

Jahrestagung

# SOCIAL MEDIA 2011

Antworten auf die gesamtunternehmerische Herausforderung

Ihr Termin: 29. und 30. März 2011 in Düsseldorf

## Social Media – Auslöser für ein neues Kommunikations- und Marktgefüge

- **Marketing 2.0** – die Lösung für das Social Media-Zeitalter
- **Open Brand** – die neuen Regeln der Markenführung im Social Media-Zeitalter
- **Social Commerce** – wie die Einbindung des Verbrauchers den Vertrieb revolutioniert
- **Support 2.0** – die neue Macht der Verbrauchererfahrung
- **Co-Creation** – wie mit dem Verbraucher die erfolgreichsten Produkte entstehen
- **PR 2.0** – wie PR im Social Web globale Marken zum Umdenken zwingt
- **Social Media Analytics** – wie Social Media Monitoring zu besseren Produkten führt

Freuen Sie sich auf die Social Media-Experten:

 Michael Buck Dell Inc.	 Felix Göppl Electronic Arts GmbH	 Jan Haase Greenpeace e.V.	 Ergin Iyilikci Scout24-Gruppe
 Alexander Körner lemon5 - fresh consulting gmbh	 Tino Krause Telefónica O2 Germany GmbH & Co. OHG	 Jochen Krisch Exciting Future GmbH für E-Commerce	 Tjalf Nienaber WEBACAD
 Prof. Thorsten Petry Hochschule RheinMain	 Dr. Björn Schäfers Smatch.com (Otto Group)	 Gerold Schandl Melitta Haushaltsprodukte GmbH & Co. KG	 Dr. Holger Schmidt Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
 Dr. Carsten Ulbricht Diem & Partner Rechtsanwälte	 Robindro Ullah DB Services	 Ossi Urchs F.F.T. MedienAgentur GbR	 Max Wittrock Mymuesli GmbH

Kooperationspartner:



Veranstalter:



Medienpartner:



Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700



Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen ab 8.15 Uhr

## 9.00 Herzlich willkommen

- Begrüßung durch Management Circle und den Tagungsleiter
- Kurze Einführung in die Themen der Tagung

### Die grundlegenden Veränderungen durch Social Media

## 9.15 Social Media – Auslöser für ein neues Kommunikations- und Marktgefüge

- Das veränderte Medienverhalten der Verbraucher
- Neue Regeln der Kommunikation führen zu neuen Markt- und Machtverhältnissen
- Unternehmen müssen Teil des Austausches der Nutzer/Kunden werden



Ossi Urchs, Geschäftsführer,  
**F.F.T. MedienAgentur GbR**, Offenbach

## 10.00 Unternehmerische Herausforderung Social Media

- Sich verändernde Marktbedingungen und ihre Bedeutung für den (Online-) Handel
- Für welche Unternehmen und Produkte ist Social Media bzw. Social Commerce relevant?
- Welche Rolle nimmt Facebook beim Shopping ein? Erste Erfahrungsberichte



Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer,  
**Smatch.com (Otto Group)**, Hamburg

## 10.45 Kaffee- und Kommunikationspause

## 11.15 Marketing 2.0 – die Antwort auf die Herausforderung Social Media

- Wie Social Media das Marketing, die strategische Marktbearbeitung und Unternehmensführung (r)evolutioniert
- Consumer Energy und Partizipation – Kernelemente eines neuen Marketingverständnisses
- Die Weiterentwicklung des Marketing



Alexander Körner, geschäftsführender Gesellschafter,  
**lemon5 – fresh consulting gmbh**, Offenbach

### Wie Social Media die Marktbearbeitung verändert

## 12.00 Social Media Analytics:

### Bessere Produkte und höhere Kundenzufriedenheit durch Social Media Monitoring

- Erkenntnisse aus Social Media Monitoring für Electronic Arts
- Vom besseren Produkt bis zum Support – welche Bereiche davon profitieren
- Usecase



Felix Göppl, Head of Media & Consumer Insights,  
**Electronic Arts GmbH**, Köln

## 12.45 Open Brand:

### Die neuen Regeln der Markenführung im Social Media-Zeitalter

- Social Media: Herausforderungen für die Markenführung
- Der Verbraucher hat die Kontrolle übernommen – Open Brand
- Die Antwort von O2 – Markenführung und Markenkommunikation



Tino Krause  
Head of Media, Direct & CRM Communication,  
**Telefónica O2 Germany GmbH & Co. OHG**, München

