

Seminarprogramm 2012

für Messe-Verantwortliche

Messe-Erfolg kommt nicht von allein!

- Professionelle Messeplanung
- Erfolgskontrolle Messe
- Crashkurs: Standbau und -design
- Messetraining und Coaching

Seminar-Allianz der
deutschen Messen im



 Messe Berlin



 messe frankfurt

 Hamburg Messe
und Congress

 IDEEN VERBINDEN.
Karlsruhe –
Messen und Kongresse

 koelnmesse
we energize your business

 LEIPZIGER MESSE

 Messe München
International

NÜRNBERG  MESSE

 Reed Exhibitions

 Messe Stuttgart
Mitten im Markt

und



 Reed Exhibitions®
Messe Wien

THE GLOBAL EXHIBITION MAGAZINE





FAMAB
Verband Direkte
Wirtschaftskommunikation e.V.

akademie

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Aussteller auf unseren Messeplätzen stehen Sie immer wieder vor der Aufgabe, Ihr Unternehmen auf der Messe innovativ und aufmerksamkeitsstark zu präsentieren. Idealerweise gelingt es Ihnen, Ihren Messe-Stand zum Magneten zu machen, der die Besucher anzieht. Ihre Standmitarbeiter verfügen über exzellente Produktkenntnisse, gehen offen und freundlich auf Interessenten zu. Leads werden mit höchster Akribie behandelt. Und schließlich – nach erfolgter Messe-Nacharbeit – dokumentiert Ihr Messe-Abschlussbericht den Erfolg Ihrer Messebeteiligung.

Doch – auf dem Weg zu einem idealen Messe-Auftritt sind einige Hürden zu bewältigen: Mit welchen Maßnahmen gelingt Ihnen der Spagat zwischen Kostendruck und Effizienz? Wie gestalten Sie Ihre Messekommunikation kreativ und aufmerksamkeitsstark? Mit welchen Marketing-Aktivitäten erreichen Sie Ihre gewünschten Zielgruppen? Wie machen Sie Ihre Exponate zum Eye-Catcher? Wie bereiten Sie Ihre Standmitarbeiter auf die Kommunikation mit dem Besucher vor?

Messe-Erfolg kommt nicht von allein

Unter diesem Motto möchte Sie die Seminar-Allianz in allen Bereichen Ihrer Messebeteiligung unterstützen. In unseren Seminaren vermitteln wir Ihnen mit bewährtem Fachwissen frische Ideen und aktuelle Trends, die Ihre Messeplanung und -durchführung noch erfolgreicher machen!

Ihr Nutzen aus der Seminar-Allianz: Wir sind viele! Dies bietet unseren Seminar-Teilnehmern zahlreiche Vorteile:

- Kurze Reisewege – Sie wählen den für Sie optimal erreichbaren Seminarstandort
- Höchste Kompetenz – Sie profitieren vom Know-how, das nur Messeveranstalter und Fachverbände bieten können
- Hoher Praxisbezug – Sie lernen das Gelände der einzelnen Messegesellschaften kennen

Melden Sie sich noch heute an. Gerne begrüßen wir Sie bei einer unserer Veranstaltungen!

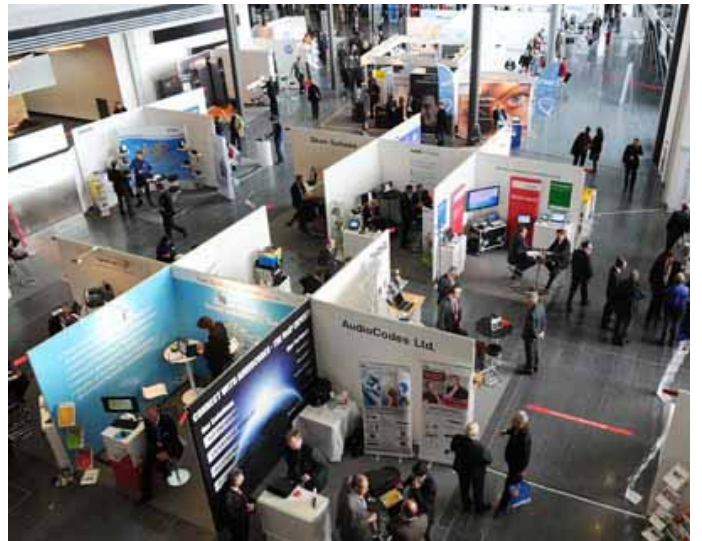
Bei eventuellen Rückfragen wenden Sie sich bitte direkt an die Ansprechpartner/-innen Ihres jeweiligen Messeveranstalters.




