

19. Handelsblatt Jahrestagung  
12. und 13. März 2014, Hyatt Regency Mainz

„ Einzigartig in Deutschland!  
So viele Bankenvorstände in solcher  
Dichte erlebt man sonst nicht live.  
Elmar Borgmeier, syngenio AG

# Privatkundengeschäft

Herausforderung Digitalisierung, Margendruck & neue Player

## Strategische Antworten auf die neue Realität von ...

### ... Großbanken



Peter Buschbeck,  
Mitglied des Vorstandes,  
HypoVereinsbank



Bernd Geilen,  
Mitglied des Vorstandes,  
ING-DiBa



Franz Josef Nick,  
Vorstandsvorsitzender,  
TARGOBANK



Dr. Christian Ricken,  
Chief Operating Officer  
Privat- & Geschäftskunden,  
Deutsche Bank



Martin Zielke,  
Mitglied des Vorstandes,  
Commerzbank

### ... Sparkassen und Genossenschaftsbanken



Stefan G. Drzisga, Geschäfts-  
bereich Private Banking  
Vermögensmanagement,  
Stadtsparkasse Düsseldorf



Thomas Hintzmann,  
Bereichsleiter Privatkunden,  
Sparkasse Lüneburg



Dieter Jurgeit,  
Vorstandsvorsitzender,  
PSD Bank Nord



Patrick Tessmann,  
Mitglied des Vorstandes,  
Berliner Sparkasse



Franz Welter,  
Bereichsleiter Unter-  
nehmensentwicklung,  
Volksbank Bühl



Yvonne Zimmermann,  
Mitglied des Vorstandes,  
Sparda-Bank Hamburg

### ... neuen Playern sowie anderen Branchen und Verbraucherschutz



Jochen Bornemann,  
Head of mCommerce,  
Vodafone Deutschland



Kai Friedrich,  
CEO,  
Cortal Consors Deutschland



Dorothea Mohn,  
Leiterin Team Finanzen,  
Verbraucherzentrale  
Bundesverband



Thomas Pietsch,  
Managing Director,  
Yapital Financial,  
otto group



Karl Matthäus Schmidt,  
Sprecher des Vorstandes,  
quirin bank



Martin Schäfer,  
Geschäftsführer Vertrieb,  
Würth



Klaus Vehns,  
General Manager,  
RaboDirect Deutschland

u.v.a.

## Profitieren Sie von

- + 27 Top-Referenten
- + 6 Diskussionsrunden
- + 5x Blick über den Tellerrand
- + zahlreiche Möglichkeiten zum Netzwerken

<http://veranstaltungen.handelsblatt.com/privatkundengeschaeft>

Mit freundlicher Unterstützung von:

**CONSILEON**  
In Ihrem Sinne. An Ihrer Seite.

Konzeption und Organisation:

**EUROFORUM**  
Quality in Business Information

**Handelsblatt**

Substanz entscheidet.

