

Einsichten

Nachrichten für traditionelle Augenoptiker 2/08



Zeigen Sie Ihre Kompetenz

Setzen Sie auf Qualität!

Seite 2

Sonnenbrillenverkauf

Wege aus der Rabattschlacht

Seite 3

Geld verdienen mit Contactlinsen?

Machen Sie die Probe...

Seite 4 - 5

Werbevorschläge

April - Juni 2008

Seite 6 - 9

Marktpositionierung Contactlinse

Erfolg durch konsequentes Marketing

Seite 10

IBU Sommerakademie 2008

3-Tages-Intensivseminar

Seite 11

IBU

Institut für Betriebswirtschaft
und Unternehmensführung

Zeigen Sie Ihre Kompetenz und setzen Sie diesen Sommer auf Qualität!

Im letzten Jahr spürten viele Augenoptiker beim Sonnenbrillenverkauf bereits die **Konkurrenz im Internet**, den alternativen Kaufmöglichkeiten der Kaufhausketten oder jetzt aktuell auch der Markenshops wie z.B. Fossil. Beim Besuch des Bonner Fossil-Ladens hat der Kunde neben Uhren, Taschen und anderen Accessoires auch die Möglichkeit, Brillen zu kaufen.

Augenoptiker haben über Jahre die Marken – auch mit Unterstützung der Industrie – im Markt platziert und stellen nun fest, dass sie austauschbar geworden sind. Eine Kompetenz auf die bloße Existenz

einzelner Fassungskollektionen aufzubauen, ist dünnes Eis. Immer mehr Handelspartner eröffnen eigene oder dulden Internet-Shops und Stores in großen und mittleren Städten.

Augenoptiker, die sich **aus dem Industriekorsett befreien**, haben die Möglichkeit, ihre wahren Kernkompetenzen zu zeigen.

Zeigen Sie Kompetenz und verkaufen Sie Qualitäts-Sonnenbrillen und Korrektionsgläser.

Die Erfahrungen der IBU zeigen, dass Ihre Kunden gerne Qualität kaufen, sofern diese auch attraktiv

angeboten bzw. erläutert wird. Auf Seite 3 haben wir Ihnen aus diesem Grund 10 wichtige Tipps aufgeführt, wie Sie Ihr Sonnenbrillengeschäft weiter ankurbeln.

Ein wichtiges Thema ist auch die **Neupositionierung im Segment Contactlinse** und die verschiedenen Möglichkeiten in der Preispolitik. Lesen Sie hierzu auf den Seiten 4, 5 und 10, wie Sie erfolgreich Contactlinsen im Markt platzieren.

Viel Spaß beim Lesen und eine sonnige Zeit wünscht Ihnen

Ihr Team der IBU

Impressum

Herausgeber:

IBU Consulting GmbH
Rheinweg 24
53113 Bonn
Tel. (0228) 32 30 17-0
Fax (0228) 32 30 17-30

Geschäftsführer:

Wolfgang Krista

Redakteurin:

Tanja Müller

Art Director:

Marc Hirschfeld

Alle Angaben wurden nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt. Nachdruck und sonstige Wiedergabe, auch auszugsweise, sind nur mit schriftlicher Genehmigung der IBU Consulting GmbH gestattet.

Copyright 2008, IBU Consulting GmbH, Bonn



Sonnenbrillenverkauf

Wege aus der Rabattschlacht

Alle Jahre wieder das gleiche Spiel - Sonnenschutzgläser 29,- €, 24,50 €... 7,90 €! Augenoptiker liefern sich eine Rabattschlacht der Superlative!

Verblüffend ist hier immer wieder, wie selten Qualitätsprodukte im Angebot eine Rolle spielen. Viele Augenoptiker versäumen es, neben den preiswerten Sonnenschutzgläsern vor allem Qualitätsprodukte wie polarisierende, kontraststeigernde oder photo-trope Gläser aktiv anzubieten. In der Werbung finden diese Gläser häufig keinen Platz und fallen auch in der Beratung unter den Tisch.

Ihre Kunden können nur Produkte bzw. Gläser kaufen, die Sie auch entsprechend anbieten und attraktiv herausstellen.