Béatrice Klocke
Leiterin Akademie Messe Frankfurt
www.seminarallianz.de

Das Teilnahmezertifikat

Das Zertifikat, das jede/r Teilnehmer/-in nach der Seminarbeteiligung erhält, belegt die Güte und die Qualität Ihrer Weiterbildung.



Ihr besonderes Service-Paket

- **Garantiert kleine Teilnehmergruppen**
Max. 16 Teilnehmer ermöglichen intensives Lernen und individuellen Austausch
- **Ausführliche Seminarunterlagen**
Ihr Arbeitsbuch zum Nachschlagen, Nacharbeiten und Aufheben
- **Messe-Medien**
Jeder Teilnehmer erhält die AUMA-CD, den m+a report sowie das Jahresmagazin des FAMAB
- **Follow-up-Service**
Für Fragen und Tipps sind die Mitglieder der Seminar-Allianz für Sie da



Über die Seminar-Allianz

Die Seminar-Allianz wurde 2008 als erstes Bündnis deutschsprachiger Messegesellschaften gegründet, um ihren Ausstellern ein umfassendes Weiterbildungsangebot zu bieten. Sie ist das Netzwerk von inzwischen 14 Messegesellschaften und -veranstaltern. Partner sind der AUMA als Verband der gesamten Messewirtschaft, der FAMAB als Verband für direkte Wirtschaftskommunikation und der m+a report als Medienpartner. Mit der Konzeption und Durchführungsorganisation der Seminare ist die Akademie Messe Frankfurt beauftragt.

Messtraining und Coaching

Sie haben Bedarf an einem ganzheitlichen Messe-Konzept, -Training und -Coaching, das speziell auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist? Die „Seminar-Allianz der deutschsprachigen Messen“ als Ihr zuverlässiger Partner, Berater und Dienstleister erstellt gerne mit Ihnen gemeinsam ein maßgeschneidertes Angebot für Ihre Inhouse-Qualifizierung.

Unsere Vorgehensweise

Im Mittelpunkt stehen Ihre speziellen Zielsetzungen, Ihre Produkte und Ihre Unternehmensbotschaften! Wir mögen keine Standard-Trainings! Jedes Unternehmen, jede Branche und jede Messe verfügt über besondere Bedingungen.

Unser Angebot für Sie

Von der Idee, Planung, Durchführung bis zur Nachbereitung Ihrer firmeninternen Schulung unterstützen wir Sie mit folgenden Leistungen:

- Individuelle Entwicklung einer Veranstaltungskonzeption
- Schnelle Realisierung Ihres Messe-Trainings
- Umfassende Beratung und Betreuung während des gesamten Prozesses
- Einsatz erfahrener Trainer/-innen
- Bereitstellung von umfassenden Seminarunterlagen
- Zertifikat für die erfolgreiche Teilnahme

Kleingruppen bis 16 Personen

Die ideale Gruppenstärke liegt bei rund zwölf Personen. Für kleinere Gruppen oder für Einzelpersonen bieten wir spezielle Coachings an.

Großgruppen ab 20 bis 200 Personen

Für große – zeitgleich stattfindende – Messtrainings steht Ihnen eine beliebige Zahl an Trainer/-innen zur Verfügung. Sprechen Sie mit uns.