Moderation: Prof. Dr. Stephan Paul, Ruhr-Universität Bochum

Co-Moderation: Kerstin Leitel und Jessica Schwarzer, Handelsblatt

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30–9.45

### Eröffnung der 19. Handelsblatt Jahrestagung Privatkundengeschäft

Sven Afhüppe, stellvertretender Chefredakteur, Handelsblatt

## Margendruck, Digitalisierung, neue Player: Strategische Antworten auf die neue Realität

9.45–10.05

### Das Privatkundengeschäft zwischen Margendruck und Digitalisierung. Welche Zukunft haben Filialen?

Martin Zielke, Mitglied des Vorstandes, Commerzbank AG

10.05–10.25

### Aktuelle Herausforderungen im Retailbanking – die Antworten der Deutschen Bank

Dr. Christian Ricken, Chief Operating Officer

Privat- & Geschäftskunden, Deutsche Bank AG

10.25–10.45

### Die Multikanalstrategie im Privatkundengeschäft der HypoVereinsbank

Peter Buschbeck, Mitglied des Vorstandes, HypoVereinsbank

10.45–11.15

Gemeinsame Diskussion

### Konsolidierung, Kostensenkung oder Innovation: Welche Auswege gibt es aus der Margenfalle?

11.15–11.45

Networking-Pause mit Kaffee und Tee

11.45–12.05

### Zwischen Tradition und Digitalisierung – Positionierung der Berliner Sparkasse

- Umfeld und Rahmenbedingungen
- Vertriebsstruktur und Vertriebswege
- Aktuelle Entwicklungen und Zukunftsprojekte

Patrick Tessmann, Mitglied des Vorstandes, Berliner Sparkasse

12.05–12.25

### Werthaltige Bestandskundenintensivierung – innovative Projekte der Sparda Bank Hamburg eG

- Werte und Vertriebskultur
- Grenzen und Möglichkeiten der Kundensegmentierung
- Innovative Vertriebskonzepte

Yvonne Zimmermann, Mitglied des Vorstandes, Sparda-Bank Hamburg eG

12.25–12.45

### Vertriebsoffensive 3.0 – der Einstieg in den Bankvertrieb der Zukunft

- Erfolgreiche Kundenansprache mit Qualitätsleads
- Intelligentes Data-Mining im CRM –  
Kaufwahrscheinlichkeiten treffen ins Herz des Kunden
- Multi-Kanal-Ansprache als Rettungsanker der Kunden-CIR

Dieter Jurgeit, Vorstandsvorsitzender, PSD Bank Nord eG

12.45–13.10

Gemeinsame Diskussion

### Können Regionalbanken auch in Zukunft mit Nähe punkten oder „verpassen“ Sie den Kunden 3.0?

13.10–14.40

Gemeinsames Mittagessen

## Zukunftstrends und Innovationen: Wie sieht das Retail Banking der Zukunft aus?

14.40–14.55

### „Cortal Consors: Durch Kundenbeteiligung am Puls der Zeit“ Kai Friedrich zeigt

- wie Cortal Consors mit dem Konzept Hello bank!  
Kunden aktiv ins Kerngeschäft einbindet
- wie der Bankkunde 3.0 aussieht
- warum mit dem Smartphone-Boom die Bankfiliale  
in der Hosentasche immer dabei ist

Kai Friedrich, CEO, Cortal Consors Deutschland

14.55–15.10

### Gehört dem Direktbanking die Zukunft?

- Die Zukunft gehört den Kunden!
- Bankdienstleistungen unter neuen Vorzeichen
- Direktbanking genossenschaftlicher Prägung

Klaus Vehns, General Manager, RaboDirect Deutschland

15.10–15.25

### Die Rolle der Mobilfunknetzbetreiber im Mobile Payment

- Markt für Mobile Payment
- Mobilfunknetzbetreiber als Partner der Bankenwelt
- Mobile Wallets als Enabler für Kartenprodukte

Jochen Bornemann, Head of mCommerce, Vodafone Deutschland

15.25–15.40

### Clever and Cross-Channel: Europaweit bezahlen the Yapital Way

- Herausforderungen im Handel: Zwischen den Realitäten  
eCommerce und stationärer Handel
- Was muss eine tragfähige Lösung für die Zukunft leisten?  
Cross-Channel anstelle eines isolierten Ansatzes
- Vorteile für Händler und Konsumenten immer im Blickfeld:  
Bezahlen the Yapital Way

Thomas Pietsch, Managing Director, Yapital Financial AG, otto group



Prof. Dr. St. Paul



K. Leitel



J. Schwarzer



S. Afhüppe



M. Zielke



Dr. C. Ricken



P. Buschbeck



P. Tessmann



Y. Zimmermann



15.40–16.10 **Gemeinsame Diskussion**

**Mobil, direkt, virtuell – Wie sieht das Privatkundengeschäft der Zukunft aus?**

16.10–16.40 Networking-Pause mit Kaffee und Tee

16.40–17.00

**Retail Banken im Zukunfts-Check**

- In welchen Feldern ist Wachstum möglich?
- Chance Zukunftsvorsorge
- Best Practice im Multi Channel Management
- Ausblick 2015

