

WACHSTUMSSTRATEGIEN FÜR DEN STROM- UND GASVERTRIEB

SO GEHEN SIE ES RICHTIG AN!

Themen dieser Konferenz

- **Vertriebsoffensive** in einem sich **verändernden Marktumfeld!**
- **Ökostrom** auf dem Vormarsch: Sich von der Masse abheben
- Vertriebswachstum mit **neuen Strategien für Privat-, Gewerbe- und Großkunden**
- Zwischen Imagebildung und Absatzsteigerung: **E-Mobility, Smart Meter, Mikro-KWK's**
- Effizienter Einsatz **moderner Vertriebskanäle** zur Kundenakquise

Mit Beiträgen von

Hanno Balzer, **Vattenfall Europe Wärme**
Tristan Becker, **crm consulting (cronos Unternehmensgruppe)**
Klaus Biehl, **GVG Gasversorgungsgesellschaft**
Simon Boé, **Goldmedia Sales & Services**
Thorsten Bost, **ting Beratungsgesellschaft**
Dirk Briese, **trend:research**
Arne Dorando, **Trianel**
Gunter Fritsche, **Telekom Deutschland**
Peter Funke, **SMP**
Uli Huener, **Yello Strom**
Tamer Kemeröz, **Innovation Hunter**
Michael L'huillier, **Enovos Deutschland**
Andreas Pfeiffer, **smartlab Innovationsgesellschaft**
Ralf Poll, **Pfalzwerke**
Felix Schwerin, **SMP**
Mark Schwidden, **Verbund Trading & Sales**
Alexander Seebach, **E.ON Metering**
Ingo Vosen, **Stadtwerke Düren**

WORKSHOP

PLUS:

„Wie Sie Social Media für
Ihren Strom- und Gasvertrieb
strategisch nutzen können!“

getrennt buchbar!

Die Zahl der Strom- und Gasanbieter wächst, der Wettbewerb um den Kunden verschärft sich und die Vertriebsmarge sinkt!

Mit dem sich verändernden Marktumfeld steigt auch der Anspruch des Kunden. Neben hohen Qualitätsansprüchen an den Energieanbieter wächst auch das Bewusstsein für die Produkte Strom und Gas. Die aktuelle Katastrophe in Fukushima hat einen regelrechten „Run“ auf Ökostromprodukte ausgelöst. Hinzu kommen neue Geschäftsmodelle wie Smart-Metering, E-Mobilität und Mikro-KWK's, die dem Kunden Service- und Mehrwert versprechen und zur Attraktivitätssteigerung des Unternehmens und zur Abgrenzung gegenüber anderen Anbietern beitragen sollen.

- Was können diese neuen Geschäftsfelder für den Vertrieb wirklich leisten?
- Was sind die Vertriebskanäle von morgen, um den Kunden wirkungsvoll zu erreichen?
- Welche Strategien gibt es für den Privatkunden, aber auch den Gewerbe- und Industriekunden?

Treffen Sie auf hochkarätige Referenten und tauschen Sie sich über die Wachstumsstrategien für den Strom- und Gasvertrieb von morgen aus!

Erfahren Sie, wie Sie Social Media für Ihren Strom- und Gasvertrieb strategisch nutzen können!

Informieren Sie sich über die geeigneten Strategien, Instrumente, aber auch Risiken von Social Media für Ihr Unternehmen. Erfahren Sie von ausgewählten Experten, warum kein Energieunternehmen mehr an Social Media vorbeikommt!

Wen treffen Sie auf dieser Konferenz?

Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung, Direktoren sowie leitende Mitarbeiter aus den Bereichen

- Vertrieb
- Marketing
- Unternehmenskommunikation
- Produktmanagement
- Energiedienstleistungen
- Unternehmensentwicklung/Planung/Konzernstrategie
- Kaufmännische Leitung
- Kundenservice/Call-Center
- Pricing
- Beschaffung/-einkauf/Portfoliomanagement
- Handel/Risikomanagement
- Finanzen/Controlling
- Neue Technologien

von

- Stadtwerken
- Energieversorgungs- und -dienstleistungsunternehmen
- Energieintensiven Industrieunternehmen

sowie

- Organisationen und Verbände der Energiewirtschaft, Rechts- und Unternehmensberatungen, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer sowie Softwarehäuser mit dem Fokus Energiewirtschaft.

