

11. Handelsblatt Jahrestagung gemeinsam mit



# Handel und Wandel in Tankstellen

Impulsstarke Konzepte für den Shop-Umsatz

Profitieren Sie von folgenden Erfolgsbeispielen:



Henry Ogden Armour  
**NACS – The Association for Convenience  
and Petroleum Retailing**

Welche Trends aus Amerika den deutschen  
Konsumenten beeinflussen



Karl Kraft  
**YORMAS**

Was die Besonderheiten des deutschen und  
europäischen Convenience-Marktes sind



Anja Schreck  
**Aral**

Warum das neue Shop-Konzept so  
erfolgreich ist



Andreas Gabel  
**Wrigley**

Welche Sortimentsstrategie eine  
Win-Win-Situation schafft



Peter Krammer  
**VIVA International**

Wie die VIVA-Genusswelt den Kunden  
verführt



Nashwa el Gamal  
**Masterfoods**

Welche Promotions besonders viel Umsatz  
generieren



Matthias Kahlert  
**SPAR**

Wie es den Tankstellen gelingt, dass der  
Kunde shoppt wie im Supermarkt



Heinz von Kempen  
**Schwartauer Werke**

Warum Frische so ein Potenzial für die  
Convenience Channels birgt

Intensiv-Workshop, 20. März 2007

„Erfolgreiches Key-Account-Management – das St. Galler KAM-Konzept“

## Der Convenience-Treff in Deutschland

**Info-Telefon: 02 11.96 86-35 84**

Haben Sie Fragen? Rufen Sie uns an!  
Wir helfen Ihnen gern weiter.



**Dipl.-Kffr. Stefanie Pracht**  
Senior-Konferenz-Managerin



**Dipl. Bw. Julia Weinhold**  
Konferenz-Assistentin

E-Mail: [julia.weinhold@euroforum.com](mailto:julia.weinhold@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 gern:



**Dipl. Bw. Natascha Kujat**  
Senior-Sales-Managerin  
Telefon: 02 11.96 86-37 12

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



**Dipl. Sportwissenschaftler  
Jens Neubert**  
Sales-Manager  
Telefon: 02 11.96 86-37 23

E-Mail: [jens.neubert@euroforum.com](mailto:jens.neubert@euroforum.com)

### Das Handelsblatt zwei Monate kostenlos!

Als Dankeschön für Ihre Teilnahme an unserer Veranstaltung machen wir Ihnen heute ein exklusives Angebot: Lesen Sie das Handelsblatt, Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung, kostenlos für zwei Monate. Dieses Angebot ist vollkommen unverbindlich und endet automatisch.

**Wir freuen uns auf Ihr Interesse!**

### Shopping rund um die Uhr – Wie schaffen die Mineralölgesellschaften auch weiterhin diesen Wettbewerbsvorsprung?

Die Investitionen in den Ausbau der Tankstellen-Shops haben sich gelohnt. Die Kunden empfinden die Tankstellen als attraktive Einkaufsstätte mit einem umfassenden Sortiment. Eine aktuelle Studie von MCS sagt aus, dass mehr als 85% der Verbraucher mit dem Tankstellensortiment zufrieden sind. Dieses ist laut Umfrage neben den Öffnungszeiten das Hauptargument für den Einkauf in den Shops. Auf den Vorsprung durch die Öffnungszeiten können die Mineralölgesellschaften jedoch nicht mehr lange bauen.

### Ab Januar 2007 kippt bundesweit das Ladenschlussgesetz

Deshalb gilt es, ein Einkaufserlebnis zu schaffen und den anspruchsvollen Konsumenten mit Service zu beeindrucken, um auch langfristig die Marktanteile zu sichern. Nicht umsonst investiert Aral etwa 100 Mio. Euro in den Ausbau der Stationen.

Nutzen Sie diese etablierte Jahrestagung und diskutieren Sie mit Experten aus der Branche, welche Konzepte unter den neuen Rahmenbedingungen Erfolg versprechend sind. Top-Referenten aus Mineralöl-Gesellschaften, Großhandel und Markenartikelindustrie berichten aus ihrer Perspektive, wie sie den Convenience-Bereich auch zukünftig effektiv und effizient bedienen.