**Ralph Hientzsch**, Geschäftsführender Gesellschafter, Consileon Frankfurt GmbH

17.00–17.45

**Zukunftswerkstatt 2020: Wie sieht das Banking der Zukunft aus?**

Stellen Sie sich den Herausforderungen der Zukunft! An unseren Thementischen erarbeiten Sie neue Lösungsansätze für die drängenden Fragen Ihres Business und stellen so die Weichen für ein erfolgreiches Banking 2020. Profitieren Sie dabei von den Erfahrungen der anderen Teilnehmer und entwickeln Sie erste Ideen an wechselnden Tischen weiter. Erleben Sie, wie Sie mit Hilfe der Methode „Design Thinking“ schnell zu neuen und oft radikalen Einsichten gelangen!

Den Einstieg ins Design Thinking und die Begleitung übernimmt **Dr. Jürgen Erbedinger**, Vorstandsvorsitzender, Partake AG und einer der führenden Köpfe im Design Thinking.

**A Der Kunde: Wie sieht der Kunde der Zukunft aus?**  
Dr. Jürgen Erbedinger

**B Marketing & Vertrieb: Wie sehen Kundenbeziehungen und Kontaktpunkte in Zukunft aus?**  
Ralph Hientzsch

**C Transformation: Wie kommt die Bank ins digitale Zeitalter?**  
**Franz Welter**, Bereichsleiter Unternehmensentwicklung, Volksbank Büh

17.45–18.15

Präsentation der Ergebnisse im Plenum  
Anschließende Q&A-Session  
**Dr. Herbert Walter**

18.15 Ende des ersten Konferenztages

Zum Abschluss des ersten Tages laden wir Sie ganz herzlich zum traditionellen Get together ein. Vertiefen Sie Diskussionen des Tages und erweitern Sie Ihr persönliches Netzwerk in ungezwungener Atmosphäre.

9.00–9.15

Begrüßung und Eröffnung des zweiten Konferenztages  
**Prof. Dr. Stephan Paul**

**Ertrags- und Vertriebsstrategien im Kontext verschärfter Regulierung**

9.15–9.35

**POWER-TALK: Wachstum im umkämpften Privatkundengeschäft – wie geht das?**

**Franz Josef Nick**, Vorstandsvorsitzender, TARGOBANK

9.35–9.55

**Fairness als Erfolgsfaktor im Privatkundengeschäft**

**Bernd Geilen**, Mitglied des Vorstands, ING-DiBa AG

9.55–10.15

**Retail Banking Kompass 2014 | Wachstum im deutschen Retail Markt: „Wie lautet Ihre Ausrede?“**

- Welches Institut kann nachhaltig wachsen, wer stagniert?
- Die Online Banking Revolution ist vorbei – Online hat gewonnen, und jetzt?

**Dr. Torsten Stuska**, Partner, MOONROC

10.15–10.35

**Lehren aus Lehman: Wie viel Schutz braucht der Verbraucher?**

**Dorothea Mohn**, Leiterin Team Finanzen, Verbraucherzentrale Bundesverband

10.35–11.00 **Gemeinsame Diskussion**

**Wo liegen Wachstumschancen im Retailbanking in Zeiten verschärfter Regulierung?**

11.00–11.30 Networking-Pause mit Kaffee und Tee

11.30–11.50

**Die neue digitale Bank der Zukunft – Honorarberatung goes online**

- Schöne neue digitale Welt: Wo bleiben die Banken?
- Die Umkehr der Machtverhältnisse durch das Netz.
- Die neue digitale Bank: der Liquiditätsbegleiter.

