand ist Hilmar Juckel, Geschäftsführer BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, Köln	
---	---

Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit – Perspektiven für Handel und Herstellern

14.40 - 15.10 In guter Gesellschaft – Medien, Märkte und Moral Was nachhaltige Kommunikation ausmacht Dr. Alexandra Hildebrandt, Leiterin Kommunikation Gesellschaftspolitik Arcandor AG, Essen	
---	---

15.10 - 15.40 Corporate Responsibility – Umgang mit Lieferanten und Mitarbeitern in einem internationalen Unternehmen Mareke Wieben, Leitung Umwelt & Qualität IKEA Deutschland GmbH & Co. KG, Hofheim-Wallau	
---	--

15.40 - 16.10 GoGreen – Nachhaltige Logistiklösungen als unternehmerische Notwendigkeit Dr. Andrej Busch, Mitglied des Bereichsvorstands DHL Paket Deutschland Deutsche Post World Net, Bonn	
--	---

16.10 Ende des Internationalen Handelskongresses 2008

Wir danken den Sponsoren



Coca-Cola gehört zu den bekanntesten und wertvollsten Marken der Welt. In mehr als 200 Ländern auf fünf Kontinenten löschen Tag für Tag rund eine Milliarde Mal Menschen ihren Durst mit Coca-Cola Produkten. Markthalter ist die The Coca-Cola Company (TCCC), Atlanta/USA, die Rechte an rund 240 Marken im Segment der alkoholfreien Getränke hält. In Deutschland ist Coca-Cola seit 1929 präsent. Insgesamt verfügt die deutsche Coca-Cola Organisation über mehr als 80 Standorte – und beschäftigt rund 11.000 Mitarbeiter. Zu den in Deutschland vertrieben Produkten gehören Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Mezzo Mix, Lift, Bonaqa, Powerade, Nestea und Apollinaris. Insgesamt ist Coca-Cola in Deutschland mit mehr als 40 Produkten im Segment der alkoholfreien Getränke präsent. Das Absatzvolumen von Coca-Cola in Deutschland beträgt knapp 3,3 Milliarden Liter jährlich.



PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit fast 8.400 Mitarbeitern an 28 Standorten und einem Umsatzvolumen von rund 1,35 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. Die Branchenspezialisten des deutschen Competence Centers Retail & Consumer bieten Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnaher Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie Transaktions-, Prozess- und Krisenberatung (Advisory) für nationale und internationale Handels- und Konsumgüterunternehmen an. Bei der Umsetzung ihrer Internationalisierungsstrategie unterstützen wir Händler und Konsumgüterhersteller insbesondere durch Beratung bei Transaktionen und Finanzierungen, internationale Steuerberatung, Implementierung weltweit einheitlicher Steuerungsprozesse, Beratung bei Auslagerungs- (Outsourcing) oder Zentralisierungsvorhaben (Shared Service Center) sowie Ausrichtung ihres Geschäftsmodells an den Grundsätzen der Corporate Social Responsibility. Über das globale Netzwerk von PricewaterhouseCoopers mit Teams in über 50 Ländern haben wir Zugang zu Branchenexperten in allen relevanten Märkten. www.pwc.de/de/retail-consumer



Product Service

Die erste Adresse für erfolgreiche Produkte. Wir stellen sicher, dass Ihre Produkte die Erwartungen Ihrer Kunden erfüllen und bei Zoll und Marktaufsicht nicht auffällig werden. Den entscheidenden Wettbewerbsvorsprung bietet neben einem schnellen Marktzugang die neutrale Bestätigung der Alleinstellungsmerkmale durch unsere bekannten TÜV SÜD Prüf- und Qualitätszeichen. Nicht zuletzt sorgen unsere Experten in allen wichtigen Herstellerländern vor Ort dafür, dass Ihr Produkt in der Qualität produziert bzw. geliefert wird, die Sie bestellt haben. www.tuev-sued.de/trade



ChinaContact, das führende deutschsprachige Wirtschaftsmagazin über China, wendet sich an Führungskräfte in Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum, die den perspektivreichen, aber komplizierten chinesischen Markt beobachten, den Markteintritt planen oder bereits geschäftliche Beziehungen pflegen. ChinaContact informiert über alle relevanten wirtschaftlichen, wirtschaftspolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die für den Geschäftserfolg in China entscheidend sind.

