

# Akquisitionsstrategien im Private Banking

– Effizient & stilvoll neue Kunden gewinnen und binden –

## Wichtige Fragestellungen bei der Ansprache und Beratung von HNWI:

- ▶ Wie sehen aktuelle Trends und „best practice“-Strategien in der Zielkundenerkennung aus?
- ▶ Wie erfolgt die Umsetzung der organisatorischen Verbindung von Zielkundenerkennung und -ansprache im Team?
- ▶ Wie gelingt eine effiziente Potenzialausschöpfung und Kundenaktivierung?
- ▶ Wie sehen Dienstleistungen für unterschiedliche Zielgruppen aus?
- ▶ Welches sind die aktuellen Herausforderungen in der Private Banking-Personalarbeit?
- ▶ Wie stellen Sie Glaubwürdigkeit und Konfliktfähigkeit sicher?

## Ihre Referenten/Trainer:



Reinhard Carl,  
metamorf business  
consulting GmbH



Dr. Stefan Schmitt,  
Neukunde Beratungs-  
und Trainings GmbH



Prof. Dr. Ralf Jasny,  
Fachhochschule  
Frankfurt/Main



Matthias Wesseling,  
Delbrück Bethmann  
Maffei AG



Dr. Christian Ohswald,  
Raiffeisenlandesbank  
Niederösterreich-Wien AG



Dirk Wiebusch,  
Merck, Finck & Co.  
Privatbankiers

## Das Geschäft mit den Superreichen dieser Welt wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. (Schweizer Bank, August 2006)

Laut einer aktuellen Studie der US-Investmentbank Merrill Lynch und des Beratungsunternehmens Capgemini sollen die Vermögen der Superreichen (High Net Worth Individuals, HNWI) bis 2009 weltweit jährlich um 6,5 Prozent wachsen.

Obwohl der Milliarden-Besitz wohlhabender Privatpersonen wächst, fällt den Banken das lukrative Vermögensverwaltungsgeschäft zunehmend weniger „einfach so“ in die Hände. Wer in diesem hart umkämpften Markt bestehen will, muss eine aktive und umfassende Kundenpflege betreiben. Dazu gehört sowohl die Akquisition neuer Kunden als auch deren anschließende Betreuung.

Der Aufbau von ausgewählten Akquisitions- und Betreuer-Strategien wird somit in Zukunft immer mehr über Erfolg oder Misserfolg in diesem lukrativen Marktsegment entscheiden. Im Rahmen unseres EUROFORUM-Seminars erhalten Sie eine umfassende Darstellung von best practice Strategien zur Zielkundenerkennung sowie einen Leitfaden zur effizienten Kundenaktivierung und -betreuung.

### Diskutieren Sie mit unseren Experten über diese und weitere Fragestellungen:

- ▶ Wie führt man ein stilvolles und lockendes Telefonat?
- ▶ Wie gelingt der Sprung vom „small talk“ zum konkreten Gesprächstermin?
- ▶ Welche Techniken für Bestandserhöhungen gibt es speziell für Privatbanken?
- ▶ Gewinnt man neue Kunden eher über die Preise oder über Netzwerke und Partnerschaften?
- ▶ Wie sehen Besonderheiten bei der Akquisition und Betreuung von Unternehmerfamilien aus?

Montag, 26. März 2007

Montag, 16. April 2007

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen

9.30–9.45

#### Begrüßung durch EUROFORUM und Einführung in das Seminar

- ▶ Darstellung der Zielsetzung des Seminars und der Teilnehmererwartungen

9.45–11.15

#### Zielkundenerkennung (... der echte Private Banking-Kunde möchte unerkannt sein)

- ▶ Der Millionärererkennungsscanner (Zum Verhaltensprofil der Private Banking-Kunden)
- ▶ Andere und ertragsreichere Zielgruppen als Ärzte, Rechtsanwälte, Apotheker ...
- ▶ Sieben „best practice“-Strategien der Zielkundenerkennung vor Ort
- ▶ Weitere Multiplikatoren, Zielkundenkenner und Info-Splitter zur Zielkundenerkennung
- ▶ Zielkundenerkennung im Umfeld der Stammkunden
- ▶ Zielkundenerkennung zwischen Entscheider, Beeinflusser, Gate-Keeper, Sprecher, Vorposten etc.