DIENSTAG, 23. AUGUST 2011

8.45 – 9.15

Empfang mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.15 – 9.30

Begrüßung durch EUROFORUM und den Vorsitzenden der Konferenz

Peter Funke, Vorstand, SMP AG, Düsseldorf

Was den Strom- und Gasvertrieb der Zukunft erwartet: Marktentwicklung, Kundenbedürfnisse und Wachstumspotenziale

9.30 – 10.00

Zwischen Markt und Macht – Rahmenbedingungen und Chancen für den Energievertrieb

- Die Chancen für den Strom- und Gasvertrieb in einem sich verändernden Marktumfeld nutzen
- Wissen, was der Kunde will:
Die Bedürfnisse aufgeweckter Verbraucher
- Die Entwicklung der Wechselbereitschaft des Strom- und Gaskunden
- Wachstumspotenziale der Energiedienstleistungen
- Warum die Kunden immer mehr auf „grüne Produkte“ setzen
Dirk Briese, Geschäftsführer, trend:research, Bremen

10.00 – 10.30

Die Zertifizierung der Ökostromprodukte: Das A und O für den Vertrieb

- Wie gestaltet sich die Nachfrage in Europa?
Marktübersicht: Vermarktung von Grünstromzertifikaten
- Wie funktionieren Zertifikate-Systeme in der Praxis?
Risiken, Probleme, Qualitätsunterschiede
- Was sollte bei der Vermarktung von Grünstrom beachtet werden? Kennzeichnung, Labeling, Stakeholder, usw.
- Marktentwicklung in Europa und Deutschland
Mark Schwidden, Produkt-Manager,
Verbund Trading & Sales Deutschland GmbH, München

10.30 – 10.45 Fragen und Diskussion

10.45 – 11.15 Pause mit Kaffee und Tee

11.15 – 11.45

Mit der richtigen Beschaffung im „grünen“ Vertrieb auf Erfolgskurs

- Die Beschaffung zwischen Kundenwunsch und Marktentwicklung
- Auswirkungen auf die Entwicklung der Großhandelspreise nach Fukushima
- Welche Produkte kann eine Beschaffung für den Vertrieb abbilden?

Arne Dorando, Leiter Vertrieb Strom, Trianel GmbH, Aachen



11.45–12.15

Seine Stärken als Stadtwerk nutzen – Durch die Marke „Stadtwerke“ beim Kunden punkten!

- Die Markenbildung als Erfolgsfaktor für den Vertrieb
- Lange Bindung auf kurzen Wegen:
Prinzipien der regionalen Marktbearbeitung
- Den Vertrieb in der lokalen Wertschöpfung
- Kundennähe und -service, das A und O der „Marke Stadtwerke“
- Der Direktvertrieb als erfolgreicher Vertriebskanal
Ingo Vosen, Bereichsleiter Vertrieb, Stadtwerke Düren GmbH, Düren

12.15–12.45

Power Talk: „Wertschöpfung im Energievertrieb – Wunsch oder Wirklichkeit?“

- Schwindende Kunden, sinkende Margen –
Wie können Energieversorger dem entgegen wirken?
- Welche Möglichkeiten haben die Stadtwerke, um Neukunden für sich zu gewinnen?
- Die Bedeutung neuer Geschäftsmodelle für Stadtwerke
- CPO – Die neue Währung in der Kundengewinnung
- Plötzlich wird alles grün – Reaktionszeiten im Vertrieb

Moderation: **Peter Funke**

Teilnehmer: Referenten des Vormittags

12.45–13.15 Fragen und Diskussion

13.15–14.30 Gemeinsames Mittagessen

Die richtige Strategie für die unterschiedlichen Kundengruppen entwickeln

14.30–15.00

Go für Gold – Neue Strategien für Privatkunden

- Privatkunden: Welche Kundengruppen es überhaupt gibt
- Top-Service: Was Kunden schätzen und was nicht
- Der Kunde steht im Mittelpunkt:
Wie der Kunde sich angesprochen und gut aufgehoben fühlt
- Kundenzufriedenheit vs. Loyalität
- Kundenwertorientierte Betreuungs- und Entwicklungskonzepte
Uli Huener, Sprecher der Geschäftsführung, Yello Strom GmbH, Köln

15.00–15.30

Gewerbekunden – Margenstark und anspruchsvoll?