**Karl Matthäus Schmidt**, Vorstandsvorsitzender, quirin bank AG

11.50–12.10

**„Das tut GUT. – die neue Förderinitiative der Sparkasse Lüneburg“**

- Traditionelle Werte und modernes Banking
- Kundenbindung durch Mitbestimmung

**Thomas Hintzmann**, Bereichsleiter Privatkunden, Sparkasse Lüneburg



12.10-12.30 **Gemeinsame Diskussion**  
**Bestandskunden vs. Neukunden – was hat mehr Potenzial?**

12.30-13.45 Gemeinsames Mittagessen

13.45-14.05  
**Alternative Provisionsmodelle im Niedrigzinsumfeld**

- Differenzierte Honorarmodelle für unterschiedliche Kundengruppen
- Herausforderungen bei der Einführung eines Pauschalgebührenmodells im Wertpapierbereich

**Stefan G. Drzisga**, Geschäftsbereich Private Banking Vermögensmanagement, Stadtparkasse Düsseldorf

14.05-14.25  
**Ertragschancen – will der Bankkunde in Deutschland wirklich nur billig? Oder wo und wann gibt es Zahlungsbereitschaften?**

- Keine Kontoführungsgebühren, Online-Banking „for free“ und fundierte, unentgeltliche Beratung in der Filiale ums Eck – wie geht das?

- Aber – sind Kunden nicht doch bereit, für guten Service, gute Leistungen und gute Produkte zu zahlen?
- Welche Leistungen wünschen sich Kunden und wann, wo und wie viel sind sie bereit, hierfür auch zu zahlen?

**Karsten John**, Leiter Financial Market Research Germany, GfK

14.25-14.45 **Von anderen Branchen lernen**

**Die Vertriebsphilosophie bei Würth**

- Vertriebsstrukturen
- Mehrkanalvertrieb
- Erfolgsfaktor Außendienst

**Martin Schäfer**, Geschäftsführer Vertrieb, Würth GmbH & Co. KG

14.45-15.15 **Abschließende Panel-Diskussion**

**Wie sieht eine ertragssichernde Produkt- und Servicewelt in Zeiten von Niedrigzins und verändernden Kundenerwartungen aus?**

15.15-15.30 Ausblick und Ende der 19. Jahrestagung „Privatkundengeschäft“

## Hauptsponsor und Content Partner



**Consileon** ist ein international ausgerichtetes Consultingunternehmen mit Büros in Düsseldorf, Frankfurt, Karlsruhe, München, Wolfsburg, Salzburg Zürich, Kiew und Stettin. Mit maßgeschneiderter Strategie-, Prozess- und

IT-Beratung helfen wir mit unserem internationalen und interdisziplinären Team bei der Lösung anspruchsvoller Managementaufgaben – von der Positionierung am Markt über die Entwicklung von Vertriebskonzepten bis zur konkreten Umsetzung. Erfolgreiche Projekte, Transformationsprogramme bei renommierten Klienten unterstreichen unsere Analyse- und Branchenkompetenz. Unsere Kunden beraten wir in folgenden Branchen: Banken und Versicherungen ■ Automobil, Mobilität ■ Handel und Touristik ■ Energie ■ Gesundheit.

Die Basis für unsere exzellenten Projektergebnisse sind unsere Werte gepaart mit Methodik, Fach Know How und unserer Change Management Kompetenz. Seit 2001 entwickeln wir nachhaltig wertschöpfende Problemlösungen für unseren Kunden.

**Consileon**  
Königsbacherstraße 15 – 21  
60528 Frankfurt am Main  
[www.consileon.com](http://www.consileon.com)

## Förderer Studie

**MOONROC** MOONROC ist eine führende Managementberatung. Strategischer Weitblick, Ergebnisorientierung und unternehmerische Umsetzbarkeit sind unsere Leitlinien.