Die Bausteine für Ihr individuelles Messtraining:

„Fit für die Messe“

1. Was alle wissen sollten:

- Von Messezielen und Messe-Motto
- Zielgruppen definieren und erreichen
- Kommunikationsstrategie im Vorfeld der Messe
- Weniger ist mehr: Warum ein Messe-Highlight erfolgreicher ist als ein Bauchladen

2. Was will der Messe-Besucher?

- Spielregeln zur Kontaktaufnahme
- Was körpersprachliche Signale verraten
- Der entscheidende erste Schritt

3. Das perfekte Messegespräch

- Professionelle Interview-Technik
- Argumentationsketten stichfest aufbauen
- Erstellen beispielhafter Gesprächsleitfäden
- Kreatives Formulieren von Nutzenbotschaften
- Identifizierung von Messe-Botschaften
- Herausstellung kundenrelevanter Produktvorteile
- Das Gesprächsprotokoll: Wie Sie qualitative Messegespräche protokollieren

4. Die professionelle Produkt-Präsentation

- Durch Einbindung des Kunden Interesse wecken
- Eindeutige und klare Produktbotschaften setzen
- Angebot-Know-how vermitteln
- Wie Sie Kaufsignale erkennen und verstärken
- Der verbindliche Gesprächsabschluss

5. Teambuilding für die Stand-Crew

- Tipps zur reibungslosen Zusammenarbeit
- Ziele vereinbaren – Entscheidungen finden
- Störungen erkennen und ausschalten
- Messe-Knigge: Mit Stil und Etikette zum Messe-Erfolg
- Messe-Behavior: Verhaltensregeln auf dem Stand

Ihr Kontakt zu uns

Bitte nehmen Sie mit den Ansprechpartnern Ihres jeweiligen Messeveranstalters Kontakt auf (Seite 8). Wir beraten Sie gern und machen Ihnen konkrete Angebote, die perfekt auf Sie und Ihre Rahmenbedingungen zugeschnitten sind.

Seminar 1

Professionelle Messeplanung

Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!

Sie sind mit Ihrem Unternehmen auf Fachmessen vertreten und möchten diese Teilnahme noch effizienter und erfolgreicher gestalten? Oder haben Sie sich zum ersten Mal für eine Messebeteiligung entschieden? Sie planen einen Messeauftritt in der Zukunft oder werden in diesem Bereich tätig sein?

Dann lernen Sie den Schlüssel zum Messe-Erfolg kennen. Begreifen Sie die Messeplanung als Projektaufgabe mit vielen operativen Teilschritten in intensiver Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Beteiligten. Die komplexen Einzelschritte erfordern vor, während und nach der Messe ein professionelles Know-how in fachlicher Hinsicht. In diesem Praxisseminar erfahren Sie, wie Sie eine Messebeteiligung von der Planung bis hin zur Nachbereitung professionell durchführen.

Inhalt

Planungsprozess Messe

- Messen systematisch konzipieren und planen
- Das Messe-Drehbuch: Der rote Faden für den Messe-Erfolg
- Aktivitäten-, Maßnahmen- und Terminplanung für Ihren Messeauftritt
- Internes Schnittstellenmanagement zwischen Marketing und Vertrieb

Das Kommunikationskonzept für die Messe

- Das Besuchermarketing für alle Messe-Phasen
- Die Besucher-Pipeline: Einladungskonzepte für verschiedene Zielgruppen
- Der Mix macht's: Off- und Online Kommunikation wirkungsvoll kombinieren
- Social Media: in der Messekommunikation – ein Einblick und Ausblick

Messe-Stände optimal planen

- Vom Briefing bis zur Standabnahme: Optimale Zusammenarbeit mit Messe-Dienstleistern
- Das Standkonzept – die Bühne für Mitarbeiter und Besucher
- Budget- und Kostenentwicklung: Ermittlung fixer und variabler Kostenblöcke
- FAMAB – der Verband für Messeauftritte und Marketing-Events

