

# Marken- sicherheit

# 2011



Strategische Markenführung und Markenschutz  
für Ihren Unternehmenserfolg!

6.-7. April 2011 in der Oldtimer Fabrik Classic Ulm

Praxisberichte und Impulsvorträge u.a. von:

Poggenpohl



**Elmar Duffner**  
Geschäftsführer  
Poggenpohl  
Möbelwerke GmbH

Pandora



**Jesper Christensen**  
Head of Retail  
Pandora Central Western  
Europe GmbH

Ravensburger



**Dr. Tim E. Fischer**  
Manager Innovation  
and Digital Business  
Development  
Ravensburger AG

WENKO



**Philip Köllner**  
Vertriebsleiter International  
WENKO-WENSELAAR  
GmbH & Co. KG

Procter & Gamble



**Wolfgang May**  
Associate General  
Counsel  
Director IP-Trademarks  
Procter & Gamble

Busch-Jaeger



**Michael Wasiletschko**  
Bereichsleitung Unter-  
nehmenskommunikation  
und Produktdesign  
Busch-Jaeger Elektro GmbH

Deutscher Zoll



**Klaus Hoffmeister**  
Leiter der Zentralstelle,  
Bundesfinanzdirektion  
Südost Zentralstelle  
Gewerblicher Rechtsschutz

TheBakery



**Klaus Skripalle**  
Geschäftsführer  
TheBakery – an  
Intershop Company

manroland



**Thomas Hauser**  
Vice President  
Corporate Marketing &  
Communications  
manroland AG

Vorsitzende:

Hogan Lovells



**Dr. Matthias Koch**  
Rechtsanwalt  
Hogan Lovells  
International LLP

brandamazing:



**Jon Christoph Berndt**  
Geschäftsführer  
brandamazing:  
Markenberatung

Die Top-Themen und  
zentralen Fragestellungen:

Jetzt anmelden und  
200.- € sparen!

- Erfolgreiche Markenpositionierung für die Märkte der Zukunft
- Emotionalisierung der Marke als Erfolgsfaktor – Wie macht man Marken erlebbar?
- Wie wichtig die starke, gut geschützte Marke auf den globalen Märkten ist!
- Markenarchitektur und Markenportfolio: Marken kommunizieren und schützen – so viel(e) wie nötig statt so viel(e) wie möglich!
- Marke und Design – Ideen schützen, Vorsprung schaffen: how to do it?
- Spezial: Markenbildung Online – Die erfolgreiche Marke im Internet und ihre rechtlichen und strategischen Fallstricke
- Die Marke als Kapitalisierungsinstrument – Wie Sie Ihre Marken richtig bewerten lassen
- Alles nur geklaut? Entwicklungen im Bereich Produkt- und Markenpiraterie aus Sicht des Zolls
- Plagiate allerorts – Internet, Cash-Carry-Märkte, Discounter: Welche effektiven Schutzmaßnahmen gibt es?

Highlights:

- Networking am Abend mit Live Kochen
- Neue Kongress-Module: Open Space
- Eintauchen in die Markenwelt in der Oldtimer Fabrik



Eine Veranstaltung von:

**managementforum**  
Verlagsgruppe Handelsblatt

Veranstaltungspartner:

**brandamazing:**  
Hogan Lovells RA Dr. Matthias Koch

Mit freundlicher Unterstützung von:

**poggenpohl**

**INTERSHOP**

**M**  
MARKENVERBAND

Medienpartner:

**absatzwirtschaft**  
Journal für Marketing

## Vorsitz:

Jon Christoph Berndt®, Geschäftsführer, brandamazing: Markenberatung

**09.00** Eintreffen der Teilnehmer und Begrüßungskaffee in der Oldtimer Fabrik

## Markenstrategien und der Weg zur Markensicherheit für Ihren langfristigen Unternehmenserfolg!

**09.50** Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm durch Management Forum Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH und die Vorsitzenden

**10.00** Starke Markenstrategie und umfassender Markenschutz – Was sind die Grundvoraussetzungen für Markensicherheit und damit für den langfristigen Unternehmenserfolg?



■ Was ist eine Marke und was zeichnet eine Marke in Handel, Industrie und Konsumwirtschaft aus?