#### Zielkundenansprache (... gerade umschwärmte Kunden sind noch nie stilvoll angesprochen worden)

- ▶ Zur Sinnlosigkeit des sogenannten Massenmailings im Vergleich zum individuellen Brief
- ▶ Generierung von Anspracheanlässen im Team
- ▶ Der „Inhalt der Präsentation“ vor und nach dem Erstkontakt
- ▶ Das stilvolle und lockende Telefonat
- ▶ Die „zufällige persönliche Begegnung“
- ▶ Ansprachepakete, die mit den Alleinstellungsmerkmalen der Bank „xy“ erklärt sind

#### Umsetzung der organisatorischen Verbindung von Zielkundenerkennung und -ansprache im Team

- ▶ Die Rolle der Assistenz (Formel 1 wird in den Boxen gewonnen)
- ▶ Akquisetage oder Einbindung in das Tagesgeschäft
- ▶ Die Verstetigung der Akquisitionskultur im Bild der Akquise-Maschine
- ▶ Die Zielkundenansprache vor dem Hintergrund baldiger Veranstaltungen
- ▶ Die Positionierung des Zielberaters (a star is born)
- ▶ Die eindeutige Zuordnung: Zielkunde – Zielberater

11.15–11.45

Pause mit Kaffee und Tee

11.45–13.00

### Vom Erstkontakt zum Erstgespräch (Der Fisch ist am Haken – wie kriege ich ihn in's Boot)

- ▶ Konkrete Anprachemöglichkeiten für „umschwärmte“ Zielkunden – Selbstblockaden durch Fachgebietenorientierung
- ▶ Der Unterschied (oder Gegensatz?): Akquisitionsgespräch – Beratungsgespräch
- ▶ Vom „small-talk“ zum konkreten Gesprächstermin (Chancen und Risiken)
- ▶ Techniken zur Steigerung des Gesprächsbedarfs

### Abschluss im Erstgespräch

- ▶ Abschlussverstärkung durch die Alleinstellungsmerkmale der Berater
- ▶ Erhöhung der Abschlusswahrscheinlichkeit im Erstgespräch
- ▶ Der (unbekannte) persönliche Zielkorridor
- ▶ Besonderheiten der Abschlusstechniken bei vermögenden Kunden
- ▶ Das Erstgespräch für die Entscheidung: Mandat oder Drittverbindung auf Probe
- ▶ Projekt und Konditionendurchsetzung
- ▶ Vertagung oder Entscheidung: Der Entscheidungstrichter

### Potenzialausschöpfung und Kundenaktivierung

- ▶ Derzeitige Entscheidungsblockaden vermögender Kunden (ich will mich nicht entscheiden ...)
- ▶ Aktivierungstechniken für den Kunden und dessen Umfeld
- ▶ Techniken der Bestandserhöhungen speziell für Privatbanken
- ▶ Bildhafte Argumente zur Erweckung des Handlungswillens der Kunden
- ▶ Techniken zur Verjüngung und zur Bindung des Kundenstammes  
**Dr. Stefan Schmitt**, Geschäftsführender Gesellschafter, Neukunde Beratungs- und Trainings GmbH

13.00–14.00

Aperitif und gemeinsames Mittagessen

14.00–15.15

### Wichtige Zielgruppen sind auf der Suche nach einer neuen Bankverbindung

- ▶ Die Wechselbereitschaft bei Private Banking-Kunden wächst
- ▶ Interessante Berufsgruppen sind besonders unzufrieden
- ▶ Die echten Alternativen sind immer noch rar

### Der Weg zum besseren Kundenverständnis – die Sinus-Milieus als wichtige Fortschreibung der klassischen Kundensegmentierung

- ▶ Erwartungen von „Konservativen“, „Etablierten“ und „Postmateriellen“ an ihre Bankverbindung unterscheiden sich deutlich
- ▶ „50plus“-Kunden sind nicht gleich „50plus“-Kunden
- ▶ Die Produktangebote allein sind keine Erfolgsgarantie für Kundengewinnung und -bindung

15.15–15.45

Pause mit Kaffee und Tee

15.45–17.45

### Gemeinsame Bewertung und Diskussion wichtiger Erfolgsfaktoren im Plenum

### Fazit und Handlungsschritte aus den Milieubetrachtungen

- ▶ Die richtigen Ansprachewege
- ▶ „USP“ in der Bewertung der Milieus
- ▶ Relevante „Dienstleistungen“ für unterschiedliche Zielgruppen