- Wertschöpfung und Marge im Gewerbekundenvertrieb
- Ist auch hier eine differenzierte Kundensegmentierung zielfördernd?
- Mit Energiedienstleistungen auf individuelle Kundenbedürfnisse reagieren

Der Referent befindet sich in Absprache

15.30–16.00 Fragen und Diskussionen

16.00–16.30 Pause mit Kaffee und Tee

16.30–17.00

Elefanten im Visier – Den Großkunden mit neuen Produkten und Dienstleistungen locken

- Neue Geschäftsideen aus den Ansprüchen und Bedürfnissen der Kunden ableiten
- Sich mit Nischenprodukten von der Masse abheben
Klaus Biehl, Vertrieb/Großkundenbetreuung,
GVG Gasversorgungsgesellschaft mbH Rhein-Erft, Hürth

Neuakquisition von Kunden durch den Einsatz moderner Vertriebskanäle!

17.00–17.30

Mit „1.2.3energie“ zum digitalen Wachstum

- Die Bedeutung einer Online-Marke für den bundesweiten Strom- und Gasvertrieb
- Welche Kundengruppen Sie mit dem Online-Vertrieb erschließen können
- Welche Botschaften überzeugen den Kunden?
Ralf Poll, Abteilungsleiter Vertrieb und Handel,
Pfalzwerke AG, Ludwigshafen

17.30–18.00 Fragen und Diskussion

18.00 Ende des ersten Konferenztages



Im Anschluss an den ersten Veranstaltungstag laden wir Sie herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihre Gespräche in entspannter Atmosphäre fortzusetzen und knüpfen Sie neue Kontakte!

MITTWOCH, 24. AUGUST 2011

9.00–9.15

Eröffnung durch den Vorsitzenden der Konferenz **Peter Funke**

Wachsen, aber wohin? Normstrategien für Energieversorger

9.15–9.45

Vertriebswachstum aus eigener Kraft!

- Wo liegt die Bedeutung des Vertriebs in der Zukunft
- Chancen durch neue Technologien für den Vertrieb
- Bewertung des Angebotsportfolios
- Ableitung EVU-spezifischer Normstrategien
- Ausblick 2020

Felix Schwerin, Senior Manager, SMP AG, Düsseldorf

Exkurs: Wie man Ideen erfolgreich aus den Köpfen und Schubladen jagt... In vier Schritten zu besseren Vertriebsinnovationen

9.45–10.30

Ideenpotenziale effektiv ausschöpfen – Für nachhaltigen Vertriebserfolg und Wachstum

- Nutzen Sie das vorhandene Ideenpotenzial schnell und effektiv
- Verbessern Sie Ihre Ideentransparenz und vernetzen Sie das Firmen Know-how optimal
- Motivieren Sie das Team bzw. Mitarbeiter durch die Integration im Ideenprozess
- Verbessern Sie die Teambildung zwischen den Fachabteilungen

Tamer Kemeröz, Inhaber, Innovation Hunter, Frankfurt am Main

10.30–10.45 Fragen und Diskussion

10.45–11.15 Pause mit Kaffee und Tee

Neue Geschäftsfelder: Absatzsteigerung mit E-Mobility, Smart Metern und Mikro-KWK's

11.15–11.45

E-Mobility auf der Überholspur – Zwischen Imagebildung und Geschäftsmodell

- E-Mobility als kommunaler Auftrag und Teil zukunftsorientierter Mobilitätskonzepte
- E-Mobility als Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie von Stadtwerken und ihren Kunden
- Die strategische Bedeutung von E-Mobility für den Vertrieb und wie E-Mobility das Produkt Strom sexy macht
- Praktische Beispiele aus den ladenetz.de-Partnerstadtwerken

Andreas Pfeiffer, Geschäftsführer,
smartlab Innovationsgesellschaft mbH, Aachen

11.45–12.15

Smart Meter – Die wichtigste Schnittstelle zum Kunden

- Smart Meter – Zwischen Smart Grid und Smart Home
- Smart Meter – Mehr als nur ein Zähler
- Kundennutzen und Kundenakzeptanz am Beispiel eines Pilotprojektes
- Neue Geschäftsmodelle, neue Produkte –
Smarte Marktchancen für EVUs

Alexander Seebach, Bereichsleiter Produkt- und Marktmanagement,
E.ON Metering GmbH, Unterschleißheim