Jon Christoph Berndt®, Geschäftsführer, brandamazing: Markenberatung  
Dr. Matthias Koch, Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP

**10.30** Die Marke sichern im globalen Wettbewerbsumfeld. Handel und Markenartikler: Herausforderung Markensicherheit an eine gestärkte Partnerschaft



Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e.V.

**11.00** Networking- und Kaffeepause

## Strategien internationaler Marken aus Handel, Industrie und Dienstleistungsunternehmen

**11.40** **Praxisbericht**  
**Keynote**



**Erfolgsfaktor Markenführung – Wie wichtig die starke, gut geschützte Marke auf den globalen Märkten ist!**  
Elmar Duffner, Geschäftsführer, Poggenpohl Möbelwerke GmbH

**12.20** **Praxisbericht**  
**Keynote**



**Die Herausforderungen des internationalen Markenportfolio-Managements im Spannungsfeld zwischen Markenstrategie und Markenrecht**  
Wolfgang May, Associate General Counsel, Director IP-Trademarks, Procter & Gamble

**13.00** **Impulsvortrag**



**Alles nur geklaut? Entwicklungen im Bereich Produkt- und Markenpiraterie aus Sicht des Zolls**  
Klaus Hoffmeister, Leiter der Zentralstelle, Bundesfinanzdirektion Südost, Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz

**13.40** **Gemeinsames Mittagessen und Networking mit Besichtigung der Oldtimer-Fabrik**

## Effektive Maßnahmen zur Markensicherheit – Stärken absichern, Angriffe abwehren und Rechte durchsetzen

**14.30-16.00** **Forum I MARKENSTRATEGIE**

### Vorsitz:

Jon Christoph Berndt®, Geschäftsführer, brandamazing: Markenberatung

**14.30** **Grundregeln der Markenpositionierung für die Märkte der Zukunft**  
**Die Do's & Don'ts für Ihren strategischen Markenerfolg!**



Jon Christoph Berndt®, Geschäftsführer, brandamazing: Markenberatung

**15.00** **Praxisbericht**  
**Keynote**



**Markensicherheit im Handel: Moderne strategische Markenführung am Beispiel Pandora**  
Jesper Christensen, Head of Retail, Pandora Central Western Europe GmbH

**15.30** **Praxisbericht**  
**Keynote**

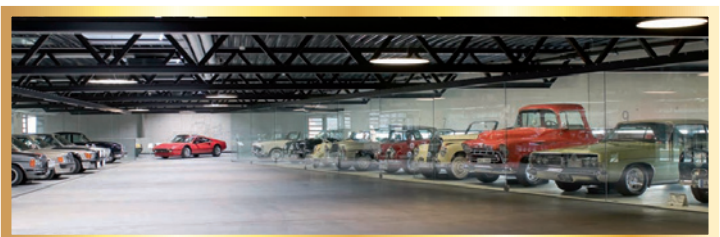


**Begeisterung für die starke Marke Busch-Jaeger – Design und Kooperationen als Erfolgsfaktoren**  
Michael Wasiletschko, Bereichsleitung Unternehmenskommunikation und Produktdesign, Busch-Jaeger Elektro GmbH

**14.30-16.00**

**Parallel zum Forum I Markenstrategie: Kitchentalk by Poggenpohl**  
**Open Space „MARKENSCHUTZ“ – Diskutieren Sie mit Experten Ihre Fragen aus der Praxis zum Thema Markenschutz**

(begrenzte Teilnehmerzahl: 30 Teilnehmer)





**16.00** Networking- und Kaffeepause

**16.30-18.00** Forum II MARKENSCHUTZ

## Vorsitz:

Dr. Matthias Koch, Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP

**16.30** Was können wir für Markenschutz im Unternehmen tun?  
Die Do's & Don'ts für die optimale Absicherung Ihrer Marke



- Wie erreicht man die Durchsetzung von Markenrechten?
- Die Kunst der juristischen Markenportfoliopflege