10 Tipps, die Ihnen helfen, Ihr Sonnenbrillengeschäft anzukurbeln!

1. Definieren Sie – neben den einfachen Sonnenschutzgläsern – auch hochwertige Produkte für Ihr Sommerangebot.
2. Unterbieten Sie nicht grundsätzlich alle Anbieter im Markt. Ihre Kunden kaufen nicht zwangsläufig beim billigsten Anbieter, sondern möchten wissen, ob sich Ihr vergleichbares Angebot im „Verhältnis“ am Markt behaupten kann.
3. Zeigen Sie sichtbar (Aufsteller, Schaufenster, im Geschäft) dass Sie nicht nur Standard-Sonnenschutzgläser verkaufen, sondern auch Qualitätsprodukte als Angebot empfehlen.
4. Loben Sie für Ihre höherwertigen Sonnenschutzgläser einen Preisvorteil (z.B. 15%) in Prozent vom Listenpreis aus. So lassen sich im Einzelfall solide Auftragswerte erzielen.
5. Fragen Sie jeden Kunden, der eine Einstärken- oder Gleitsichtbrille kauft, ob er ein Sonnenbrillen-Set (z.B.: Gleitsichtbrille plus Gleitsicht-Sonnenbrille) kaufen möchte, und bieten Sie dieses beim Kauf der Gläser (in gleicher Qualität und Vergütung) zum Aktionspreis an (z.B. 25%, 30% oder 50% auf das 2. Paar Gläser).
6. Verkaufen Sie nicht grundsätzlich Gleitsicht-Standardgläser, sondern informieren Sie Ihren Kunden zunächst, wie viel Euro sein „normales“ Gleitsichtglas aus seiner Gleitsichtbrille als Sonnenschutzglas kostet und bieten Sie dieses Produkt zum Vorzugspreis an!
7. Fertigen Sie eine individuelle Beratungshilfe an, in der Ihre Sonnenschutzgläser in Kategorien eingeteilt werden - z.B. Standard (grün, braun...); Komfort (inkl. ET) Komfortplus (polarisierende/kontraststeigernde Gläser); Premium (individuelle Sport-/ Sonnenbrillengläser).
8. Informieren Sie Ihre Mitarbeiter ausführlich über die Angebotsgläser, Aufpreise und Qualitätsprodukte und erstellen Sie für Ihre Mitarbeiter Beratungshilfen (eigene Preisliste, Gutscheine, Demonstrationshilfen).
9. Erarbeiten Sie für Ihre Kunden individuelles Informationsmaterial, das Ihre Leistung auch in der Sonnenbrillenberatung heraus stellt.
10. Informieren Sie Ihre Kunden per Mailing und stellen Sie hier auch Ihre Qualitäts-Sonnenschutzgläser in den Vordergrund.

Geldverdienen mit Contactlinsen?

Machen Sie die Probe...

In vielen Seminaren, Unternehmer-tagungen und Workshops diskutiert Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista regelmäßig mit Augenoptikern über die Rendite-Chancen im Contactlinsensegment. Immer wieder diskutieren die teilnehmenden Augenoptiker über die Probleme beim Verkauf von Contactlinsen und können sich zum Teil nicht vorstellen, wie man hier Geld verdienen könnte.

Die Lösung heißt wie so oft:
Es kommt darauf an...!

Augenoptikern, ihren Kunden ein 1, 2 oder 3-Jahres-Abo anzubieten. Die Preise sollten hier entsprechend über die verschiedenen Laufzeiten immer attraktiver werden.

Als Rabatt-System empfiehlt die IBU ihren Kunden bei einem Jahres-Abo „eine Monatsrate“ als Rabatt bzw. Preisvorteil anzubieten. Bei einer einfachen sphärischen Contactlinse zum VK-Preis 28,50 € zahlt der Kunde dann einen Monatspreis in Höhe 8,70 €.

ist es hier, die Wechselbereitschaft, die in der Regel nach 8-12 Monaten zum Tragen kommt, durch die verlängerte Servicevereinbarung in den Griff zu bekommen.

