

# 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!

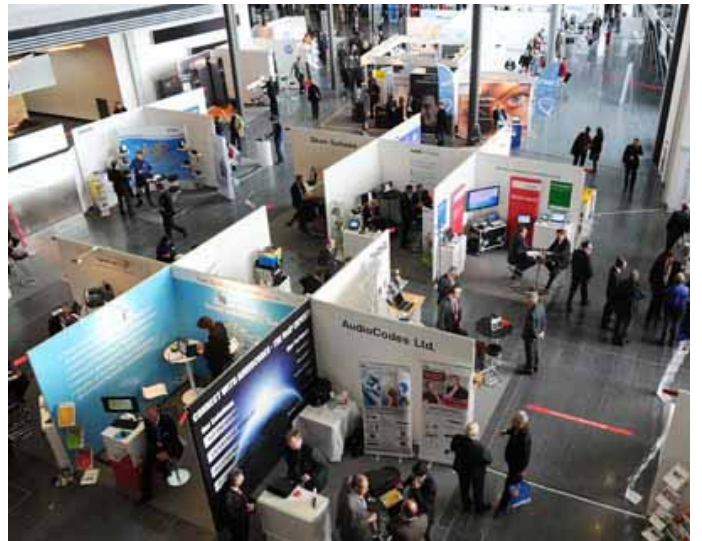
Bei eventuellen Rückfragen wenden Sie sich bitte direkt an die Ansprechpartner/-innen Ihres jeweiligen Messeveranstalters.




**Béatrice Klocke**  
Leiterin Akademie Messe Frankfurt  
[www.seminarallianz.de](http://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 lizenzierter 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



### MESE 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



**Fax +49 7 11 1 85 60-27 44**

Ja, ich/wir nehme/n teil

■ 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 Landesmesse Stuttgart GmbH im Rahmen der Seminar-Allianz (Stand 07/2009) anerkannt.

Datum

Unterschrift



## Sie haben Fragen ...

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



**Agnes Hanko**  
Tel. +49 7 11 1 85 60-27 49  
agnes.hanko@  
messe-stuttgart.de

## Teilnahme- und Zahlungsbedingungen für Seminare der Landesmesse Stuttgart GmbH im Rahmen der Seminar-Allianz (Stand 07/09)

### 1. Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt unter Anerkennung der vorliegenden Teilnahme- und Zahlungsbedingungen für Seminare der Landesmesse Stuttgart GmbH. Durch Rücksendung des ausgefüllten Anmeldeformulars oder Zusendung einer schriftlichen Buchung per Post, Fax oder E-Mail und unsere schriftliche Bestätigung des Seminartermins wird die Buchung für die jeweilige Seminarveranstaltung verbindlich. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt; Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt.

### 2. Seminargebühren

Die genannten Preise verstehen sich als Nettoangaben. Die Umsatzsteuer ist in der jeweiligen gesetzlichen Höhe mit zu entrichten. Skonto wird nicht gewährt.

### 3. Rücktritt

Ein Rücktritt von der Anmeldung ist bis spätestens 21 Tage vor Seminarbeginn möglich. Er muss in jedem Fall schriftlich erklärt werden. Im Falle eines Rücktritts wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,00 erhoben. Wird der Rücktritt kurzfristiger erklärt oder aber erscheint der Teilnehmer trotz Anmeldung nicht, wird die gesamte Seminargebühr berechnet. Selbstverständlich ist eine Vertretung des Teilnehmers möglich. Die Entsendung desselben bedarf einer schriftlichen Ankündigung.

### 4. Widerrufsrecht für Privatpersonen

Der Teilnehmer hat das Recht, den Auftrag innerhalb von 2 Wochen nach Erhalt der schriftlichen Teilnahmebestätigung durch die Landesmesse Stuttgart GmbH ohne Angabe von Gründen zu widerrufen. Der Widerruf muss schriftlich an folgende Anschrift erfolgen: Landesmesse Stuttgart GmbH, Geschäftsbereich Stuttgart Messe Service, Messeplaza 1, 70629 Stuttgart.

Nach Ausübung des Widerrufsrechts werden eventuell erfolgte Zahlungen zurückerstattet. Das Widerrufsrecht ist ausgeschlossen, wenn die Ausführung der Dienstleistung mit Zustimmung des Teilnehmers vor Ende der Frist von 2 Wochen nach Erhalt der schriftlichen Teilnahmebestätigung begonnen hat oder von ihm veranlasst wurde. Der Teilnehmer stimmt hiermit der sofortigen Leistungserbringung vor Ablauf der gesetzlichen Widerrufsfrist von 2 Wochen zu.

### 5. Terminänderung/Dozentenwechsel

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

### 6. Absage von Seminaren

Sollte die Landesmesse Stuttgart GmbH ein Seminar aus wichtigen Gründen – z.B. höhere Gewalt, Ausfall eines Dozenten, zu geringe Teilnehmerzahl (kleiner als 5) – absagen müssen, wird die entrichtete Teilnahmegebühr umgehend rückerstattet.

Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen. Die Landesmesse Stuttgart GmbH ist in solchen Fällen insbesondere nicht zum Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten, Arbeitsausfall o.ä. verpflichtet.

### 7. Haftung

Im Übrigen haftet die Landesmesse Stuttgart 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 Erfüllungshelfen. Die Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit bleibt von dieser Haftungsbeschränkung unberührt.

### 8. Urheberrechte

An allen im Zusammenhang mit der Buchung dem Teilnehmer überlassenen Seminarunterlagen behalten wir uns das Eigentums und Urheberrecht vor. Die Kursunterlagen sind ausschließlich zur persönlichen Verwendung bestimmt. Jegliche Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung und Weitergabe an Dritte ohne ausdrückliche Zustimmung durch die Landesmesse Stuttgart GmbH, auch von Teilen der Unterlagen, ist nicht gestattet.

### 9. Datenspeicherung

Mit der Anmeldung erklärt sich der Teilnehmer mit der automatischen Be- und Verarbeitung der personenbezogenen Daten für Zwecke der Lehrgangs- und Prüfungsabwicklung, sowie der Speicherung für spätere Informationen, unter Berücksichtigung der Regelungen des Bundesdatenschutzes, einverstanden.

### 10. Sonstige Bestimmungen

Sollten einzelne der vorgenannten Bedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bedingungen nicht berührt. Die ganz oder teilweise unwirksame Regelung soll durch eine solche ersetzt werden, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bedingung in gesetzlich zulässiger Weise möglichst nahe kommt. Dasselbe gilt für die Ausfüllung etwaiger Regelungslücken.

### 11. Gerichtsstand

Gerichtsstand (auch für Scheck- und Wechselklagen) ist für beide Vertragspartner das Amtsgericht Stuttgart oder das Landgericht Stuttgart, sofern der Aussteller Kaufmann, juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen ist, oder im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat.

Es gilt das Gesetz der Bundesrepublik Deutschland.