



Internationales
Marken-Kolloquium

MANDAT
MANAGEMENTBERATUNG



© Vohler Photographie, München

6. und 7. September 2012 im Kloster Seeon im Chiemgau

9. Internationales Marken-Kolloquium „Marke als Wachstumsmotor“

Nutzen Sie zusätzlich das Marken-Intensiv-Seminar:
„Marke im Unternehmenskontext“



ALLE NEUNE!

Was tun Sie für Ihr Wachstum? Nutzen Sie das 9. Internationale Marken-Kolloquium als Wachstumsmotor für Ihre Marke.

„Seit dem Jahr 2004 hat sich das Internationale Marken-Kolloquium mit seinen wesentlichen Themen als relevante Kommunikations-Plattform für aktuelle Entwicklungen zum Thema Marke etablieren können. Auch in diesem Jahr sehe ich einem spannenden Austausch mit ausgesuchten Referenten entgegen“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, zur Entwicklung der Veranstaltung. Zum neunten Mal haben Sie also in diesem Jahr die Chance, Teilnehmerin oder Teilnehmer einer der führenden Markenveranstaltungen im deutschsprachigen Raum zu sein. Neu ist, dass die Erfolgsstory des 9. Internationalen Marken-Kolloquiums 2012 nicht mehr unter der bisherigen Leitung von Peter J. Bachmann, dem Gründer der Veranstaltung, stattfindet, sondern unter der Leitung von Mandat fortgeschrieben wird.

Auf dem 9. Internationalen Marken-Kolloquium geht es um Sie. Es ist keine Konsumveranstaltung, auf der man sich zurücklehnt und sich zwei Tage lang berieseln lässt. Nein, das Internationale Marken-Kolloquium lebt, wie das Wort „Kolloquium“ schon vermuten lässt, vom Gespräch, nämlich dem Gespräch zwischen Teilnehmern, Referenten und dem Veranstalter – allesamt Experten auf ihrem Gebiet. Nicht zuletzt wegen dieses intensiven Austauschs kommen viele Teilnehmer immer wieder, um sich aus einer neuen Perspektive werthaltige Anregungen für ihr Geschäft zu holen. Konzentriert, fokussiert, unterhaltsam, spannend – und das sagen nicht nur wir. Überzeugen Sie sich selbst und lesen Sie die O-Töne ehemaliger Referenten und Teilnehmer.

Wenn wir schon bei dem intensiven Austausch sind: Wenn Sie sich für das 9. Internationale Marken-Kolloquium anmelden, vergessen Sie nicht, sich auch für das Marken-Intensiv-Seminar am Donnerstagvormittag anzumelden, denn dort können die maximal 25 Teilnehmer gemeinsam mit zwei Referenten Ideen generieren, durchspielen




und auf ihre Einsatzmöglichkeiten prüfen. Ein guter Start für Sie, um die folgenden Vorträge des Internationalen Marken-Kolloquiums und die unterschiedlichen Facetten einer Marke als Wachstumsmotor mit dem richtigen Fokus zu betrachten.

Schauen Sie einmal in das Programm: Lernen Sie von den Vorträgen, nehmen Sie die Hebel für eine starke Führung Ihrer eigenen Marke mit, setzen Sie diese – wieder im Tagesgeschäft angekommen – ein und sorgen Sie für das Wachstum Ihres Unternehmens und für Ihr persönliches Wachstum.

„Marke als Wachstumsmotor“ – sind Sie dabei?

Herzlichst Ihr

Prof. Dr. Guido Quelle

 Schreiben Sie mir:
guido.quelle@mandat.de

„Das Internationale Marken-Kolloquium zeichnet sich durch drei Dinge aus: Die schöne landschaftliche Umgebung, die sich positiv auf die Atmosphäre auswirkt, die sehr sorgfältige Auswahl der Redner und die ebenso sorgfältige Auswahl der Teilnehmer.“

Dr. h.c. Helmut Maucher, Ehrenpräsident Nestlé AG

„Das Internationale Marken-Kolloquium hat den besonderen Reiz des ‚Herausgeholt Werdens‘ aus den alltäglichen Gedankenstrukturen.“

Thomas Gutberlet, Vorsitzender des Vorstands tegut... Gutberlet Stiftung & Co.