Für die Kunden ist die Attraktivität des Contactlinsen-Abos ein Kaufkriterium. Die Sicherheit, die einem Contactlinsenkunden zusätzlich gewährt wird, sind weitere Kaufkriterien. So erhalten Contactlinsen-Abo-Kunden folgende Leistungen zum Inklusiv-Preis:

1. Regelmäßige Nachkontrollen
2. Kostenfreier und einfacher Austausch von defekten Contactlinsen
3. Kostenfreier Wechsel zu anderen Contactlinsen-Systemen während der Abo-Laufzeit.
4. Vorzeitige Kündigung zum Jahresende möglich
5. Preisvorteil beim Brillenkauf

Ermittlung Abopreis 1 Jahr

6er-Box sphärische Contactlinsen	28,50 €
Jahresbedarf	4 Boxen
Preis für 1 Jahr	114,00 €
Monatsrate	9,50 €
Abo-Preis-Vorteil (1 Rate)	-9,50 €
Abo-Preis incl. Rabatt gerundet	8,70 €

Viele Augenoptiker sehen nur den kurzfristigen Ertrag, und hier stehen Aufwand und Ertrag oft in einem Missverhältnis. Bei der Diskussion mit den Kollegen stellt sich aber auch oft heraus, dass andere Augenoptiker 5.000 €, 8.000 € oder 10.000 € im Monat nur als Contactlinsen-Aboumsatz fakturieren. Was machen diese Unternehmen anders?

Zum einen sehen diese Firmen nicht nur den kurzfristigen Erfolg, sondern möchten ihre Kunden langfristig an das Unternehmen binden. Der Schlüssel zum Erfolg ist hier, wie ja bereits von vielen Unternehmen erfolgreich angewendet, das Contactlinsen-Abo-System. Die IBU-Berater empfehlen

Damit der Kunde motiviert wird, über einen längeren Zeitraum Contactlinsen zu tragen, bieten Augenoptiker ihren Kunden auch ein 2-Jahres-Abo mit einem Preisvorteil von 3 Monatsraten an. Ziel

Die Kunst ist es hier, dem Contactlinsenträger als kompetenter Partner zur Seite zu stehen. Contactlinsenträger fordern Modernität, Kompetenz, eine ausführliche Beratung und attraktive Preise. Hierbei

Ermittlung Abopreis 2 Jahre

6er-Box sphärische Contactlinsen	28,50 €
2-Jahresbedarf	8 Boxen
Preis für 2 Jahr	228,00 €
Monatsrate	9,50 €
Abo-Preis-Vorteil (3 Raten)	-28,50 €
Abo-Preis incl. Rabatt gerundet	8,30 €



Ermittlung Abopreis 3 Jahre

6er-Box sphärische Contactlinsen	28,50 €
3-Jahresbedarf	12 Boxen
Preis für 3 Jahr	342,00 €
Monatsrate	9,50 €
Abo-Preis-Vorteil (6 Raten)	-57,00 €
Abo-Preis incl. Rabatt gerundet	7,90 €

ist der Begriff Attraktivität nicht mit billig zu verwechseln. Augenoptiker, Contactlinsen-Center oder Institute können und werden nie der billigste Anbieter sein. Jedoch ist es auch hier erstrebenswert, eine attraktive Preispolitik zu erarbeiten und zu kommunizieren.

Der Ertragsvergleich zeigt, dass selbst bei einer „preiswerten“ Contactlinse solide Erträge erwirtschaftet werden. Berücksichtigt man noch einmalige Anpassgebühren, steigt der Ertrag im Vergleich zur Brille um 100% (siehe Ertragsvergleich Brille/Contactlinse). In der Regel verkaufen Contact-

linsen-anpasser aber auch torische, biokompatible und formstabile Contactlinsen. Hier sind die

Erträge durchaus noch solider. Lediglich bei den Pflegemitteln stellt sich heraus, dass Contactlinsen-anpasser nur noch gute Erträge mit Pflege-Eigenmarken bzw. preiswerten Pflegesystemen erwirtschaften können.

Letztendlich muss jeder Augenoptiker seine eigenen Berechnungen anstellen. Aber es lohnt sich, ernsthaft über eine bewusste Produktpositionierung im Segment Contactlinsen nachzudenken, da Contactlinsen-kunden ab und zu auch Brille tragen und schöne Sonnenbrillen bevorzugen.

Ertragsvergleich Brille/Contactlinse

Einstärkenbrille VK (brutto)	200,00 €
Rohertrag bei 30% WE	117,65 €
Umsatz CL 3 Jahre (Abo-Preis 7,90 €)	284,40 €
Umsatz Pflegemittel (Beispiel 6,90 €)	248,00 €
Gesamtumsatz (brutto) 3 Jahre	532,80 €
Rohertrag (netto) abzgl. Ware	225,73 €

Werbevorschläge

April - Juni 2008

Die IBU Marketingservice hat sich darauf spezialisiert, Augentoptiker mit ihren Kernkompetenzen authentisch im Markt zu positionieren.