Wir verstehen uns als ganzheitlich denkender Partner für Unternehmer und Management. Unsere Berater kennzeichnen ihr führendes, fachliches Knowhow, langjährige operative Berufserfahrung und die Fähigkeit, innovative Strategien entwickeln und umsetzen zu können. Neben der Management Beratung unterhält MOONROC ein Research Institut, spezialisiert auf Top Management Fragestellungen und untergliedert nach Industrien. Das MOONROC Institute of Economic Research arbeitet nach dem Leitmotiv „Wissen schafft Nutzen“ und fungiert als Bindeglied zwischen Forschung, Lehre und Unternehmenspraxis. Unsere aktuelle Veröffentlichung: „Retail Banking Kompass 2014“.

**MOONROC Advisory Partners GmbH**  
Ludwigstraße 8  
80539 München  
[www.moonroc.de](http://www.moonroc.de)

## Austeller



Die **BayernLB** hat im Sorten- und Edelmetallgeschäft eine lange Tradition. Ständige Innovation, ausgeprägte Serviceorientierung und Leidenschaft für unsere Produkte haben uns über die Jahre zu einem der wichtigsten Anbieter im Sorten- und Edelmetallgeschäft gemacht. Mit unserem neuen Kompetenz- und Logistikzentrum in Nürnberg antworten wir auf den steigenden Bedarf an Sorten und Edelmetallen. Mit hochmoderner Technik, schlanken Prozessen und hohen Kapazitäten bieten wir unseren Kunden hier ein einzigartiges Leistungsspektrum.

**BayernLB**  
Brienerstraße 18  
80333 München  
[www.bayernlb.de](http://www.bayernlb.de)



F. J. Nick



B. Gellen



Dr. T. Stuska



D. Möhn



K. M. Schmidt



T. Hintzmann



S. G. Drzisga



K. John



M. Schäfer



Ein umfassender und zielgerichteter Überblick über das Privatkundengeschäft in Deutschland mit wertvollen Informationen und Anregungen. Klaus Beck, Cortal Consors S.A.

# Das Privatkundengeschäft muss sich der neuen Realität stellen!

Steigende Aggressivität im Markt, verschärfte Regularien und niedrige Zinsen – selten waren die Zeiten schwieriger. Gleichzeitig ändern sich die Kundenerwartungen wie nie zuvor. Auf der einen Seite die gut informierten Selbstentscheider in Metropolen, auf der anderen Seite überalterte Kundenstämme in strukturschwachen Regionen.

Wir stellen uns der neuen Realität! Auf der 19. Handelsblatt Jahrestagung Privatkundengeschäft treffen Sie die Meinungsführer der Branche, um aktuelle Herausforderungen zu diskutieren:

- **Margendruck:** Wie muss sich das Privatkundengeschäft aufstellen, um in Zukunft noch profitabel zu sein?
- **Neue Player:** Wie kann eine klare Differenzierung und Fokussierung im Wettbewerb gelingen?
- **Next Generation:** Wie können wir uns auf die veränderten Kundenerwartungen einstellen?
- **Überregulierung:** Welche Produkte lassen sich noch verkaufen?

Neben den bekannten Branchengrößen aus Groß- und Regionalbanken konnten wir zahlreiche neue Markt-Player für die Veranstaltung gewinnen, unter anderem Yapital von der Otto Group und Vodafone. Daneben diskutieren wir was man von anderen Branchen lernen kann.

Wir freuen uns auf kontroverse Diskussionen und gute Gespräche mit Ihnen.