Dr. Matthias Koch, Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP

**17.00** Eine junge Marke braucht festen Boden unter den Füßen – Professionelle Markenpflege sichert Unternehmens-Werte



Carsten Kühne, Vertriebsleiter,  
EuCor GmbH & Co. KG

**17.30** Praxisbericht

Ein Blick über den Tellerrand: Pharma  
Die Problematik der Arzneimittelfälschungen aus Sicht von pharmazeutischen Herstellern und Apotheken

Philipp Freisfeld, Brand Manager OTC, Therna Care,  
Pfizer Consumer Healthcare Germany (angefragt)

**16.30-18.00** Parallel zum Forum II Markenschutz:  
Kitchentalk by Poggenpohl

Open Space „MARKENSTRATEGIE“ – Diskutieren Sie mit Experten Ihre Fragen aus der Praxis zum Thema Markenstrategie

(begrenzte Teilnehmerzahl: 30 Teilnehmer)

**18.00** Ende des 1. Kongresstages

**Ab 18.30** Get-Together mit Live Kochen und Küchenparty mit Koch Laurencio Paradiso in der Poggenpohl Hightech-Küche...und Networking, Networking, Networking!



**19.00** Impulsvortrag vor dem Essen  
Genuss als Reiz der Zukunft!



- Die 5 Genusstypen und wie Unternehmen sie mit Sicherheit zu Kunden machen

Philipp Schaer, Seniorberater, brandamazing: Markenberatung



## Fachausstellung „Brand Security 2011“

Das hochkarätige Programm des Kongresses „Markensicherheit 2011“ wird durch eine begleitende Fachausstellung abgerundet. Hier treffen Sie potentielle Top-Kunden auf hohem Entscheidungsniveau mit einem High Involvement zum Thema Markenstrategie und Markenschutz!

Nutzen Sie die Möglichkeit in unmittelbarer Anbindung an den Kongress, Ihre Lösungsansätze und Dienstleistungen vorzustellen. Ausstellungsfelder:

- Strategie- und Kommunikationsberatung
- Qualitätsmanagement und Qualitätskontrolle
- Brand Solutions / Recherche
- Sicherheitsprüfungen
- Logistik und Verpackung
- IT & E-Commerce

Sie möchten Sponsor oder Aussteller des Kongresses „Markenschutz 2011“ werden?

Christian Maybach, Sales Manager Sponsoring & Ausstellung, berät Sie gerne.

Tel.: + 49 (0)331/2006948

E-Mail: maybach@managementforum.com

Testen Sie die absatzwirtschaft!  
Als Dankeschön für Ihre Teilnahme an unserer Veranstaltung möchten wir Ihnen ein kostenloses Mini-Abo der absatzwirtschaft im Wert von € 18,- anbieten!  
Lesen Sie völlig kostenfrei und unverbindlich 3 Ausgaben der absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing.  
Ihr

**management forum**  
Verlagsgruppe Handelsblatt

## Vorsitz:

Dr. Matthias Koch, Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP

## Erfolgsfaktoren und Detailstrategien zu Markenpositionierung und Markenschutz

### 09.00 Erfolgsfaktor Markenwert: Marken als Kapitalisierungsinstrument – Wie Sie Ihre Marken richtig bewerten lassen!

- Standards der Markenbewertung
- Besicherung von Finanzierungen mit der Marke
- Wertorientierte Markenführung

**Alexander Biesalski**, Managing Partner, Biesalski & Company



### 09.30 Markenschutz durch Rechtsdemoskopie

- Untersuchungen (auch schon vor Einführung) neuer Marken, Gestaltungen oder Werbeaussagen (z. B. Erwartungen zur Alleinstellung, Irreführung, Verwechslungen)
- Verkehrsdurchsetzung im Rahmen gerichtlicher / außergerichtlicher Auseinandersetzungen und im Zusammenhang mit Markenbewertungen

■ Erhöhter Schutz durch Nachweis bekannter, berühmter Marken

**Dr. Almut Pflüger**, Bereichsleiterin Rechtsforschung, TNS Infratest GmbH



### 10.00 Erfolgsfaktor Design – Kreation neuer starker Marken

- Die neue Design- und Formsprache und neuropsychologische Erkenntnisse
- Flexible Marken in dynamischen Märkten: Wandel als Positionierung, Unterschiedlichkeit als USP
- Die fraktale Marke: Vom Design bis zum Verkauf und das System der fraktalen Marken