Für das Jahr 2008 haben wir zahlreiche Werbevorschläge erarbeitet, die Sie einzeln oder im Rahmen einer Jahresplanung buchen können. Alle Werbeaktionen sind beliebig im Jahr wählbar. Auf den nachfolgenden Seiten haben wir Ihnen einige unserer Vorschläge für das zweite Quartal 2008 zusammengestellt. Bei den von uns angegebenen Aktionszeiträumen handelt es sich lediglich um Empfehlungen.

Bitte beachten Sie, dass zu allen Aktionen auch Plakate und Anzeigenvorlagen erhältlich sind, ebenso wie Briefpapier passend zu den Prospekten. In unserem Katalog finden Sie darüber hinaus ein vielfältiges Angebot an Werbevorschlägen.

Stammkundenmailing

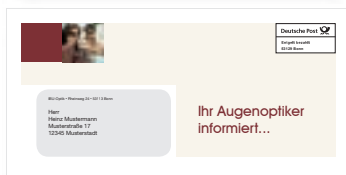
Komplettmailing für
47,- Cent / Stück¹

Werbethema: Sonnenbrille I



Artikel-Nr.:
AIS-28900-5

Komplettmailing inkl. Briefpapier, Gutschein, Texte, Briefkuvert, Briefdruck, Lettershop und individuelle Absprache



Werbethema: Sonnenbrille III



Artikel-Nr.:
AIS-25200-2

Komplettmailing inkl. Briefpapier, Gutschein, Texte, Briefkuvert, Briefdruck, Lettershop und individuelle Absprache



¹bei einer Beispielaufgabe von 4.000 Stk.; zzgl. MwSt., Porto / Versand

Werbelinie „augenblick“

8-seitige Broschüre ab
14,9 Cent / Stück²

Die Werbelinie „augenblick“ steht ganz im Zeichen des IBU-Leitsatzes „Weniger Werbung – mehr Information“.

Wir haben hier ein Werbemittel für Sie geschaffen, das Ihr Unternehmen interessant, kompetent sowie preisattraktiv in Szene setzt, denn qualitätsbewusste Augenoptiker werben besser mit ihrer Kompetenz, als sich auf einen Preiskampf einzulassen.

Die Werbemittel der augenblick-Linie bestehen jeweils aus einer **achtseitigen Broschüre** DIN A5, die als Beilage in Zeitungen oder als Prospekt an Haushalte eingesetzt wird. Die Broschüre ist so aufgebaut, dass jeweils ein übergeordnetes Thema (z.B. Sonnenschutz) behandelt wird; jedoch nicht durch aggressive Werbung, sondern vielmehr durch Information und anspruchsvolle Präsentation.

augenblick II Themenschwerpunkt Sonnenschutz / Freizeitoptik Empfohlener Aktionszeitraum: April - Juni

Broschüre-Titel



Artikel-Nr.: NK-91200-1
Endformat: 210 x 148 mm (A5)
Format offen: 210 x 297 mm

Themenvorschläge:

- Sonnenbrillen
- Sportbrillen
- Contactlinsen
- Sehberatung

Seite 2



Seite 3

Seite 4



Seite 5

Seite 6



Seite 7



Rückseite

Titel

Weitere Titel der augenblick-Linie



augenblick I

- Brillentrends '08
- Abverkauf Brillenfassungen
- Sehberatung

Januar - März



augenblick III

- Gleitsichtgläser
- Brille Light
- Sehberatung

Juli - September



augenblick IV

- Sehberatung
- Lesebrillen
- Autofahrer-Brillen
- Arbeitsplatzbrillen

August - Dezember

Neukundenprospekte

Prospekte für
8,9 Cent / Stück³

Werbethema: Sonnenbrille

Empfohlener Aktionszeitraum: März / Mai

Prospektvorschlag I



Artikel-Nr.: NK-28900-5 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag II



Artikel-Nr.:
NK-29000-6

Endformat:
210 x 99 mm
(DIN-Lang hoch)

Format offen:
210 x 297 mm

Prospektvorschlag III



Artikel-Nr.: NK-26700-3 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag IV