Ihre



*S. Afhüppe*

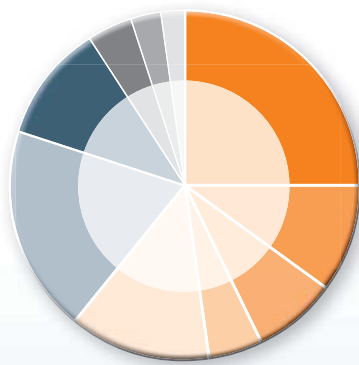
Sven Afhüppe,  
Handelsblatt



*St. Paul*

Prof. Dr. Stephan Paul,  
Ruhr-Universität Bochum

## Exklusiver Teilnehmerkreis:



- 25% Sparkassen
- 10% Genossenschaftsbanken
- 8% Großbanken
- 5% Direktbanken
- 13% Sonstige Banken
- 19% Berater
- 11% IT-Dienstleister
- 4% Verbände
- 3% Agenturen
- 2% Sonstige



## Medienpartner



## Info-Telefon: 0211.9686-3428

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung? Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt

**Carola Bergmann**

Senior-Konferenz-Managerin EUROFORUM  
carola.bergmann@euroforum.com

Organisation

**Yvonne Dederichs**

Senior-Konferenz-Koordinatorin EUROFORUM  
yvonne.dederichs@euroforum.com

Sponsoring und Ausstellung

**Sebastian Bach**

Sales-Manager EUROFORUM  
Telefon: 0211.9686-3732  
sebastian.bach@euroforum.com



**Ihr persönlicher Anmeldecode**

per Fax: +49 (0)211.9686-4040  
 telefonisch: +49 (0)211.9686-3428 [Yvonne Dederichs]  
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 111234, 40512 Düsseldorf  
 per E-Mail: anmeldhb@euroforum.com  
 im Internet: <http://veranstaltungen.handelsblatt.com/privatkundengeschaeft>

**Teilnahmebedingungen.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränken und Abendessen pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Zum Erhalt des Gruppenbuchungsrabatts ist ausschlaggebend, wie viele Personen am Veranstaltungstag als Teilnehmer gebucht sind.

**Datenschutzinformation.** Die EUROFORUM Deutschland SE und die Handelsblatt GmbH verwenden die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen wie der Handelsblatt GmbH zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 111234, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**Zimmerreservierung.** Im Tagungshotel steht ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort Handelsblatt-/EUROFORUM-Konferenz vor. Änderungen vorbehalten.

**Ihr Tagungshotel.** Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das **Hyatt Regency Mainz** herzlich zu einem Umtrunk ein.



## 19. Handelsblatt Jahrestagung

# Privatkundengeschäft

12. und 13. März 2014, Hyatt Regency Mainz

Hyatt Regency Mainz, Malakoff-Terrasse 1, 55116 Mainz, Telefon: 0 6131.731-234

„ Einzigartig in Deutschland!  
 So viele Bankenvorstände in solcher  
 Dichte erlebt man sonst nicht live.  
 Elmar Borgmeier, syngenio AG



u. v. a.

**Jetzt bequem online anmelden!**

[www.konferenz.de/anmeldung/p1200538](http://www.konferenz.de/anmeldung/p1200538)

oder ausfüllen und faxen an: 02 11.96 86-40 40

- Ja, ich nehme am 12. und 13. März 2014 in Mainz teil** zum Preis von € 2.199,- p.P. zzgl. gesetzl. MwSt. (P1200538M012)  
 [Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]  
 [Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. zu. (P1200538M700)  
 [Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme **das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.**
- Ich möchte meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.  
 [Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11.96 86-33 33.]

Name, Vorname	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geburtsjahr
Die EUROFORUM Deutschland SE und die Handelsblatt Gruppe dürfen mich über verschiedenste Angebote wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein per Fax: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	
Firma	
Anschrift	
Anmeldung erfolgt durch	
Position	
Datum, Unterschrift	



Beachten Sie auch unsere **Rabatte für Gruppenbuchungen!**

Besuchen Sie die Veranstaltung mit einem oder mehreren Kollegen! Und so profitieren Sie:

- ▶ Der zweite Teilnehmer aus Ihrem Unternehmen erhält 10%, der dritte 15% Rabatt!