## 13.30 Gemeinsamer Business Lunch

## 14.30 PR 2.0:

### Wie strategische Social Media Kommunikation globale Marken zum Umdenken zwingt

- Welche Möglichkeiten das Social Web für die PR eröffnet
- Welche Rolle spielen Verbraucher heute und in der Zukunft im Netz?
- Organisierter Verbraucherwille – mit PR 2.0 Themen setzen und Menschen mobilisieren
- Der Usecase: Nestlé/KitKat



Jan Haase, Pressesprecher,  
**Greenpeace e.V.**, Hamburg

## 15.15 Social Commerce:

### Wie Social kann Commerce werden? Erfolgreiche Vertriebskonzepte für den E-Commerce

- Wie die Einbindung des Verbrauchers den Vertrieb revolutioniert
- Wie geteilte Verbrauchermeinung Kaufentscheidungen prägt
- Mehr Vertriebsoberfläche und -erfolg durch Integration von Verbrauchermeinung und -erfahrung in den Kaufprozess



Jochen Krisch, Herausgeber,  
**Exciting Commerce**, Unterföhring

## 16.00 Kaffee- und Kommunikationspause

## 16.30 Support und Services 2.0:

### Social Media bei Dell

- Integration von Social Media im Unternehmen – Markenbildung und Erträge
- „Do's and Don'ts“ der Kundenbindung durch Services für B2C und B2B durch Social Media
- Erfolgsmessung und erfolgreiche Mitarbeiterschulung



Michael Buck, Director Global SMB Online Business,  
**Dell Inc.**, Frankfurt/M.

## 17.15 Podiumsdiskussion

### Die Angst vor dem Kontrollverlust – lässt sich Social Media managen?

Moderation: **Dr. Holger Schmidt**

**Michael Buck • Jan Haase • Alexander Körner • Jochen Krisch • Dr. Carsten Ulbricht • Ossi Urchs**

## 18.30 Abend-Veranstaltung

9.00 Begrüßung zum zweiten Veranstaltungstag

### Wie Social Media die Unternehmen verändert

#### 9.15 Open Leadership und Enterprise 2.0: Social Media als gesamtunternehmerische Herausforderung

- Social Media als Managementherausforderung
- Enterprise 2.0 als gesamtunternehmerisches Managementthema
- Open Leadership als Managementaufgabe



Prof. Thorsten Petry,  
Wiesbaden Business School/Hochschule RheinMain,  
Wiesbaden

10.00 HR 2.0:

#### Anforderungen an das Personalmanagement

- Wer „macht“ Social Media? Neue Anforderungen an Mitarbeiter und Organisation
- Neues Wissen, neue Aufgaben, neues Denken – welche Stellen eine inhaltliche Entwicklung erfahren, welche neuen Berufsbilder entstehen und wie sich das in Arbeitsprozessen und Organisation niederschlägt
- HR 2.0 - Personalentwicklung, Organisationsentwicklung und Recruiting im Social Media-Zeitalter



Tjalf Nienaber, Bereichsleiter,  
WEBACAD, Eschborn



Robindro Ullah, Leiter ZusatzServices,  
DB Services, Berlin

10.45 Kaffee- und Kommunikationspause

11.15 Social Media & Recht:

#### Wie man in unkartierten Gewässern Klippen umschifft und Schiffbruch vermeidet

- Rechtliche Herausforderungen durch Social Media
- Rechtlicher Rahmen beim Marketing auf Facebook, Twitter & Co
- Marke, Wettbewerb, Datenschutz, Arbeitsrecht – Risiken erkennen und vermeiden
- Social Media Policies und Guidelines – Leitplanken für eine abgesicherte Lernkurve



Dr. Carsten Ulbricht, Rechtsanwalt,  
Diem & Partner Rechtsanwälte, Stuttgart

### Abend-Veranstaltung:

Im Anschluss an die Tagung lädt Sie Management Circle zu einem kommunikativen Abendevent ein. Lassen Sie sich überraschen!

12.00 Open Innovation/Co-Creation:

#### Der Kunde als Ideengeber

- Integration der Kunden in die Ideenfindung
- Herausforderung Community
- Von der Idee zum Konzept



Gerold Schandl, Leiter New Business Development,  
Melitta Haushaltsprodukte GmbH & Co. KG, Minden

12.45 Gemeinsamer Business Lunch

14.00 Business 2.0:

#### Wir brauchen keine Kunden, sondern Fans!

- Kaufe ein Müsli und rede darüber: Sharing ohne Emails
- Mass-Customization und Social Media
- Kunden zu Markenfans machen



Max Wittrock, Geschäftsführer,  
Mymuesli GmbH, Passau

14.45 Organisation 2.0:

#### Social Media in der Unternehmenspraxis am Beispiel der Scout 24-Gruppe

- Inhouse-Organisation: Wer ist verantwortlich für Social Media?
- Beispiel Scout24: Kampagne, Touchpoints oder eigene Community?
- Social Media Guidelines in der Praxis: Unterstützende Maßnahme oder einschneidendes Verbot?