Ihr Dream-Team für den erfolgreichen Messeauftritt

- Das Standpersonal: Auswahl, Vorbereitung und Teammanagement
- Das Messe-Team-Briefing für alle Projektphasen
- Dialog- und verkaufsfördernde Gesprächsführung auf dem Messe-Stand
- Messe-Behavior: Kleiner Knigge für das Standpersonal

Die Messe-Nachbereitung: systematische Erfolgsmessung

- Planung, Organisation und Durchführung der Messe-Nacharbeit
- Sinnvolle Werkzeuge und bewährte Methoden der Erfolgskontrolle
- Der AUMA-MesseNutzenCheck
- Auswertung von Gesprächsprotokollen
- Das Messe-Projektmarketing für die Nacharbeit

Ihr Nutzen

- Sie erhalten hilfreiche Recherchequellen für die kostengünstige Messekoordination.
- Sie entwickeln einen Zeit- und Fahrplan für Ihren individuellen Messe-Countdown.
- Sie erhalten ausführliche Guidelines und Seminarunterlagen für Ihre direkte Umsetzung im Messegeschäft.

Ihre Referentinnen



Anna Esche oder Spomenka Kolar

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Messe-Neulinge und Messe-Referenten, verantwortliche Projektleiter/-innen Messe mit Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Messen. Angesprochen sind alle Mitarbeiter aus den Bereichen Messen und Ausstellungen, Events, Marketing, Direktmarketing, Vertrieb, Verkaufsförderung und Unternehmenskommunikation.

Seminarorte und Termine

Hamburg:	08.02.2012
Köln:	29.02.2012
München:	12.03.2012
Nürnberg:	17.04.2012
Essen:	24.04.2012
Wien:	21.05.2012
Berlin:	14.06.2012
Frankfurt:	20.06.2012
Karlsruhe:	25.06.2012
Düsseldorf:	22.08.2012
Zürich:	24.09.2012
Hamburg:	01.10.2012
Leipzig:	25.10.2012
Stuttgart:	28.11.2012

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

480,- Euro + MwSt.
(350,- Euro + MwSt
ab dem 2. Teilnehmer)

Erfolgskontrolle Messe

So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!

Als Messe-Projektleiter bekommen Sie deutlich den Kostendruck zu spüren. Dennoch wird von Ihnen erwartet, dass Sie erfolgreiche Messebeteiligungen inszenieren, die sich rechnen. Gleichzeitig sollten Sie die Kostenstruktur im Griff behalten. In unserem Intensiv-Seminar sollen Sie lernen, wie Sie durch eine strategische Messeplanung mit konsequenter Zielfestlegung, aussagefähige Messedaten transparent ermitteln und mit konsequenter Kostenkontrolle Ihr Budget optimal nutzen.

Inhalt

Messe-Effizienz: State of the Art

- Was ist überhaupt auf Messen messbar?
- Messe-Controlling – Begriff, Ziele und Nutzen
- Übergeordnete Beteiligungsziele – besucherorientierte Ausstellerziele

Messeziele definieren und festlegen

- Wie werden aus Messezielen konkret messbare Ziele?
- Machbare Ziele definieren
- Messeziele vs. Zeitfaktor: Stärken- und Schwächenanalyse

Erfolgsmessung Leadmanagement

- Welche Bedeutung hat Leadmanagement für die Messebeteiligung?
- Herausforderung des Leadmanagement-Prozesses: Welche Informationen können ausgewertet werden?
- Aufbau des Leadbogens
- Strukturierung und Qualifizierung der Leads

Messe-Erfolgskontrolle: Instrumente und Messgrößen

- Operative und strategische Erfolgsgrößen
- Instrumente der Erfolgskontrolle: Besucher- und Personalbefragung, Mystery Visits und Wettbewerbsanalyse, Wegeverlaufsanalyse
- Kennzahlen und Wirtschaftlichkeitsmessungen