**Ercan Öztürk**, HoPE-Home of Property & Evolution GmbH

### 10.30 Praxisbericht

#### Rebranding eines Global B-to-B-Players im Spannungsfeld zwischen Markenstrategie und Markensicherheit

**Thomas Hauser**, Vice President, Corporate Marketing & Communications, manroland AG



### 11.00 Networking- und Kaffeepause

## Spezial: Markenführung Online

### 11.30 Praxisbericht

#### Marken im Netz ... wie man das Internet für seine Marke nutzen kann, ohne sie dabei zu verlieren Best Practice WENKO-WENSELAAR

- Internationale Preis-, Marktplatz- und Angebotssteuerung
- Philip Köllner**, Vertriebsleiter International, WENKO-WENSELAAR GmbH & Co. KG

**Klaus Skripalle**, Geschäftsführer TheBakery – an Intershop Company



### 12.00 Diskussionsforum „Markenbildung Online“ – Markenführung und Markensicherung im Internet Die erfolgreiche Marke im Internet und ihre rechtlichen und strategischen Fallstricke

**Christoph Rieken**, Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP

**Wieviel Social Media braucht die Marke noch?**

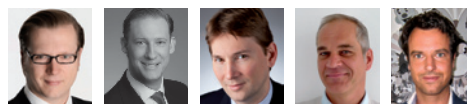
**Dr. Tim E. Fischer**, Manager, Innovation and Digital Business Development, Ravensburger AG

**Internet-Piraterie – Wie man dem „Ruin einer Marke“ entgegensteuert?**

**Philip Köllner**, Vertriebsleiter International, WENKO-WENSELAAR GmbH & Co. KG

**Klaus Skripalle**, Geschäftsführer, TheBakery – an Intershop Company

**Moderation: Michael Umlauf**, Strategieberater, grasundsterne



### 13.00 Impulsvortrag

#### Erfolgsfaktor Mensch: Motivierte Mitarbeiter kann man weder klauen noch kopieren – Wie sie zu begeisterten Markenbotschaftern an allen Kontaktpunkten werden!

**Jon Christoph Berndt**<sup>®</sup>, Geschäftsführer,

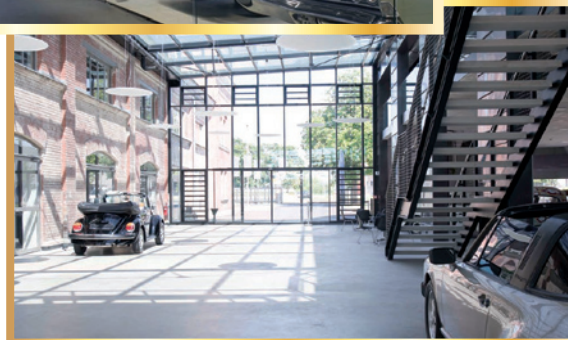
brandamazing: Markenberatung



### 13.30 Networking und Mittagessen

Diskutieren Sie mit Experten Ihre Fragen aus der Praxis

### 15.30 Ende des zweitägigen Kongresses „Markensicherheit 2011“



# Einladung zum Kongress „Markensicherheit 2011“

Sehr geehrte Damen und Herren,

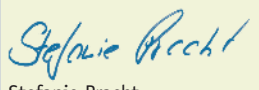
die Ansprüche an starke Marken und vor allem an die Markenmacher werden immer komplexer: Eine scharfe Profilierung und Markenführungs-Strategie reicht allein nicht mehr aus und die rechtliche Absicherung von Marken und Patenten kommt vielfach zu kurz. Der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg starker Marken liegt somit in der Verzahnung der beiden Königsdisziplinen „Markenstrategie“ und „Markenschutz“.

Erfahren Sie auf dem Kongress „**Markensicherheit 2011**“ von Branchenexperten aus erster Hand:

- wie eine erfolgreiche Verzahnung von Markenführung und Markenschutz funktioniert,
- wie Unternehmen vom zeitgemäßen Markenmanagement profitieren und den Wettbewerb hinter sich lassen,
- wie die großen Marken als auch kleine und mittelständige Unternehmen ihre Marken zukunftssicher aufstellen können.