### Die Herausforderungen der Private Banking-Personalarbeit

- ▶ Das passende Mitarbeiterprofil
- ▶ Die Rekrutierung der „richtigen“ Mitarbeiter
- ▶ Auch Berater gehören einem „Milieu“ an
- ▶ „Clanning“ oder „Coaching“ – der Weg zum erfolgreichen Mitarbeiter
- ▶ Begeisterung und Lebenstraum – der „persönliche Businessplan“ zum Erfolg
- ▶ Der richtige Umgang mit den Kunden – die persönliche Überzeugung zur Kundenempfehlung
- ▶ Veranstaltungen als Kontaktquelle

**Reinhard Carl**, Geschäftsführender Gesellschafter, metamorf business consulting GmbH und  
**Dr. Ralf Jasny**, Professor für BWL und Finanzdienstleistungen, Fachhochschule Frankfurt/Main

17.45

Ende des ersten Seminartages

Im Anschluss an den ersten Seminartag lädt Sie EUROFORUM herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk ein. Nutzen Sie die Gelegenheit zu einem informellen Erfahrungsaustausch und lassen Sie den Tag Revue passieren.

Dienstag, 27. März 2007

Dienstag, 17. April 2007

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–10.45

**Die Akquisition vermögender Privatkunden**

- ▶ Neue Kunden systematisch gewinnen – zehn Regeln für eine erfolgreiche Neuakquise
- ▶ Erfolgreiche Kundennetzwerke entwickeln und pflegen
- ▶ Gute Private Banker sind „Kundenversther“ – und vor allem ehrlich
- ▶ Verkaufen heißt Menschen beim Kaufen zu helfen
- ▶ Mit Liebe und Begeisterung Vertrauen aufbauen
- ▶ Neue Kunden – durch Preis oder Partnerschaft?
- ▶ Akquisitionsmanagement – Ergebnis- versus Verhaltensorientierung

**Matthias Wesseling**, Niederlassungsleiter,  
Delbrück Bethmann Maffei AG

10.45–11.15

Pause mit Kaffee und Tee

11.15–13.00

**Besonderheiten bei der Akquisition und Beratung von Unternehmerfamilien**

- ▶ Der Typus Unternehmer, sein Umfeld, seine Prioritäten, seine Berater, seine Vertrauten
- ▶ Besonderheiten beim strategischen Verkaufen und bei der ganzheitlichen Beratung von Unternehmerfamilien
- ▶ Drei Musterfälle, wie aus Corporategeschäft Private Banking-Potenzial wird
  - Wachstum im Unternehmen als Chance für Private Banking.
  - das „IPO“-Unternehmen.
  - das „alles ist ok“-Unternehmen.

**Dirk Wiebusch**, Direktor, Merck Finck & Co. Privatbankiers

13.00–14.00

Aperitif und gemeinsames Mittagessen

14.00–16.00

**Private Banking NEU definiert**

- ▶ Gehobener Mittelstand – ein Markt mit Potenzial
- ▶ Individualität beim Kunden – Standards bei Ihren Mitarbeitern
- ▶ Glaubwürdigkeit und Konfliktfähigkeit bei der Führungskraft  
**Dr. Christian Ohswald**, Leiter Raiffeisen Private Banking,  
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG, Wien

16.00

Ende des Seminars

Dieses Seminar ist konzipiert für:

**Fach-, Führungs- und Nachwuchskräfte aus Großbanken, Sparkassen, Privatbanken, Auslandsbanken, Investment Banken, Genossenschaftsbanken, Landesbanken, Volks- und Raiffeisenbanken und Hypothekenbanken, Vermögensverwaltungen sowie Family Offices aus den Bereichen:**

- Private Banking/Wealth Management
- Asset Management/Vermögensverwaltung
- Family Office
- Marketing/Vertrieb
- Akquisition
- Personal/Recht

Weiterhin angesprochen sind Wirtschaftsprüfer, Anwälte und Steuerberater.

**Gestalten Sie Ihr Seminar mit!**

Senden Sie uns bereits vor dem Seminartermin Ihre Fragen zu! Wir leiten diese an die Referenten weiter und Sie erhalten im Seminar eine ausgearbeitete Antwort.

E-Mail: [friederike.fischer@euroforum.com](mailto:friederike.fischer@euroforum.com)

**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.

**Natascha Kujat** (Senior-Sales-Managerin)

**Telefon: 02 11/96 86 – 37 12, Fax: 02 11/96 86 – 47 12**

E-Mail: [natascha.kujat@euroforum.com](mailto:natascha.kujat@euroforum.com)

**WIR ÜBER UNS**

Der Name 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. Die EUROFORUM Deutschland GmbH ist ein Unternehmen der Informa plc, einem börsennotierten Medienunternehmen für Finanz- und Wirtschaftsinformationen mit Sitz in London.