Sehr geehrte Damen und Herren

In der Vergangenheit fanden die Themen Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit häufig nur aufgrund der Initiative einzelner Unternehmerpersönlichkeiten im Handel Beachtung. Bedingt durch Bio-Boom, Rückrufaktionen für Spielzeug sowie die Globalisierungs- und Klimadebatte sind diese Themen nun ihrem Nischendasein entwachsen und selbst mittelständische Unternehmen erklären heute Nachhaltigkeit zum Leitprinzip.

Dabei ist das Anforderungsspektrum an die Unternehmen sehr breit: Sie sollen sich an sozialen und ökologischen Zielen orientieren, sich stärker regional engagieren, auf die Einhaltung von sozialen Mindeststandards sowie die Nachhaltigkeit ihrer Produkte und Prozesse achten. Bei einer tns infratest-Befragung sahen 95,4 % der Befragten es als Aufgabe der Unternehmen neben der Gewinnerzielung auch soziale Verantwortung zu übernehmen.

Vor diesem Hintergrund haben wir den Internationalen Handelskongress 2008, den wir gemeinsam mit der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE) e.V. in Berlin veranstalten, unter das Motto gestellt:

**Corporate Responsibility – Responsible Trade
Wege zu mehr Nachhaltigkeit in Handel und Konsumgüterwirtschaft!**

Führende Experten aus Handel, Markenartikelindustrie und Dienstleistungsunternehmen werden erfolgreiche Strategien für mehr Nachhaltigkeit vorstellen, aktuelle Trends und Entwicklungen in der Umsetzung von CSR-Strategien aufzeigen und die Chancen einer nachhaltigen Optimierung der Wertschöpfungskette diskutieren.

Wir würden uns freuen, Sie im 15. und 16. April in Berlin zu dieser hochkarätigen Veranstaltung begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen



Stefan Schneider
Geschäftsführer
B+P Management Forum GmbH



Heike Leonhard
Projektleiterin

Der Kongressbeirat:



Jürgen J. Maas
Metro AG;
Präsident AVE e.V.



Diethard Gagelmann
Vorstandsmitglied
Otto Group



Prof. Dr. Helmut Merkel
Vorstandsmitglied
Arcandor AG



Prof. Dr. Bernhard Swoboda
Universität Trier

Global Retail Forum 2008

Parallel zu unserem Fachkongress bieten wir unseren Ausstellern die Möglichkeit, ihre Produkte und Dienstleistungen einem hochkarätigen Fachpublikum vorzustellen.

Sichern Sie sich rechtzeitig Ihre Ausstellungsfläche und fordern Sie noch heute unverbindlich die detaillierten Ausstellereinrichtungen an bei unserer Leitung Ausstellungen/Sponsoring:

Tel.: 0 61 72 / 96 66 - 0, Fax: 0 61 72 / 96 66 - 45,
E-Mail: ausstellung@managementforum.com.

Fax-Anmeldung: 0 61 72 / 96 66 45

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum

Internationalen Handelskongress 2008

am 15./16. April 2008

€ 1.190,- zzgl. MwSt./p.P.

Ja, wir sind an der **Teilnahme als Aussteller** bei der **begleitenden Fachausstellung** interessiert. Bitte uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ja, wir sind an **Sponsormöglichkeiten** beim **Internationalen Handelskongress 2008** interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

1. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

2. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

3. Name Vorname

Position Firma

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax E-Mail*

-15%

Datum Firmenstempel Unterschrift

*Hiermit erkläre ich mich einverstanden, weitere Informationen zu diesem und anderen Kongressen des Veranstalters zu erhalten.

So melden Sie sich an:

per Post: B+P Management Forum GmbH
Schwedenpfad 24, 61348 Bad Homburg

per Telefax: 0 61 72 / 96 66 - 45

per Telefon: 0 61 72 / 96 66 - 0

per E-mail: info@managementforum.com

per Internet: www.managementforum.com

Termin und Ort:

15./16. April 2008

InterContinental Hotel Berlin

Budapester Str. 2

10787 Berlin

Tel: 0 30 / 26 02 - 0

Fax: 0 30 / 26 02 - 2600

EZ: € 175,- inkl. Frühstück

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Bitte nehmen Sie die Buchung **direkt im Hotel** unter Berufung auf die Veranstaltung von Management Forum Bad Homburg vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 1.190,- zzgl. 19% MwSt. p.P. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten und für jeden weiteren Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 17. März 2008 schriftlich bei Management Forum Bad Homburg eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 17. März 2008 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.