Auch die gemeinsame Abendveranstaltung am ersten Konferenztage bietet viel Raum für Meinungsaustausch, Netzwerkausbau und Insider-Wissen. Profitieren Sie von diesem erstklassigen Forum, das seit zehn Jahren ein Muss für die Branche ist.

### Zielgruppe

Entscheider aus den Bereichen:

- Mineralölgesellschaften
- Einzel- und Großhandel
- Industrie und Dienstleister

Vorstände, Geschäftsführer und Leiter der Abteilungen:

- Unternehmensentwicklung und New Channels
- Tankstellen und Convenience
- Key Account Management
- Vertrieb
- Einkauf
- Marketing
- Category Management
- Produktmanagement, Handelsmarketing und Kommunikation

# Intensiv-Workshop, 20. März 2007

## Erfolgreiches Key Account Management (KAM) – Das St. Galler KAM-Konzept



**Workshopleiter: Dr. Dirk Zupancic**  
Institut für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen

### **Stellen Sie die professionelle Zusammenarbeit zwischen Mineralölgesellschaften und Industrie sicher**

Key Account Management ist für Konsumgüteranbieter eine Selbstverständlichkeit. Aktuelle Studien zeigen jedoch in den meisten Unternehmen deutliche Optimierungspotenziale. KAM bleibt in der Praxis deutlich hinter seinen Potenzialen.

Der Workshop gibt Ihnen einen systematischen KAM-Überblick anhand des St. Galler KAM-Konzeptes. Sie lernen die Stellhebel kennen und übertragen diese auf Ihr Unternehmen.

#### **Entwicklung und Zukunft des KAM**

- KAM Entwicklung
- Aktuelle Herausforderungen
- Zukunft des KAM

#### **Das St. Galler KAM-Konzept**

- Der fünf S-Ansatz im KAM: Strategie, Solution, Skills, Structure, Screening
- Zwei Adressaten für KAM Aufgaben: Key Account Manager und die Unternehmensleitung

#### **Spitzenleistungen im operativen KAM**

- Analyse der Geschäftsbeziehung zu Schlüsselkunden
- Individuelle Strategien mit ausgewählten Kunden
- Mehrwerte durch echte Lösungen
- KAM Aufgaben und Prozesse
- KAM Team zusammenstellen und führen
- KAM Cockpit zur Erfolgskontrolle

#### **Spitzenleistungen in den organisatorischen Rahmenbedingungen des KAM**

- KAM als strategische Initiative des Unternehmens
- Bereitschaft zu individuellen Lösungen für einzelne Schlüsselkunden
- Personalentwicklung der KAM-Mitarbeiter
- KAM Organisation
- Knowledge Management und Controlling in KAM Programmen

#### **Workshop zur Optimierung**

- Quick Assessment ausgewählter KAM Programme der Teilnehmer
- Identifikation von Optimierungspotenzialen

#### **Ihr Nutzen**

- Kleine Gruppengröße
- Zahlreiche Praxisbeispiele
- Ausführliche Tagungsunterlagen zum Nachschlagen

#### **Zeitplan**

- 8.30** Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Workshop-Unterlagen
- 9.00** Beginn des Workshops
- 12.30** Gemeinsames Mittagessen
- 16.00** Ende des Workshops

Am Vor- und Nachmittag wird jeweils eine Kaffeepause eingeplant.


# Programm

## 1. Konferenztag, 21. März 2007

9.00 – 9.30

Empfang mit Kaffee und Tee  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30 – 9.45



**Begrüßung und Einführung durch den Moderator Hans Jürgen Krone**, Chefredakteur und Objektleiter, CONVENIENCE SHOP

### Nationale und internationale Chancen im Convenience-Markt

9.45 – 10.30



**Das Convenience-Geschäft der Tankstellen – Entwicklungen und Trends**

- Status Quo des Shop-Geschäfts
- Veränderungen des Konsumentenverhaltens:  
Wie reagieren Tankstellen und Industrie darauf?
- Sortimente und Service in den Tankstellen

**Prof. Dr. Joachim Zentes**, Direktor des Instituts für Handel & Internationales Marketing, Universität des Saarlandes

10.30 – 11.15

### Keynote speaker



**Convenience Retailing Trends from around the world**

- Highlights from NACS' benchmarking report: What's different and what's alike in regional performance?
- A detailed examination of convenience and petroleum retailing industry performance in the United States
- A review of the most important strategic, operating and legislative trends around the world impacting convenience retailing

**Henry Ogden Armour**, President/CEO, NACS – The Association for Convenience and Petroleum Retailing


(Dieser Vortrag wird in englischer Sprache gehalten.)