Die obligatorische Messenachbereitung

- Was passiert mit den Kontakten?
- Auswertung von Gesprächsprotokollen
- So bauen Sie einen Abschlussbericht auf

Kostencontrolling

- Kostenstellen und -arten
- Kostenrahmen in Einzelpositionen untergliedern
- Einsparpotenziale und Kostentreiber identifizieren

Workshop: Die systematische Erfolgsmessung

- Entwurf eines Messeeffizienz-Konzeptes
- Durchführung und systematische Auswertung
- Effizientes Reporting-Design

Ihr Nutzen

- Sie erfahren, wie Sie durch eine gezielte Erfolgskontrolle die Rentabilität Ihrer Messebeteiligung steigern.
- Sie lernen, messbare Ziele zu definieren und ein Kennzahlensystem aufzubauen.
- Nach dem Besuch des Seminars wissen Sie, wie Sie mit einer effizienten Messe-Nachbereitung den Erfolg Ihrer Kontakte optimieren.
- Sie erfahren, wie Sie ein Messe-Controlling systematisch durchführen.

Ihre Referentinnen



Anna Esche oder Spomenka Kolar

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an erfahrene Messe-Verantwortliche und -Referenten sowie an Projektleiter/-innen Messe, die über eine Messeteilnahme entscheiden und diese eigenverantwortlich managen. Für alle Einsteiger in das Messengeschäft empfehlen wir den vorherigen Besuch des Seminars „Professionelle Messeplanung“ (Seminar 1).

Seminarorte und Termine

Düsseldorf:	16.04.2012
Stuttgart:	17.04.2012
Hamburg:	07.05.2012
Nürnberg:	27.06.2012
München:	28.09.2012
Frankfurt:	02.10.2012
Köln:	08.11.2012
Karlsruhe:	27.11.2012

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

480,- Euro + MwSt.
(350,- Euro + MwSt.
ab dem 2. Teilnehmer)

Crashkurs: Standbau und -design

Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!

Als Messeverantwortliche/r stehen Sie in der Pflicht, Ihr Unternehmen angemessen zu repräsentieren. Denn auch beim Stand gibt es für den ersten Eindruck keine zweite Chance. Damit Ihr Messe-Stand nicht zu einer müden Schmunzelnummer wird, benötigen Sie tiefgreifendes Wissen über Standgestaltung, Farb- und Materialauswahl. Dieses Seminar vermittelt Ihnen viele wertvolle Design-Tipps und trägt zur Kostensicherheit bei.

Inhalt

Erfolgsfaktor Messe-Stand – die Visitenkarte Ihres Unternehmens

- Der Stand aus Besuchersicht – Die Zielgruppe
- Standdesign aus Mitarbeitersicht
- Das Drama als Design-Sprache
- Drei Akte des Dramas

Frische und neue Ideen für Ihr Standkonzept

- Die Basics der Standkonzeption: Das müssen Sie wissen!
- Das Standkonzept Teil 1: Präsentationsstile
- Das Standkonzept Teil 2: Kommunikation
- Das Standkonzept Teil 3: Standlage
- Ziele & Konsequenzen
- Festlegen der Messebotschaft
- Kreativitätsmethoden zur Ideengenerierung

Effiziente Standgestaltung, Farb- und Materialauswahl

- Regeln visueller Gestaltung – Vermittlung von Botschaften
- Wahrnehmung, Form & Leere
- Stoffe – Material-Mix
- Farbe – Funktion und Einsatz
- Boden – Wirkung und Material
- Licht – Wirkung, Gestaltung und Funktion
- Grafiken – Wirkung – Material
- Präsentationsmöglichkeiten für Filme, Multimedia-Simulationen und Vorführungen