Nutzen Sie die Gelegenheit zum Austausch mit den Experten und führenden Köpfen aus den Markenunternehmen und erweitern Sie Ihr Netzwerk.

Wir freuen uns auf einen interessanten und spannenden Kongress mit Ihnen!



Stefanie Pracht  
Geschäftsführerin  
Management Forum  
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH



Sandra Schröder  
Senior-Projektleiterin  
Management Forum  
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH



## Markensicherheit 2011

Neues Kongressformat auf dem gewohnten Niveau der Management Forum Verlagsgruppe Handelsblatt Veranstaltungen

### Wen treffen Sie auf diesem Kongress:

Dieser Kongress richtet sich an Vorstände und Geschäftsführer sowie Marketer aus Industrie, Konsumgüterindustrie, (Premium-) Handel, E-Commerce- und Dienstleistungsunternehmen sowie Markenagenturen. Unternehmen aus den Branchen, wie z.B. Pharma, Automotive, Textilhandel- und Produktion, Banken, Versicherungen und Reiseanbieter. Der Kongress spricht Mitarbeiter aus den Bereichen Marketingkommunikation und PR, Markenmanagement und -recht, Produktmanagement und -entwicklung, New Business Development, Recht- und Gewerblicher Rechtsschutz an.

## Veranstaltungspartner

**brandamazing:**<sup>®</sup>

**brandamazing:** ist die Unternehmensberatung für Markenkommunikation mit Sitz in München und internationaler Tätigkeit. Schwerpunkte von brandamazing: sind starke Markenpersönlichkeiten für Unternehmen, Produkte und Menschen (Human Branding). Wir machen sie spürbar und erlebbar überall dort, wo sie wahrgenommen werden – durch die multisensuale Inszenierung der Markenwerte genauso wie durch Training und Coaching.

**Hogan Lovells**  
RA Dr. Matthias Koch

**Hogan Lovells** ist eine der führenden Rechtsanwaltssozialitäten mit ca. 2.500 Anwälten an 40 Standorten in den bedeutendsten Wirtschaftszentren Europas, der USA, Asiens, des Nahen Ostens und Lateinamerikas. Dabei zählt Hogan Lovells insbesondere auf dem Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes und Markenrechts nicht nur in Deutschland, sondern weltweit zur Marktspitze. Dr. Matthias Koch ist Partner im Münchner Büro der Sozietät und leitet dort seit dem Jahr 2000 die Markenrechtspraxis.

## Mit freundlicher Unterstützung

**INTERSHOP**<sup>™</sup>

**Intershop Communications AG** ist ein führender Anbieter innovativer und umfassender E-Commerce-Lösungen. Das Unternehmen bietet mit Infinity Suite 6 eine leistungsstarke Standardsoftware für den Vertrieb über das Internet, alle zugehörigen Dienstleistungen sowie umfassende Online-Marketing-Services an. Darüber hinaus übernimmt Intershop im Auftrag seiner Kunden die gesamte Prozesskette des Online-Handels einschließlich Fulfillment. Weltweit setzen über 300 große und mittelständische Unternehmen und Organisationen auf Intershop. Zu ihnen zählen u. a. HP, BMW, Bosch, Otto, Tchibo, Deutsche Telekom und Mexx. Intershop hat seinen Sitz in Deutschland (Jena) und unterhält Niederlassungen in den USA und Europa.

**poggen  
pohl**

Im Jahr 1892 von Tischlermeister Friedemir Poggenpohl gegründet, kann die **Poggenpohl Möbelwerke GmbH** auf eine fast 120jährige Geschichte zurückblicken. Heute ist Poggenpohl die bekannteste Küchenmarke der Welt. Mit dem Anspruch, die Dinge immer wieder neu zu denken, wurde der Premium-Küchenhersteller zum Vorreiter in Sachen Design, Qualität und Exklusivität. Die vielfach mit renommierten Designpreisen ausgezeichneten Poggenpohl-Küchen in finden sich in über 70 Ländern der Erde – etwa in exklusiven Apartments und Villen in Metropolen wie New York, Hongkong, Shanghai oder Dubai. Produziert hingegen werden die Küchen ausschließlich am Firmensitz im westfälischen Herford.