## 5 gute Gründe für Sie oder die Mitarbeiter Ihrer Fachabteilung, dieses Seminar zu besuchen:

1. Sie erhalten einen Überblick über die wesentlichen Erfolgsfaktoren bei der Ansprache der Zielkunden im HNWI-Segment.
2. Sie erfahren, wie eine effiziente Potenzialausschöpfung und Kundenaktivierung gelingen kann.
3. Sie lernen die aktuellen Herausforderungen in der Private Banking-Personalarbeit kennen.
4. Die Inhalte dieses Seminars sind sorgfältig aufeinander abgestimmt. Durch interaktive Fachvorträge und Praxisberichte erarbeiten Sie konkrete Handlungsalternativen.
5. Sie treffen Fachkollegen und profitieren von einem Erfahrungsaustausch über die betrieblichen Grenzen hinaus.



### Infoline

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

**Anja Heker** (Senior-Konferenz-Managerin)  
Konzept und Inhalt

**Friederike Fischer** (Konferenz-Assistentin)  
Organisation

**E-Mail:** [friederike.fischer@euroforum.com](mailto:friederike.fischer@euroforum.com)



**Telefon:** 02 11/96 86 – 34 63

### Ihre Experten:

**Reinhard Carl** ist Geschäftsführender Gesellschafter der metamorf business consulting GmbH in Bochum. Herr Carl war zwanzig Jahre im Deutsche Bank-Konzern tätig, darunter Vorstandsassistent, Mitglied der Geschäftsleitung in den Filialen Baden-Baden und Mannheim, Direktor im Privatkundengeschäft der Zentrale Frankfurt: Leitung Vertriebssteuerung und -unterstützung sowie Projektleiter „Aufbau Private Banking Deutschland“. Seine Tätigkeitsschwerpunkte umfassen u.a. die Etablierung des Geschäftsmodells Private Banking, den Aufbau und die Führung Mobiler Vertrieb, Zielgruppenstrategien (50 plus) sowie Vertriebsoptimierung Individual- und Retailvertrieb.

**Professor Dr. Ralf Jasny** ist Professor für BWL und Finanzdienstleistung und wissenschaftlicher Beirat der metamorf business consulting GmbH. Herr Professor Jasny war mehrere Jahre im Marketing für das Vermögenanlagegeschäft der Deutsche Bank AG tätig, danach war er im Corporate Center, Global Head Private Customer Research Deutsche Bank AG und zuletzt Bereichsleiter Brand and Market Research Deutsche Bank 24 (heute: Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG). Seine Tätigkeitsschwerpunkte umfassen u.a. die Entwicklung eines Instrumentes zur Markensteuerung in Banken, Konzepte zur Kundenbindung und Akquisition, Bundling im Vermögenanlagegeschäft sowie Kundenselektionsverfahren.

**Dr. Christian Ohswald** leitet seit der Neugründung in 2003 das Raiffeisen Private Banking in Wien.

Nach dem Studium der Rechtswissenschaften, Doktoratsstudium an der Wirtschaftsuniversität Wien nahm er 14 Monate an einem Bank-Trainee-programm teil. Anschließend war er als Kundenbetreuer seit 1995 bei Raiffeisen als Regionalleiter und später als Stadtdirektor tätig. Herr Dr. Ohswald ist zudem Lektor am Institut für Kreditwirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien. Er forscht im Bereich Bankbetriebslehre mit dem Forschungsschwerpunkt Personalmanagement.

**Dr. Stefan Schmitt** ist Geschäftsführender Gesellschafter der Neukunde Beratungs- und Trainings GmbH. Er vermittelt durch das individuelle Trainieren realer Verhandlungssituationen praxistaugliches, solides Handwerkszeug für die (vermeintlich) kritischen und konflikträchtigen Situationen, die der Alltag jedem Private Banker so reichhaltig beschert. Er hat bei und für Großbanken, Privatbanken, Volksbanken, Investmenthäuser und unabhängige Vermögensbetreuer Akquisitionsmaßnahmen mit der jeweiligen Implementierung vor Ort umgesetzt.