Optimale Besucheransprache mit attraktivem Standdesign

- Wie planen Sie Ihren Messeauftritt aus Besuchersicht? – Best Practice Beispiele
- Festlegung des Präsentationsmix für den Messe-Stand

Der Messe-Stand – Informationsentwicklung

- Mobiliar: Standardmöbeln und Design versus Mietverleih
- Platzbedarf Standardfläche
- AV-Technik – lebendige Installationen

Ihr Nutzen

Sie erfahren,

- wie bedeutend das Unternehmensprofil, die Visionen und Messeziele des Unternehmens für die Gestaltung des Messe-Standes sind
- was Ihren Stand zum Eye-Catcher macht
- worauf Sie bei der Exponat-Präsentation achten sollten
- wie Sie die Budget- und Kostenentwicklung immer im Auge behalten.

Ihr Referent



Lars Lockemann

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Messe-Referenten und -Verantwortliche, Marketing- und Projektleiter/-innen aller Branchen aus dem operativen Messe-Geschäft, die bereits erste Erfahrungen im Messemanagement gesammelt haben und nun ihr Wissen bezüglich „Standbau und -design“ erweitern möchten.

Seminarorte und Termine

Hamburg:	09.02.2012
Frankfurt:	24.04.2012
Essen:	27.09.2012
Nürnberg:	23.11.2012

Eintägiges Seminar

9 bis 17 Uhr

Preis

590,- Euro + MwSt.

Für jeden weiteren Vertreter Ihres Unternehmens, der an dem selben Termin teilnimmt, erhalten Sie einen Sonderpreis von 350,- Euro + MwSt.

Ihre Experten/-innen

Anna Esche ist Geschäftsführerin der fairconcept GmbH für marketing- und vertriebsorientiertes Veranstaltungsmanagement. Die studierte Betriebswirtin begleitet seit 2000 Mittelständler und Konzerne bei der Konzeption, Planung und Realisierung von Veranstaltungsprojekten. Stetig dem Grundsatz folgend „design follows communication and visitors“ werden Veranstaltungs- und Erlebniskonzepte entwickelt, die Raum schaffen für erfolgreiche Kommunikation mit der Zielgruppe. Als lizenziertes Reiss Profile™ Master entwickelt Anna-Katharina Esche unternehmensindividuelle Konzepte für die Teamentwicklung und Umsetzung von Führungsaufgaben im Change Management. Neben der Durchführung von Teamtrainings und Coachings im In- und Ausland ist Anna-Katharina Esche seit 2000 als freie Trainerin der Akademie Messe Frankfurt tätig, leitet seit 2005 Weiterbildungslehrgänge der Akademie Messe Frankfurt und ist seit 2008 Hauptreferentin der Seminar-Allianz der deutschen Messen im AUMA.



Lars Lockemann ist geschäftsführender Gesellschafter der Beratungsagentur fairconcept für vertriebsorientiertes Messemanagement in München. Der studierte Betriebswirt mit Spezialisierung in Messe-, Veranstaltungs- und Kongressmanagement (Berufsakademie Ravensburg bei Prof. Georg Beier) konzipiert mit Architekten, Szenographen und Leadagenturen nationale und internationale Messeauftritte mittelständischer Unternehmen. Während der beruflichen Tätigkeit bei der Messe Frankfurt betreute und begleitete er vorwiegend internationale Messeprojekte.



Spomenka Kolar leitet das Darmstädter Unternehmen zoom marketing für coaching & training & consulting. Die Messeexpertin war zuvor als Vertriebsleiterin der DB-Soft AG für drei Geschäftsstellen verantwortlich. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit lag in der Planung, Organisation und Durchführung zahlreicher Messen, wie die CeBIT, Systems und diverse Hausmessen. Seit Ende 1999 ist Spomenka Kolar-Zovko Seminarleiterin der Akademie Messe Frankfurt. Nach neuesten wissenschaftlichen Methoden entwickelt sie nachhaltige Seminarkonzepte für die Erwachsenenbildung. Ihre Schwerpunkte sind die individuelle Konzeption und Durchführung von Personaltrainings für Messe und Vertrieb sowie offene Seminare zu Messethemen.