Artikel-Nr.: NK-25600-2 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

³bei einer Beispielaufage von 30.000 Stk.; zzgl. MwSt., Porto / Versand

Werbethema: Contactlinse / Sportbrille

Empfohlener Aktionszeitraum: Mai / Juni

Prospektvorschlag I



Artikel-Nr.: NK-33500-5 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag II



Artikel-Nr.: NK-30100-1 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Prospektvorschlag III



Artikel-Nr.: NK-31200-2 · Endformat: 148 x 148 mm · Format offen: 148 x 440 mm

Werbethema: Brille Light

Empfohlener Aktionszeitraum: Mai / Juni

Prospektvorschlag I



Artikel-Nr.: NK-29000-1 · Endformat: 148 x 210 mm (A5 quer) · Format offen: 148 x 420 mm

Marktpositionierung Contactlinse

Erfolg durch konsequentes Marketing

Bei vielen Augenoptikern hat es sich bereits rumgesprochen! Mit Contactlinsen lassen sich wichtige Erträge erwirtschaften, die Zahl der modischen Sonnen- und Sportbrillenverkäufe erhöhen und die Kompetenz in der Sehberatung erweitern.

Entscheidend für einen wirtschaftlichen Erfolg ist hierbei die bewusste Marktpositionierung im Segment Contactlinse. Jedoch scheitern viele Augenoptiker an der Umsetzung wichtiger Marketingmaßnahmen. Fehlende Produkt- oder Werbeunterstützung bzw. die fehlende Individualisierung in der Umsetzung geeigneter Maßnahmen sind hier die am häufigsten genannten Gründe für das Ausbleiben eines wirtschaftlichen Erfolges.

Die Zukunft in der Contactlinsenvermarktung für traditionelle Augenoptiker liegt in drei Kernbereichen. Qualität in der CL-Beratung, Qualität im Produkt und Attraktivität im Preis. Kriterien, die Ihren Erfolg maßgeblich beeinflussen.

Das Marketing spielt hier eine entscheidende Rolle. Die Tatsache, über eine große Auswahl technischer Hilfsmittel zu verfügen, erzeugt noch keine Sogwirkung im Markt.



Infos über das IBU-Konzept Contactlinsen-Center erhalten Sie unter der kostenfreien Service-Hotline **(0800) 42 82 666** oder im Internet unter **www.ibu-optik.de**

10 Tipps für Ihre individuelle Contactlinsen-Marktpositionierung:

1. Schreiben Sie auf, was (Umsatz, Absatz, Zielgruppen) Sie kurz-, mittel- und langfristig im Segment Contactlinse erzielen wollen, damit Sie prüfen können, ob Ihre Investitionen und Ausgaben hier im Verhältnis zu Ihren Einnahmen stehen.
2. Geben Sie dem „Kind“ einen Namen. Erarbeiten Sie ein Logo und eine Unternehmensvision für Ihre Contactlinsen-Sparte.
3. Stellen Sie ein geeignetes Produktportfolio zusammen und bevorzugen Sie Markenlinsen in der Beratung. Platzieren Sie hierbei Contactlinsen, die nicht im Internet vergleichbar sind z.B. Contact.life von Wöhlk.
4. Stellen Sie Ihre Dienst- und Serviceleistungen kompetent dar. Ein „Prospektchen“ reicht hier in der Regel nicht mehr aus. Erarbeiten Sie eine Imagebroschüre, die Ihre Kompetenz entsprechend darstellt und Sie von Ihren Mitbewerbern abgrenzt.
5. Erarbeiten Sie ein Contactlinsen-Abo-System, das Ihren Wünschen und Bedürfnissen nachkommt. Die IBU-Berater haben in der Praxis festgestellt, dass es empfehlenswert ist, neben einem 1-jährigen CL- Abo auch ein 2- oder 3-jähriges Abo anzubieten. In der Preispolitik sollte ein längerfristiges Abo attraktiver sein.
6. Definieren Sie die Vorteile Ihres CL-Abo-Systems und erläutern Sie dieses in einem CL-Abo-Flyer.
7. Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie CL-Spezialist sind und dekorieren Sie entsprechend Contactlinsen bzw. stellen Ihr Contactlinsen-Konzept im Geschäft und Schaufenster deutlich heraus.
8. Weisen Sie bei jeder Werbung darauf hin, dass es bei Ihnen auch Contactlinsen gibt.
9. Erläutern Sie jedem Mitarbeiter Inhalt, Leistungen und Vorteile Ihrer Contactlinsen-Abos, so dass jeder Mitarbeiter Ihre Produkte und Leistungen interessant anbringen kann.
10. Legen Sie kontinuierliche Marketing- und Werbemaßnahmen fest, die Ihre Ziele Wirklichkeit werden lassen.