11.15 – 11.45

Pause mit Kaffee und Tee

11.45 – 12.30

### Die Tankstelle als Einkaufsparadies?!

- 
- Die Tankstelle als Transitraum und Oase
  - Boxenstopper, Träumer und Abenteurer
  - Tankstellenspezifische Einkaufsverfassungen und Konsequenzen für das Sortiment

**Hans-Joachim Karopka**, Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH und Co. KG

12.30 – 12.45

### Fragen an die Referenten und Diskussion


12.45 – 14.15

Gemeinsames Mittagessen

### Shop und Gastronomie erfolgreich im Einklang

14.15 – 15.00


### Destination Coffeeland – das neue Shopgeschäft der Aral?

- 
- Die Ausrichtung des Shopgeschäfts der Aral auf die Bedürfnisse des Kunden unterwegs – insbesondere auf Hunger und Durst
  - Die zunehmende Bedeutung des Themas Kaffee, PetitBistro und Chilled Food an unseren Tankstellen
  - Destination Coffeeland – Die Erfolgsgeschichte unserer Kaffeespezialitäten: Was kommt jetzt?

**Anja Schreck**, Leiterin Convenience Trading, Aral AG

15.00 – 15.45

### Mehr Ertrag im Kaffeegeschäft durch ganzheitliche Shop-in-Shop-Lösungen

- 
- Anforderungen an Personal, Produkt, Konzept und Ambiente
  - Mit allen Sinnen genießen ... Convenience oder/und Gastronomie?
  - Controlling und Optimierungsanforderungen in der Zukunft für nachhaltigen Erfolg

**Frank Epping**, geschäftsführender Gesellschafter, CUP & CINO Kaffee-System-Vertrieb GmbH und Co. KG

15.45 – 16.15

Pause mit Kaffee und Tee

# Programm



16.15 – 17.00

## **Frische als Wachstumspotenzial im Convenience Channel**

- Wo stehen wir in Deutschland?
- Blick auf das Nachbarland Niederlande
- Innovationen als Wachstumsmotor

**Heinz von Kempen**, Geschäftsführer, Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA



17.00 – 17.45

## **YORMAS Convenience Stores in Verkehrsstationen/Bahnhöfen – Eine Erfolgsgeschichte in schwierigen Zeiten**

- Entwicklung der YORMAS AG
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum Tankstellengeschäft, Blick über den Tellerrand
- Herausforderungen und Besonderheiten des deutschen und europäischen Marktes

**Karl Kraft**, Vorstand, YORMAS AG

17.45 – 18.00

## **Fragen an die Referenten und Zusammenfassung der Ergebnisse**

18.30

Abfahrt zur Abendveranstaltung



Am Abend lädt Sie das Handelsblatt herzlich zu einer gemeinsamen Abendveranstaltung ein. Lassen Sie sich überraschen! Nutzen Sie die Gelegenheit, den informativen Tag in geselliger Runde ausklingen zu lassen!

Knüpfen Sie Kontakte und erweitern Sie Ihr Netzwerk in der Convenience-Branche.