Ihre Kontaktpersonen bei der Seminar-Allianz

Ansprechpartner/-innen Messengesellschaften



Messe Berlin GmbH
Isabell Wenz
wenz@messe-berlin.de
Telefon +49 30 30 38-21 04



Messe Düsseldorf GmbH
Meike Schürgers
schuergersm@messe-duesseldorf.de
Telefon +49 2 11 45 60-5 67



MESSE ESSEN GmbH
Ina Wieschermann
ina.wieschermann@messe-essen.de
Telefon +49 2 01 72 44-3 44



Messe Frankfurt GmbH
Petra Schméing
petra.schmeing@messefrankfurt.com
Telefon +49 69 75 75-67 00



Hamburg Messe und Congress GmbH
Katja Dietermann
katja.dietermann@hamburg-messe.de
Telefon +49 40 35 69-24 72



Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH
Nicole Landgraf
nicole.landgraf@kmg.de
Telefon +49 7 21 37 20-51 72



Koelnmesse GmbH
Silvia Thonnett
s.thonnett@koelnmesse.de
Telefon + 49 2 21 8 21-32 24



Leipziger Messe GmbH
Jutta Sonntag
j.sonntag@leipziger-messe.de
Telefon +49 341 6 78-85 10



Messe München GmbH
Kordula Rauscher
kordula.rauscher@messe-muenchen.de
Telefon +49 89 9 49-21-8 01



NürnbergMesse GmbH
Andrea Di Fazio
andrea.difazio@nuernbergmesse.de
Telefon +49 9 11 86 06-84 08



Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Annkathrin Lange
annkathrin.lange@reedexpo.de
Telefon + 49 2 11 9 01 91-1 78



Landesmesse Stuttgart GmbH
Agnes Hanko
agnes.hanko@messe-stuttgart.de
Telefon +49 7 11 1 85 60-27 49



Reed Messe Wien GmbH
Kathrin Podhorsky
kathrin.podhorsky@messe.at
Telefon +43 1 7 27 20-20 01



MCH Messe Schweiz (Basel) AG
René Naegelin
rene.naegelin@messe.ch
Telefon +41 58 2 06 22 21

Ansprechpartner/-innen Verbände



AUMA
Bettina Rosenbach
b.rosenbach@auma.de
Telefon +49 30 24 00 01 71



FAMAB
Silke Schulte
silke.schulte@famab.de
Telefon +49 52 42 94 54 30

Ansprechpartner Medienpartner



m+a report
Jörg Jähne
joerg.jaehne@dfv.de
Telefon +49 69 75 95-19 95

Seminaranmeldung

Ja, ich/wir nehme/n teil

Fax +49 2 11 3 03 24 84

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

■ Name/Vorname

Position/Abteilung

Firmenname

Straße/Postfach

Postleitzahl/Ort

Telefon

Fax*

E-Mail*

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Anmeldebestätigung bitte an

Abteilung

Mitarbeiter

bis 100

100-200

200-500

500-1.000

Seminartitel

Veranstaltungsdatum

Seminartitel

Veranstaltungsdatum

*) Mit Nennung meiner E-Mailadresse und Fax-Nummer erkläre ich mich einverstanden, über diese Medien Informationen der Akademie Messe Frankfurt zu erhalten.

Mit der Anmeldung werden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Seminare der Reed Exhibitions Deutschland GmbH im Rahmen der Seminar-Allianz (Stand 01/2011) anerkannt.

Datum

Unterschrift



Sie haben Fragen ...

... zu Seminarbeschreibungen,
Terminen oder Anmeldung?
Ich helfe Ihnen gerne weiter!