Ergin Iyilikci, Vice President Corporate  
Communications & PR,  
Scout24-Gruppe, München

15.30 Kaffee- und Kommunikationspause

16.00 What's next?

#### Die Zukunft des Social Web – was Unternehmen und Verbraucher erwartet

- Cloud-Services, Lokalbezug, Mobile Social Networks – der Nutzer/Kunde von morgen
- Wie online und offline im Alltag verschmelzen werden
- Szenario: Unternehmen als „offene Plattformen“: Integration des Social Web



Ossi Urchs, Geschäftsführer,  
F.F.T. MedienAgentur GbR, Offenbach

16.45 Tagungsabschluss

- Social Media – Ära nicht Toolset
- Zusammenfassung der Tagungsergebnisse
- Abschließende Diskussion



Alexander Körner, geschäftsführender Gesellschafter,  
lemon5 – fresh consulting gmbh, Offenbach

ca. 17.00 Ende der Tagung



### Marketing 2.0 Academy

Ziel der Marketing 2.0 Academy ist es, Fach- und Führungskräfte hinsichtlich der Bedeutung und der Einbindung von Social

Media für Unternehmen und die Marktbearbeitung weiter zu bilden. Das Schulungskonzept der Academy ermöglicht sowohl den Besuch ausgewählter Veranstaltungen als auch die Aus- bzw. Weiterbildung mit zertifizierten Abschlüssen. Die Marketing 2.0 Academy adressiert damit den steigenden Bedarf von Fach- und Führungskräften nach Informationen, inhaltlicher Orientierung, der Fähigkeit zur Beurteilung der individuellen Relevanz und Sicherheit bei Erschließung und Implementierung von Social Media. Die Marketing 2.0 Academy ist eine Kooperation der Management Circle AG und der lemon5 – fresh consulting gmbh. Sie ist Bestandteil des Konzeptes des Marketing 2.0 Network und gründet sich auf das Wissens- und Experten-Portfolio der hierin organisierten Unternehmen.

Mehr erfahren Sie auf  
[www.marketing20-academy.de](http://www.marketing20-academy.de)



### lemon5 – fresh consulting gmbh

Mit „Marketing 2.0“ hat lemon5 ein Konzept entwickelt, das es Unternehmen ermöglicht, den Herausforderungen durch

Social Media systematisch zu begegnen und die darin liegenden Chancen zu erschließen. Als Berater und Unternehmensentwickler besteht die Kernaufgabe von lemon5 darin, Social Media und seine Auswirkungen verständlich und beherrschbar zu machen sowie Marketing und Unternehmen optimal auf die veränderten Anforderungen einzustellen.

Mehr erfahren Sie auf  
[www.lemon5.de](http://www.lemon5.de)



### Marketing 2.0 Network

Als Verbund von Spezialisten verfügt das Marketing 2.0 Network über die erforderliche Bandbreite, um alle von Social

Media tangierten Bereiche kompetent abdecken zu können. Jenseits der unmittelbaren Dienstleistung geht es dem Marketing 2.0 Network vor allem darum, Social Media und seine Folgen verständlich, für den Praktiker beherrschbar und effektiv nutzbar zu machen. Die Marketing 2.0 Academy ist ein wesentliches Element dieses Konzeptes des Marketing 2.0 Network. Jenseits dieser beruflichen Weiterbildung in Zusammenarbeit mit Management Circle bietet das Network auf seiner Plattform ein vielfältiges Informations- und Wissensangebot.

Mehr erfahren Sie auf  
[www.marketing20-network.de](http://www.marketing20-network.de)



### Webacad

ist Ihr Partner für ONLINE Training:

Vom anspruchsvollen Content bis zum umfassenden Consulting. Wir bieten Ihnen Webinare, individuelle E-Learning-Produktionen und sofort buchbare web-basierte Trainings. Produktschulungen gehören genau so dazu, wie Software- oder Management-Trainings, komplexe Blended-Learning-Lösungen und Beratung bei Konzeption und Umsetzung Ihrer Trainingsmaßnahmen.