## 2. Konferenztag, 22. März 2007

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

### **Mit Innovationen Trends setzen**

9.00 – 9.45

#### **Vom Tankstellenshop zur Genusswelt**

- Mitarbeiterqualität als Chance
- Standardisierung und regionale Bedürfnisse
- Differenzierung erlebbar machen

**Peter Krammer**, Managing Director, VIVA International Marketing und Handels-GmbH

9.45 – 10.30

#### **Starkes Wachstum durch innovative Produktkonzepte**

- Gesundheit, Frische und Genuss im Trend
- Anforderungen im Convenience-Bereich

- Ausweitung des Produktportfolios

**Erich Kienle**, Leiter Emmi International und Mitglied der Konzernleitung, Emmi Frischprodukte AG

10.30 – 11.00

Pause mit Kaffee und Tee

### **Mit starken Kooperationen im Markt überzeugen**

11.00 – 11.45

#### **Convenience im Tankstellengeschäft – Shoppen wie im Supermarkt**

- Der Einstieg von Edeka ins Convenience-Geschäft: Der SPAR express Shop und seine Formate – vom Tankstellenshop bis zum Stand-alone
- Die Etablierung der Marke SPAR express

**Matthias Kahlert**, Leitung SPAR Convenience national, SPAR Handelsgesellschaft mbH

# Programm



11.45 – 12.30

## Erfolgsfaktoren für Süßwaren in Tankstellen am Beispiel von Wrigley's Kaugummi

- Wrigley's Sortiments- und Platzierungsstrategie
- Das Merchandising-Modell für Tankstellen
- Win/Win mit Category Management

**Andreas Gabel**, Sales Director Germany, Wrigley GmbH



12.30 – 13.15

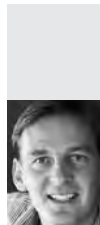
## Wachstum durch Handel- und Hersteller-Kooperationen

- Masterfoods Philosophie – Besonderheiten im New Channel Bereich
- Konzentration auf die „wesentlichen Dinge“
- Erfolg durch Promotions

**Nashwa el Gamal**, Sales Director Impulse, Masterfoods GmbH

13.15 – 14.30

Gemeinsames Mittagessen



## Den Kunden verführen

14.30 – 15.15

### Dem Trend hinterher? Neue Designimpulse für Tankstellen

- Tankstelle und Erlebnis: ein Widerspruch?
- Wie sich Kunden verführen lassen
- Warum eine ganzheitliche Markeninszenierung so wichtig ist
- Welche Designtrends für Tankstellen nutzbar sind

**Sven Carsten Alt**, Geschäftsführer, Syndicate Brand & Corporate Design AG



15.15 – 15.45

### Out-of-Home Medien als Impulsgeber auf der Straße

- Potenziale der Außenwerbung für Abverkaufsimpulse und Imagewerbung
- Effektive Planungsszenarien zur Stärkung der POS-Frequenz
- Success Stories

**Jaroslav Zajicek**, Geschäftsleiter Marketing, Ströer Sales & Services GmbH

15.45 – 16.15

### Fragen an die Referenten und Abschlussdiskussion

16.15

Ende der Jahrestagung

## Getränk Sponsor der Jahrestagung



### Christinen – Vielfalt an Getränken und Verpackungen

**Christinen** ist die nationale Topmarke der Unternehmensgruppe Gehring-Bunte Getränke-Industrie. Christinen zählt zu den größten deutschen Getränkeherstellern. Das Unternehmen produziert natürliche Mineralwässer unterschiedlicher Mineralisation und ein breites Angebot an Erfrischungsgetränken in Spitzenqualität. Die Getränke werden in unterschiedlichen Verpackungsmaterialien (Glas, PET und Karton) sowie in Mehrweg, Zweiweg und Einweg angeboten.

#### Christinen

#### Gehring-Bunte Getränke-Industrie GmbH & Co. KG

Gottlieb-Daimler-Straße 26, 33334 Gütersloh  
www.christinen.com

Ansprechpartner: Herr Hemming

Telefon: 0 52 41.6 02-0, Telefax: 0 52 41.6 02-1 00

E-Mail: info@gehring-bunte.de

## Folgende Aussteller haben bereits zugesagt:



**HOBUM food-service** ist ein traditionsreiches Hamburger Unternehmen mit europäischem Hintergrund. Als Vertriebsgesellschaft der belgischen Vandemoortele N.V. sind wir in Deutschland einer der führenden Anbieter innovativer TK-Backwaren sowie Fetten, Ölen und Margarine für Großverbraucher und Industriekunden.