12.15–12.45 Fragen und Diskussion

12.45–14.15 Gemeinsames Mittagessen

14.15–14.45

Das virtuelle Kraftwerk von Vattenfall

- Technik, Leistungsfähigkeit und Einsatzpotenziale von Mikro-KWKs
- Die Zusammenarbeit mit dem Netzbetreiber und wie das Gas ins Haus kommt
- Die Einsparmöglichkeiten für den Haushaltskunden als Vertriebsargument
- Die Einbindung von Mikro KWK's in virtuelle Kraftwerke

Hanno Balzer, Leiter Solutions, Vattenfall Europe Wärme AG, Berlin

14.45–15.00 Fragen und Diskussion

15.00–15.30

Power Talk: „Wachstumspotenziale im Vertrieb durch neue Technologien und Geschäftsmodelle“

- Welche Geschäftsmodelle mit E-Mobility, Smart Metering und Mikro-KWK's umsetzbar sind!
- Kundenbindung durch die neuen Geschäftsfelder: Was ist möglich?
- Vertriebswachstum durch die Geschäftsfelder der Zukunft – Die Marketingstrategie entscheidet über Ihren Erfolg
- Vom iPad zur Community – Den Kunden mit neuen Technologien begeistern

Moderation: Peter Funke

Teilnehmer: Referenten des Vormittags

Kundenerfolg auf allen Kanälen

15.30–16.00

Das Multichannelkonzept der Deutschen Telekom

- Welche Kanäle es gibt und wie sie zusammenpassen – Der optimale Vertriebsmix!
- Alle Kanäle für alle Kunden? – Worauf Sie achten müssen!
- Controlling der Vertriebskanäle

Gunter Fritsche, Senior Vice President,
Internet Vertrieb und Service, Telekom Deutschland GmbH, Bonn

Kundenserviceprozesse als wesentlichen Teil der Wertschöpfungskette begreifen!

16.00–16.30

Vollautomatisierte Prozesse zur Neukundengewinnung mit Internet Sales Portalen

- Die Prozesskosten im Auge behalten
- Vollintegriert in die SAP Welt (SAP IS-U oder SAP CRM)
- Durchgängiger Prozess vom Internetportal über Kundenansprechen bis hin zur Abrechnung
- Praxisbeispiel „Live“ auf einem Kundenportal auf Basis SAP
- Nutzen und Vorteile

Tristan Becker, Vorstand, crm consulting AG
(cronos Unternehmensgruppe), Münster

16.30–16.45 Fragen und Diskussion

16.45 Ende der Konferenz

WORKSHOP

Wie Sie Social Media für Ihren Strom- und Gasvertrieb strategisch nutzen können!

getrennt buchbar!

DONNERSTAG, 25. AUGUST 2011

Social Media – Daran kommt keine EVU mehr vorbei

Social Media als neuer Vertriebskanal!

Die Chancen und Risiken für Ihr Unternehmen!

- Social Spaces: Überblick und Kategorisierung von Web 2.0 Anwendungen
 - Vorstellung einzelner Netzwerke mit B2B-Index: Welche Relevanz Facebook und Co. für den Vertrieb haben
 - Welches Netzwerk für welches Ziel und welche Zielgruppe zu nutzen ist
 - Social Media, ein Muss?
Was es für Ihr Unternehmen leisten kann und wie viel Personal Sie für die Umsetzung benötigen
 - Social Media für jedermann? Erfolgsaussichten für kleine Stadtwerke bis hin zu großen EVU
 - Imagebildung durch Social Media: Welche Produkte sich für das Reputations-Management eignen
- Simon Boé**, Geschäftsführer,
Goldmedia Sales & Services GmbH, Berlin

Social Media in der Vertriebspraxis – Vom Konzept zur Durchführung

- Neue Interaktionsformen mit Social Media:
Was geht und was nicht?
 - Die Social Media Strategie:
Die richtige Vorgehensweise zur Zielerreichung
 - Social Media – Mobile: 10 Tipps für Handy-Apps
 - Social Media Cases: Tops & Flops
 - Wie Sie den Erfolg messen können
- Simon Boé**

Social Media erfolgreich nutzen – Erfahrungsbericht aus der Energiebranche

Social Media im Einsatz

- Welche Bedeutung Social Media für den Vertrieb hat
- Wie Sie Social Media in Ihre Unternehmenskommunikation einbinden können
- Themen und Vertriebsprodukte:
Was in der Praxis geht und was nicht
- Messbarer Erfolg? Welche Konsequenzen die Enovos aus ihren bisherigen Erfahrungen mit Social Media ziehen!