**Matthias Wesseling** ist Sparkassenbetriebswirt, CFP und CFEP. In den Jahren 1994 bis 2005 hat er in verantwortlicher Position als Prokurist und als Geschäftsführer die beiden ersten Private Banking-Outsourcing-Geschäftsmodelle der Sparkassen Finanzgruppe sehr erfolgreich aufgebaut. Seit 2005 leitet er die Kölner Niederlassung des Privatbankhauses Delbrück Bethmann Maffei AG. Als Autor bzw. Mitautor u.a. der Bücher „Vermö-

gensmanagement – Das Private Banking-Design für den gehobenen Privatkunden“ (Sparkassenverlag), „Stiftungen fördern mit Gewinn“ (Bankverlag) und „Fondsratings“ (Gabler Verlag) sowie vieler Fachaufsätze referiert er regelmäßig zu den Themen „Der gehobene Privatkunde“, „Der Private Banking Markt“ sowie „Akquisition und Betreuung vermögender Kunden“ an diversen Akademien der Kreditwirtschaft und in offenen Fachseminaren. Er ist Herausgeber des Buches „Financial Consulting“, das Ende 2003 erschienen ist.

**Dirk Wiebusch** ist derzeit als Direktor und Leiter der Unternehmensberatung Deutschland Mitglied der ersten Führungsebene direkt unter der Konzerngeschäftsleitung bei Merck Finck & Co. Privatbankiers. Er verfügt über langjährige Erfahrung im strategischen Vermögensmanagement für Unternehmerfamilien und vermögende Privatpersonen. Zuletzt war er für den Aufbau der Unternehmerberatung Deutschland bei Merck, Finck & Co. Privatbankiers als zuständiger Leiter verantwortlich. Seine Schwerpunkte sind die ganzheitliche Beratung von Unternehmerfamilien, die Analyse von Komplexitäten und Zusammenhängen innerhalb der Strategien Familie, Vermögen und Unternehmen sowie die Erarbeitung von Lösungsansätzen unter Hinzunahme von Fachexperten. Ein weiterer Schwerpunkt ist das strategische Vermögensmanagement unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie. Zuvor war Herr Wiebusch u.a. im Geschäftsfeld Private Banking der BHF-BANK AG sowie in der Vermögensberatung der Dresdner Bank AG tätig.

## Akquisitionsstrategien im Private Banking

– Effizient & stilvoll neue Kunden gewinnen und binden –

### Termin und Ort

**26. und 27. März 2007, Grandhotel Schloss Bensberg**

Kadettenstraße, 51429 Bergisch Gladbach (bei Köln), Telefon: 022 04 / 42–0

**16. und 17. April 2007, Le Méridien München**

Bayerstraße 41, 80335 München, Telefon: 089 / 24 22–0

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

Ja, ich nehme teil zum Preis von € 1.699,- zzgl. MwSt. p. P.

am 26. und 27. März 2007 in Bergisch Gladbach (bei Köln)

[P1101753M012]

am 16. und 17. April 2007 in München

[P1101754M012]

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]  
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86–33 33.]

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.699,- zzgl. MwSt. pro Person und 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.

**IHRE DATEN.** Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11 / 96 86–33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

**IHRE 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 IN BERGISCH GLADBACH.** Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das *Grandhotel Schloss Bensberg* herzlich zu einem Prosecco-Empfang ein.

**IHR TAGUNGSHOTEL IN MÜNCHEN.** *Le Méridien München* ... the way Hotels should be! Die 381 großzügigen Zimmer und Suiten werden selbst höchsten Ansprüchen gerecht. Auf mindestens 28 m finden Sie zeitgenössisches Design aus dem Hause „Ligne Roset“, Klimaanlage, mindestens zwei Telefone, Flat-Screen, High-Speed Internet, Safe, Minibar und vieles mehr. Ob Meeting, Konferenz oder stilvolle Abendveranstaltung, die Kombination aus moderner Technik, Eleganz und professioneller Betreuung verleiht jeder Veranstaltung den besonderen Glanz. Alle Räume haben Tageslicht, Klimaanlage und sind mit modernster Tagungstechnik ausgestattet.

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Datum, Unterschrift

Rechnung an (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

### Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86–40 40  
telefonisch: +49 (0)2 11/96 86–34 63 [Friederike Fischer]  
Zentrale: +49 (0)2 11/96 86–30 00  
schriftlich: EUROFORUM Deutschland GmbH  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
[info@euroforum.com](mailto:info@euroforum.com)  
im Internet: [www.euroforum.de/p1101753](http://www.euroforum.de/p1101753) [Bergisch Gladbach]  
[www.euroforum.de/p1101754](http://www.euroforum.de/p1101754) [München]