**Lorenz Snack-World** ist im wahrsten Sinne des Wortes in aller Munde. Denn dieser Name steht für hochwertigen Knabberspaß. Mit erfolgreichen Produktmarken wie z.B. Crunchips, NicNac's, ErdnußLocken und Saltlets und über 3.500 Mitarbeitern gehört das Unternehmen seit Jahren zur europäischen Spitze. Herausragende Qualität und ständig neue, an den Vorlieben der Verbraucher ausgerichtete Geschmackstrends und Produktinnovationen zeichnen die Lorenz Snack-World aus.



**Rauch Fruchtsäfte** – das österreichische Familienunternehmen ist einer der größten europäischen Hersteller von alkoholfreien Getränken. Von Fruchtsäften über Ice Tea hin zu Eiskaffee und Near Water bietet Rauch für jeden Geschmack etwas. Sämtliche Getränke werden in allerhöchster Qualität ohne Konservierungsstoffe in den unterschiedlichsten Gebinden PET, Weichpackungen, Glasflaschen, etc. angeboten. Das Rauch Convenience Team Deutschland steht Ihnen gerne zur Verfügung.



**Ströer** ist Spezialist für alle Werbeformen, die außer Haus zum Einsatz kommen – von der klassischen Plakatfläche über Stadtmöblierung und Werbeflächen auf Verkehrsmedien bis hin zu elektronischen Medien. Weltweit ist die Ströer Gruppe gemessen am handelsrechtlichen Umsatz die Nummer 5 und in Deutschland Marktführer für Außenwerbung.

## Informationen hält für Sie bereit:



**s-iQ – Einrichtungen der cleveren Art: für Tankstellen-Shops und Convenience-Stores**

Schwerpunkte sind Konzeption und Realisierung von Verkaufseinrichtungen für Tankstellen-Shops, Mitnahme-Märkte, Cafe-Points und Bistro-Lösungen. Realisiert werden individuelle Lösungen und großflächige Roll-Outs. s-iQ ist seit 1982 tätig im Bereich Ladenbau und Teil einer Firmengruppe mit Unternehmen in Deutschland, Österreich, Schweiz und Polen.

### **HOBUM Öle & Fette GmbH**

Seehafenstraße 2, 21079 Hamburg  
www.hobum-foodservice.de  
Ansprechpartner: Henning Kühn,  
Verkaufsleitung TK-Backwaren  
Telefon: 0 40.7 71 14-3 48  
E-Mail: henning.kuehl@vandemoortele.com

### **The Lorenz Bahlsen Snack-World GmbH & Co KG Germany**

Siemensstraße 14, 63263 Neu-Isenburg  
www.lorenz-snackworld.de  
Ansprechpartner: Jens D. Bredendieck,  
Manager Channel Marketing Impulskanäle  
Telefon: 0 61 02.29 33 88  
E-Mail: Jens.Bredendieck@lbsnacks.com

### **Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co**

Langgasse 1, A-6830 Rankweil  
www.rauch.cc  
Ansprechpartner: Thomas Schwarz,  
International Sales  
Telefon: +43.55 22.4 01-4 40  
E-Mail: thomas.schwarz@rauch.cc

### **Ströer Sales & Services GmbH**

Ströer Allee 1, 50999 Köln  
www.stroeer.de  
Ansprechpartner: Jaroslav Zajicek,  
Geschäftsleiter Marketing  
Telefon: 0 22 36.96 45-7 04  
E-Mail: jzajicek@stroeer.de

### **s-iQ Objekt GmbH**

In den Käppeleswiesen 7, 72488 Sigmaringen  
www.s-iq.de  
Ansprechpartner: Josef Walz,  
Vertriebsleiter  
Telefon: 0 75 71.74 55-0  
E-Mail: j.walz@s-iq.de

[Kenn-Nummer]