Annkathrin Lange

Tel. +49 2 11 9 01 91-1 78

annkathrin.lange@reedexpo.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Seminare der Reed Exhibitions Deutschland GmbH im Rahmen der Seminar-Allianz (Stand 01/2011)

1. Anmeldung, Teilnahmevertrag

Durch Rücksendung des ausgefüllten Anmeldeformulars oder Zusendung einer schriftlichen Buchung per Post, Fax oder E-Mail und unsere schriftliche Bestätigung der Anmeldung kommt der Vertrag über die Teilnahme am jeweiligen Seminar zustande. Vertragspartner des Teilnehmers ist die Reed Exhibitions Deutschland GmbH.

2. Seminargebühren

Bei den genannten Preisen handelt es sich um Nettoangaben. Zuzüglich wird jeweils die gesetzlich gültige Mehrwertsteuer fällig. Die Seminargebühr ist 10 Tage nach Rechnungserhalt in voller Höhe zu entrichten. Der Abzug von Skonto ist nicht zulässig.

3. Stornierung durch Teilnehmer

Bei Eingang einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zu drei Wochen vor Seminarbeginn erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von € 50,-. Danach, bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Seminargebühr. Selbstverständlich ist, nach schriftlicher Information, eine Vertretung des Teilnehmers möglich. Wir bitten um Verständnis, dass wir keine telefonischen Stornierungen oder Umbuchungen vornehmen können.

4. Terminänderung/Dozentenwechsel

In Ausnahmefällen ist eine Terminänderung, eine Umgestaltung des Seminarablaufs oder ein Dozentenwechsel notwendig. Änderungen dieser Art berechtigen den Teilnehmer weder zum Rücktritt noch zur Minderung der Teilnahmegebühr.

5. Absage von Seminaren

Sollte die Reed Exhibitions Deutschland GmbH ein Seminar aus wichtigen Gründen (z.B. höhere Gewalt, Ausfall eines Dozenten, zu geringe Teilnehmerzahl) absagen müssen, erstatten wir umgehend die bezahlte Teilnahmegebühr.

Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

Die Reed Exhibitions Deutschland GmbH ist in solchen Fällen insbesondere nicht zum Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten sowie Arbeitsausfall verpflichtet.

6. Haftung

Im Übrigen haftet die Reed Exhibitions Deutschland GmbH für Schäden des Teilnehmers nur unbeschränkt, sofern diese auf ihr vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verhalten zurückzuführen sind. Bei leicht fahrlässigen Pflichtverletzungen haftet sie nur bei einer Verletzung einer ihrer wesentlichen Vertragspflichten (Kardinalpflicht). In diesem Fall ist ihre Haftung auf den vertragstypischen und bei Vertragsschluss vorhersehbaren, unmittelbaren Schaden des Teilnehmers beschränkt. Dies gilt auch für Pflichtverletzungen durch gesetzliche Vertreter und/oder Erfüllungsgehilfen. Die Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt von dieser Haftungsbeschränkung unberührt.

7. Urheberrechte

Sämtliche Seminarunterlagen sowie die zur Verfügung gestellte Software dürfen vor, während und nach dem Seminar ohne vorherige schriftliche Zustimmung durch uns nicht vervielfältigt, nachgedruckt oder an Dritte weitergegeben werden. Alle Seminarunterlagen und Skripte sind einzig und allein zur persönlichen Nutzung des Teilnehmers bestimmt und unterliegen dem Urheberrecht. Wir behalten uns sämtliche Eigentums- und Urheberrechte an den überlassenen Unterlagen vor.

8. Sonstige Bestimmungen

Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Teilnehmer ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung in gesetzlich zulässiger Weise möglichst nahe kommt. Dasselbe gilt für die Ausfüllung etwaiger Vertragslücken.

Es gelten ausschließlich die Bestimmungen des deutschen Rechts. Gerichtsstand ist, sofern der Teilnehmer Kaufmann i.S.d. Gesetzes ist, Düsseldorf.