**M**  
MARKENVERBAND

## Medienpartner

**absatzwirtschaft**  
Zeitschrift für Marketing

**Die absatzwirtschaft** – Die absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing ist mit einer verkauften Auflage von rd. 24.000 Exemplaren Deutschlands führende Monatszeitschrift für Marketing. Recherchiert und geschrieben für Führungskräfte in den Unternehmen, deckt sie alle Praxisfragen des modernen Marketings und Vertriebs ab und informiert über Trends, Best Practices, neue Methoden sowie die Entwicklung aufseiten der Medien und Marketing-Dienstleister.

[www.managementforum.com/markensicherheit](http://www.managementforum.com/markensicherheit)



# Anmeldeformular

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH · Eschersheimer Landstraße 50 · 60322 Frankfurt am Main



## Marken-2011 sicherheit

Strategische Markenführung und Markenschutz  
für Ihren Unternehmenserfolg!

6.-7. April 2011 in der Oldtimer Fabrik Classic Ulm

Internet-PDF

### Fax-Anmeldung: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Kongress **Markensicherheit 2011 am 6. und 7. April 2011 (€ 1.290,- zzgl. 19% MwSt)**

**Frühbucherpreis bis 28.02.2011 € 1.090,-**

- Ja, wir sind an einer Beteiligung als Sponsor oder Aussteller beim Kongress Markensicherheit 2011 interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich Informationen zu.
- Ja, als Dankeschön möchte ich kostenlos 3 Ausgaben der „absatzwirtschaft“ inkl. Online-Archiv erhalten. Mit der Übermittlung meiner Daten an den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH zum Zwecke der Zustellung bin ich einverstanden. Das Abonnement endet automatisch.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

- 15%

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Datum	Unterschrift
-------	--------------

#### Kontakt/Anmeldung:

per Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99  
per Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70  
per Post: Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Eschersheimer Landstr. 50, 60322 Frankfurt am Main  
per E-Mail: info@managementforum.com  
per Internet: www.managementforum.com

#### Veranstaltungsort/Veranstaltungsdatum:

6. und 7. April 2011  
Oldtimer Fabric Classic Neu Ulm  
Lessingstraße 5m 89231 Neu-Ulm  
Tel. : + 49 (0) 7 31 / 70 51 18 44  
www.oldtimerfabrik-classic.de

#### Zimmerreservierung:

Folgende Hotels halten 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 vor.

#### LAGO Hotel & Restaurant am See

Friedrichsau 50, 89073 Ulm/Donau  
Tel.: +49 (0) 7 31 20 64 00-0, Fax +49 (0) 7 31 20 64 00-12  
E-Mail: hotel@lago-ulm.de  
EZ: € 125,- incl. Frühstück

#### Maritim Hotel

Basteistraße 40, 89073 Ulm  
Tel.: +49 (0) 731 923-0, Fax: +49 (0) 731 923-1000  
E-Mail: info.ulm@maritim.de  
EZ: € 136,00 inkl. Frühstück

#### Hotel und Landgasthof Hirsch

Dorfstraße 4, 89233 Neu-Ulm / Finningen  
Tel.: +49 (0) 731 97 07 44, Fax: +49 (0) 731 97 07 474  
E-Mail: info@hirsch-nu.de  
EZ: € 103,- incl. Frühstück

#### Kongressgebühr:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt € 1.290,- zzgl. 19% MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an dem Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten und für jeden weiteren Teilnehmer 15% Preisnachlass. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Die Kongressgebühr enthält die Getränke und Mittagessen.

#### Anmeldung:

Bitte füllen Sie die vorliegende Anmeldung aus und senden diese Management Forum zu rück. Ihre Anmeldung wird umgehend schriftlich bestätigt. Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis zum 6. März 2011 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nicht erscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 6. März 2011 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

#### Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

#### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.

Exklusiv für Kongressteilnehmer

Auf der Veranstaltung erhält jeder Kongressteilnehmer ein Exemplar der 2. Auflage:

**Die stärkste Marke sind Sie selbst!**