## Internet

11. Handelsblatt Jahrestagung  
gemeinsam mit **CONVENIENCE**  
SHOW

## Handel und Wandel in Tankstellen

Impulsstarke Konzepte für den Shop-Umsatz

20. bis 22. März 2007, Maritim Hotel, Bonn

### Ja, ich nehme/wir nehmen teil [P1200067]

- Workshop: 20. März 2007**, Preis: € 1.299,- zzgl. MwSt. p.P. [M100]
- Konferenz: 21. und 22. März 2007**, Preis: € 1.899,- zzgl. MwSt. p.P. [M023]
- Workshop und Konferenz: 20. bis 22. März 2007**, Preis: € 2.299,- zzgl. MwSt. p.P. [M013]
- Ja, ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme **das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.**
- Leider kann ich nicht teilnehmen und bestelle die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 350,- zzgl. MwSt.  
[lieferbar etwa 2 Wochen nach der Veranstaltung]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben. Wir nehmen Ihre **Adressänderung** auch gerne telefonisch auf: 02 11. 96 86 - 33 33

Name (1)			
Position			
Abteilung			
E-Mail			
Name (2)			
Position			
Abteilung			
E-Mail			
Firma			
Ansprechpartner im Sekretariat			
Anschrift			
Telefon	Telefax		
Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort			
<input type="checkbox"/> bis 20	<input type="checkbox"/> 21-50	<input type="checkbox"/> 51-100	<input type="checkbox"/> 101-250
<input type="checkbox"/> 251-500	<input type="checkbox"/> 501-1000	<input type="checkbox"/> 1001-5000	<input type="checkbox"/> über 5000
Rechnung an			
Name			
Abteilung			
Anschrift			
Datum	Unterschrift		

### So melden Sie sich an:

**telefonisch** 02 11. 96 86 - 35 84 [Julia Weinhold]  
**Zentrale** 02 11. 96 86 - 30 00  
**per Telefax** 02 11. 96 86 - 40 40  
**E-Mail** anmeldhb@euroforum.com  
**schriftlich** EUROFORUM Deutschland GmbH  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

**Termin und Ort** **20. bis 22. März 2007, Maritim Hotel Bonn**  
Godesberger Allee, 53175 Bonn  
Tel.: 02 28.81 08-0

**Wir über uns.** Handelsblatt Veranstaltungen vermitteln Ihnen in hochkarätigen Managementseminaren wichtige Wirtschaftsinformationen zu aktuellen Themen. Wir bieten damit Führungskräften aus Wirtschaft und Industrie Foren für Know-how-Transfer und Meinungsaustausch. Mit der Planung und Organisation der Veranstaltungen haben wir die EUROFORUM Deutschland GmbH beauftragt.

<http://vhb.handelsblatt.com/tankstellen>

**Ihre Daten.** Ihre Daten werden vom Handelsblatt und der EUROFORUM Deutschland GmbH 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 (Telefon: 02 11.96 86-33 33). Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

**Teilnahmebedingungen.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränken und Abendveranstaltung zzgl. MwSt. pro Person 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.

**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.**

**Tagungshotel.** Herzlich willkommen im *Maritim Hotel Bonn*. Sie wohnen und tagen im landschaftlich schönen Rheintal, direkt am ehemaligen Regierungsviertel und am Gelände des Rheinauenparks gelegen. Genauso hervorragend wie diese Lage, so einzigartig und reizvoll ist die persönliche Atmosphäre und das Ambiente dieses First-Class-Hotels. Das großzügige Foyer mit exklusiven Boutiquen und die elegante Hotelbar sind Treffpunkt für Gäste aus aller Welt. Französische Küche, Internationale Spezialitäten und das erlesene Angebot edler Weine lassen Ihren Aufenthalt in unseren Restaurants zu einem kulinarischen Erlebnis werden. Im großzügig angelegten Fitnessbereich mit Hallenschwimmbad, Sauna, Solarium und Fitnessraum finden Sie Erholung und Entspannung nach einem erlebnisreichen Tag. Als Gast, der Wert auf eine gepflegte und stilvolle Atmosphäre legt, werden Sie sich im Maritim Hotel Bonn wohlfühlen. Zum Abschluß des ersten Konferenztages lädt Sie das MARITIM Hotel Bonn herzlich zu einem Umtrunk ein.

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung? Wir helfen Ihnen gern weiter.  
**Stefanie Pracht** (Senior-Konferenz-Managerin)  
**Julia Weinhold** (Konferenz-Assistentin)  
**Telefon: 02 11. 96 86 - 35 84**

Bitte per Telefax an Julia Weinhold: 02 11. 96 86 - 40 40