Michael L'huillier,
Leiter Marketing B2B/Leiter Kommunikation,
Enovos Deutschland AG, Saarbrücken

Twitter, Facebook & Co – So kommunizieren Sie mit Ihrem Kunden

Zuhören, mitreden, schnell reagieren:

Das Social-Media Pentagon.

So vermeiden Sie den Worst-Case!

- Was Sie vor dem Start auf Twitter, Facebook & Co. beachten müssen
- Wie Sie sich auf die Diskussion im Netz vorbereiten
- Spielregeln für Ihre Mitarbeiter:
Social-Media-Guidelines
- Monitoring, Deeskalation, Ablaufpläne –
So funktioniert es in der Praxis

Thorsten Bost, Gesellschafter,
ting Beratungsgesellschaft mbH, Saarbrücken

Zeiträumen des Workshops (Die Pausen werden flexibel gestaltet):

8.30	Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Workshop-Unterlagen	09.00	Workshopbeginn	13.45	Fortsetzung des Workshops
		12.30	Gemeinsames Mittagessen	16.30	Ende des Workshops

Info-Telefon: 02 11/96 86 – 34 34

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

KONZEPTION UND INHALT:

Melanie Feudel
(Konferenz-Managerin)

ORGANISATION:

Daniela Marbach
(Senior-Konferenz-Koordinatorin)
E-Mail: daniela.marbach@euroforum.com

Als Aussteller hat bereits zugesagt:



Die **crm consulting AG**, eine Tochter der cronos Unternehmensgruppe, wurde 2001 gegründet und ist heute Marktführer für die Implementierung von CRM in der Versorgungswirtschaft. Schwerpunkte sind die Definition von Kundenbetreuungsstrategien in Marketing, Vertrieb und Service und deren Integration in die bestehende Organisation. Die crm consulting AG hat das Produkt crm[GO] als ein vorkonfiguriertes Template für die Segmente Business (B2B), Service (B2C), Netz (VNB) und Marketing in Energieversorgungsunternehmen entwickelt.

www.crm-consulting-ag.de
www.cronosnet.de

SPONSORING UND AUSSTELLUNGEN:

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

Barbara Arndt

(Senior-Sales-Managerin)

Telefon: 02 11/96 86 - 37 11

Fax: 02 11/96 86 - 47 11

E-Mail: barbara.arndt@euroforum.com

Jeder Teilnehmer erhält von EUROFORUM ein sechsmonatiges Abonnement von Energie & Management!

ENERGIE & MANAGEMENT
ZEITUNG FÜR DEN ENERGIEMARKT

Was die Energiewirtschaft bewegt, das beschäftigt uns:
 14-tägig aktuelle Informationen zum Energie-Wettbewerbsmarkt.



[Kenn-Nummer]

EUROFORUM-KONFERENZ

WACHSTUMSSTRATEGIEN FÜR DEN STROM- UND GASVERTRIEB

 **Mit Social Media Workshop!**

23. bis 25. August in Berlin

Hotel Concorde Berlin, Augsburgener Straße 41, 10789 Berlin,
Telefon: + 49 (0) 30/800999-0

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

- Ja, ich nehme teil:**
- Konferenz und Workshop vom 23.-25. August** zum Preis von € 2.599,- p.P. zzgl. MwSt. [P1104951M013]
 - am 23. und 24. August nur an der Konferenz** zum Preis von € 2.099,- p.P. zzgl. MwSt. [P1104951M012]
 - am 25. August an dem Workshop** zum Preis von € 1.299,- p.P. zzgl. MwSt. [P1104951M300]
- [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**
- der Konferenz zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt.
 - des Workshops zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.
- [Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.**

Name	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geb.-Datum (TTMMJJJJ)

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat
Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____ Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken 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.

DATENSCHUTZINFORMATION. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet 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 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 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL.

Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Hotel Concorde Berlin herzlich zu einem Umtrunk ein.



WIR ÜBER UNS. EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. Unsere Muttergesellschaft, die Informa plc mit Hauptsitz in London, organisiert und konzipiert jährlich weltweit über 12.000 Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt Informa über ein umfangreiches Portfolio an Publikationen für die akademischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Märkte. Informa ist in über 80 Ländern tätig und beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter.

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40
 telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-34 34 [Daniela Marbach]
 Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldung@euroforum.com
info@euroforum.com
 im Internet: www.euroforum.de/wachstumsstrategien