Mehr erfahren Sie auf  
[www.webacad.com](http://www.webacad.com)



Das DOK.magazin informiert rund um das digitale Dokument in Unternehmen und Organisationen. Ob digital, auf

Papier oder Mikrofilm – immer steht das Dokument im Mittelpunkt. Das DOK.magazin berichtet über die Technologien, Strategien und Services bei Markt und Anwendern. Zielgruppen sind Geschäftsleitung und Fachabteilungen mit technischer Expertise – horizontal in allen Branchen, in denen der Umgang mit digitalen Dokumenten hohen Stellenwert hat.

[www.dokmagazin.de](http://www.dokmagazin.de)



Das **e-commerce Magazin** ist die Pflichtlektüre all derer, die im Internet werben, suchen, auswählen, kaufen

und bezahlen möchten – kurz: einen Handel von Dienstleistungen und Produkten im Internet abwickeln wollen. Unser Blickwinkel ist dabei die Sales- und Marketingperspektive, denn wir wollen unsere Leser schließlich dabei unterstützen, mit Hilfe digitaler Transaktionen Geld zu verdienen. Wir richten uns an Unternehmensführer sowie Abteilungsleiter aus den Bereichen Marketing und Vertrieb sowie Berater, die sich quer über alle Themen informieren müssen, und wollen ihnen mit Hintergrundberichten, Trendanalysen, Fallbeispielen, Interviews und Kurzmeldungen praxisnah und zielgerichtet das Wissen vermitteln, das ihnen hilft, den unternehmerischen Alltag besser zu gestalten.

Homepage: [www.e-commerce-magazin.de](http://www.e-commerce-magazin.de)



**INTERNET WORLD Business** ist die vierzehntägliche Wirtschaftszeitung fürs Internet. Mit einer Auflage von

18.000 Exemplaren erreicht sie über 40.000 Leser aus den Bereichen E-Commerce, Online-Marketing sowie Backoffice und Technik. Sie berichtet topaktuell und kompetent über die neueste Entwicklung auf den Internet-Märkten, die jüngsten Trends im Online-Marketing und die Pläne der wichtigsten Web-Macher. Sie versteht sich als Community-Plattform für alle Internet-Professionals, die sie noch erfolgreicher im sich schnell entwickelnden Online-Geschäft machen wollen.

Im Internet: [www.internetworld.de](http://www.internetworld.de)

## Sponsoring & Ausstellung

Nutzen Sie als Anbieter oder Dienstleister den exklusiven Rahmen dieser Veranstaltung zur Demonstration Ihrer Stärken. Sprechen Sie mich an!

**Aida Ben Achour**, Sales Managerin,  
 Tel.: 06196/4722-667, Fax: -444  
 E-Mail: [benachour@managementcircle.de](mailto:benachour@managementcircle.de)

# Persönliche Einladung

Sehr geehrte Damen und Herren,

Social Media ist das Schlagwort der Zeit! Die Mehrheit der großen deutschen Unternehmen nutzen bereits Social Media. Immer mehr Unternehmen wollen das Potenzial, das Social Media ihnen für den Kundendialog, die Kundenbindung, die Pflege der eigenen Reputation und den Aufbau neuer Geschäftsmodelle bietet, voll ausschöpfen.

Dabei stehen Unternehmen vor ganz neuen Herausforderungen: Welche grundlegenden Veränderungen ergeben sich durch Social Media? Welche Chancen und Risiken birgt der Einsatz von Social Media? Wie wirkt sich Social Media auf Ihr Unternehmen aus? Wie verändert Social Media die Marktbearbeitung?

Die Jahrestagung Social Media 2011 steht im Fokus aktueller Entwicklungen, Potenziale und Herausforderungen von Social Media und gibt Antworten auf die entscheidenden Fragen. Top-Experten zeigen Ihnen Strategien und Wege auf, um die aktuellen Herausforderungen erfolgreich zu meistern und Ihr Unternehmen auf das Social Media-Zeitalter einzustellen. Die Tagung bietet Ihnen aktuelle Erkenntnisse, zukunftsweisende Fachvorträge und Best Practices aus Top-Unternehmen.

Nutzen Sie die Möglichkeit, sich intensiv mit Ihren Fachkollegen auszutauschen, wertvolle Kontakte zu knüpfen und Ihr Netzwerk zu erweitern!

Gemeinsam mit den Referenten freue ich mich, Sie bei dieser Tagung persönlich zu begrüßen.

## Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Tagung.