IBU Sommerakademie 2008

3-Tages-Intensivseminar

Auch in diesem Jahr bietet die IBU engagierten Unternehmern wieder die Möglichkeit, an drei Tagen Praxis-Know-how und Wissen zu vertiefen. Unter der Leitung von Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista lernen Sie die wichtigsten Techniken zum Thema Betriebswirtschaft, Marketing / Marktpositionierung und Konzepte in der Augenoptik.

Dipl.-Betriebswirt Wolfgang Krista, einer der erfahrensten Berater und Trainer in der Augenoptik, erarbeitet mit den Teilnehmern in diesem Intensivseminar alle wichtigen Praxisthemen zur Marktbearbeitung und gibt wertvolle Praxistipps. In kleinen Arbeitsgruppen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihr Wissen auszutauschen und zu festigen.

Folgende Themen werden behandelt:

- **Unternehmensplanung in der Augenoptik**
 - Wie kann ich meinen Unternehmenserfolg richtig planen und die Liquidität im Unternehmen richtig steuern?
 - Übungen zum Verständnis der Unternehmenszahlen (DATEV)
 - Übungen zu verschiedenen betriebswirtschaftlichen Planungstechniken
- **Marktpositionierung**
 - Wie kann ich mein Unternehmen erfolgreich am Markt positionieren?
 - Übungen und Diskussionen zur Marktpositionierung
 - Übungen zur Erarbeitung des richtigen Marketing-Mix in den Bereichen Werbung, Preispolitik, Kompetenz und Produktpolitik
 - Erarbeitung von Werbekonzepten
- **Konzepte in der Augenoptik**
 - Wie kann ich meine Leistungen noch professioneller am Markt darstellen?
 - Übungen und Diskussionen zu verschiedenen Marktkonzepten in den Bereichen Sehberatung, Contactlinse und Generation 50+
- **Weitere Themen nach Absprache in den Arbeitsgruppen**

Termine

- 11. - 13. Juli 2008
Raum Köln
- 18. - 20. Juli 2008
Raum München



Kosten

Der Preis beträgt **750 Euro** zuzüglich Mehrwertsteuer und Übernachtung inklusive Tagungsgetränke und Seminarverpflegung.

Als Frühbucher zahlen Sie 525 Euro bei Buchungseingang bis 31. Mai 2008. Sie sparen 30 Prozent.

Hinweis: Die Teilnehmerzahl ist begrenzt!

Hinweis

Anmeldeformular und weitere Informationen auf **www.ibu-optik.de** oder unter unserer kostenlosen Service-Nr. **(0800) 42 82 666**.



Was bewegt die Branche?

Natürlich wollen wir Ihnen als Ihr kompetenter Berater rund ums Thema Augenoptik stets mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Wenn Sie also spezielle Fragen haben oder Sie vielleicht ein besonderes Problem im Bereich Augenoptik beschäftigt, freuen wir uns über Ihren Anruf oder Ihre eMail. Gerne helfen wir Ihnen weiter. Auch wenn Sie Anregungen haben, welche Themen Ihrer Meinung nach in einer der nächsten Ausgaben von „Einsichten“ behandelt werden sollten, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren. Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Bitte per Fax an (0228) 32 30 17-30

Firma

Ansprechpartner

Adresse

Ort

Telefon

Fax

eMail

Datum, Unterschrift

Firmenstempel

Bei Rückfragen nutzen Sie unsere
kostenfreie Service-Hotline:
freecall (0800) 42 82 666

- Bitte senden Sie mir weitere Informationen und meine persönlichen Anmeldeunterlagen für folgende Veranstaltung zu:
- Sommerakademie, Raum Köln, 11. - 13. Juli 2008**
 - Sommerakademie, Raum München, 18. - 20. Juli 2008**
- Bitte reservieren Sie mir unverbindlich Platz / Plätze für die o.a. Veranstaltung (gültig 7 Tage nach Eingang).
- Bitte vereinbaren Sie mit mir einen **kostenfreien Kennenlernertermin**.
Terminwunsch:

Hinweis: Eine Anmeldung kommt erst nach Zusendung der ausgefüllten Anmeldeunterlagen zustande.