Annette Neuberger

Annette Neuberger  
Konferenz Managerin  
Tel.: 0 61 96/47 22-550  
E-Mail: neuberger@managementcircle.de

## Das erwartet Sie

- ✓ **Zukunftsweisende Vorträge** und **spannende Berichte** aus Top-Unternehmen
- ✓ **Podiumsdiskussion** mit den Social Media Experten
- ✓ **Erfahrungsaustausch und Networking** mit Fachkollegen und Experten

## Die Themen der Tagung

### Spannende Fachvorträge und Best-Practice-Beispiele:

- **Social Media** – Auslöser für ein neues Kommunikations- und Marktgefüge
- **Unternehmerische Herausforderung Social Media**
- **Marketing 2.0** – die Antwort auf die Herausforderung Social Media
- **Social Media Analytics** – bessere Produkte und höhere Kundenzufriedenheit durch Social Media Monitoring
- **PR 2.0** – wie strategische Social Media Kommunikation globale Marken zum Umdenken zwingt
- **Social Commerce** – wie die Einbindung des Verbrauchers den Vertrieb revolutioniert
- **Support 2.0** – die neue Macht der Verbrauchererfahrung
- **Open Leadership und Enterprise 2.0** – Social Media als gesamtunternehmerische Herausforderung
- **HR 2.0** – Anforderungen an das Personal-Management
- **Social Media & Recht** – wie man in unkartierten Gewässern Klippen umschiffet und Schiffbruch vermeidet
- **Open Innovation/Co-Creation** – wie gemeinsam mit dem Verbraucher die erfolgreichsten Produkte entstehen
- **Business 2.0** – der Kunde als Teil der Wertschöpfungskette
- **Organisation 2.0** – Social Media in der Unternehmenspraxis
- **Die Zukunft des Social Web** – was Unternehmen und Verbraucher noch erwarten dürfen

## So beurteilen Teilnehmer Social Media Veranstaltungen von Management Circle

- *„Viel Praxiswissen, lebendige und offene Referenten, anregende und interessante Diskussionen.“*
- *„Tolle Beiträge, professionelle Inhalte!“*
- *„Ein konzentrierter und dennoch breit gefächelter Blick über den Tellerrand.“*
- *„Branchenübergreifende Einblicke auf hohem Niveau!“*

Die Lebensläufe unserer Referenten finden Sie unter [www.managementcircle.de/03-7611](http://www.managementcircle.de/03-7611)

## Das bietet Ihnen die Jahrestagung

- ✓ **Zukunftsweisende Vorträge** und **spannende Praxisberichte** aus Top-Unternehmen
- ✓ **Podiumsdiskussion** mit den Social Media Experten
- ✓ **Erfahrungsaustausch** und **Networking** im Expertenkreis

## Wen Sie auf der Jahrestagung Social Media 2011 treffen

- **Mitglieder des Vorstandes** und der **Geschäftsleitung**
- **Leiter** und **leitende Mitarbeiter** aus den Bereichen **Marketing, Vertrieb, Werbung/Multimedia, Online Marketing, Öffentlichkeitsarbeit/PR, Unternehmenskommunikation, Marktforschung, HR, Business Development** und **Organisationsentwicklung**.

## Termin und Veranstaltungsort

### 29. und 30. März 2011 in Düsseldorf

Van der Valk Airporthotel Düsseldorf, Am Hülserhof 57, 40472 Düsseldorf, Tel.: 0211/20063-207, Fax: 0211/20063-200  
E-Mail: reservierung@duesseldorf.valk.com

**Airport-Shuttle auf Anfrage**

### Übernachtungshotel

Für unsere Teilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

**Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).**

## So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für die zweitägige Jahrestagung beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Abendveranstaltung und der Dokumentation € 1.195,-. **Anmeldungen bis zum 21.01.2011 erhalten einen Frühbucherrabatt von € 200,-!** Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## SOCIAL MEDIA 2011

Ich/Wir nehme(n) teil am:

**29. und 30. März 2011 in Düsseldorf**

03-7611

1 Name/Vorname

Position/Abteilung

2 Name/Vorname

Position/Abteilung

3 Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Fax

@ E-Mail

Datum

Unterschrift

Ansprechpartner/in im Sekretariat:

Anmeldebestätigung bitte an:

Abteilung

Rechnung bitte an:

Abteilung

Mitarbeiter:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter [datenschutz@managementcircle.de](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder telefonisch unter 06 196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

## Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**

Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**

E-Mail: **[anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)**

Internet: **[www.managementcircle.de/03-7611](http://www.managementcircle.de/03-7611)**

Postanschrift: **Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**

Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**