„Ich war von der fachlichen Fundierung der Veranstaltung sehr angetan und auch persönlich habe ich sehr viele Eindrücke gewonnen, die ich in der täglichen Arbeit gut verwenden konnte.“

Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA

„Gut gefallen hat mir der intensive Austausch unter den Teilnehmern. Davon habe auch ich als Unternehmer profitiert. Das Internationale Marken-Kolloquium ist selbst zu einer Marke geworden.“

Helmut an de Meulen, Geschäftsführender Gesellschafter Materna GmbH

„Hochkarätige und hervorragende Redner aus der Marketingwissenschaft und -praxis. Es schafft einen fruchtbaren Austausch in erholsamer, angenehmer Atmosphäre.“

Prof. Dr. Frank Martin Belz, Technische Universität München

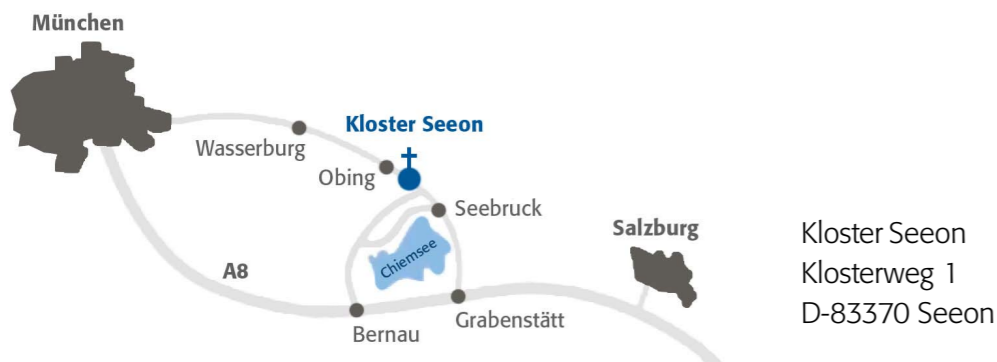
„Sehr gute Vorträge, professionelle Referenten und ein inspirierendes Umfeld.“

Sascha Gervers, Geschäftsführer Vertrieb Deutschland Storck Deutschland KG

„Ich schätze das Marken-Kolloquium sehr.“

Gabriele Nitz, Geschäftsführerin ESH GmbH

WO: KLOSTER SEEON IM CHIEMGAU



WER FÜR WEN: REFERENTEN & TEILNEHMER

Referenten

Jean-Claude Biver, Chairman of the Board Hublot SA, Nyon

Prof. h.c. Manfred Maus, Gründer, ehem. Vorsitzender des Vorstandes & Vorsitzender des Aufsichtsrates der OBI AG

Hartmut Jenner, Vorsitzender der Geschäftsführung Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Winnenden

Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamtes

Prof. Carl-Frank Westermann, Gründer & Geschäftsführer Wesound GmbH, Berlin

Dr. Dirk Reinsberg, Geschäftsleitung Marketing WWF Deutschland, Berlin

Peter J. Bachmann, Gründer & Inhaber Wirtschaftsberatung Signum Forte, Dortmund

Prof. Dr. Guido Quelle, Geschäftsführender Gesellschafter Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund

Zielgruppe

Das Internationale Marken-Kolloquium richtet sich an Entscheider über markenstrategische und marktaktische Fragen in Handel und Industrie sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich.

„Die idyllische Klosterumgebung und perfekte Organisation machen diese Veranstaltung zu einem echten Marken-Erlebnis. Meine Teilnahme 2012 gilt als fix.“

Dr. Wolfgang Frick, Leiter Marketing Spar-Gruppe Schweiz

„Impulsgeber und professionelle Plattform eines branchenübergreifenden Austausches.“

Clemens K. Krebs, Brand Management Bosch Sicherheitssysteme GmbH Corporate Marketing Communications

„Wertvolle Marken- und Marketing Erfahrung anderer Praktiker sowie die Möglichkeit der Bekanntschaft von hochkarätigen Persönlichkeiten.“

Rüdiger Behn, Geschäftsführer Waldemar Behn GmbH

„Mich hat vor allem der Austausch mit hochkarätigen Experten unterschiedlichster Fachrichtungen begeistert. Das Internationale Marken-Kolloquium ist für mich ein Ort, an dem ich einen Perspektivenwechsel erhalte – zum Nutzen in meinem eigenen Umfeld.“

Peter Diekmann, Nachhaltigkeitsstrategie Volkswagen AG

Außerdem erstmalig für Sie im Programm die Verleihung des 1. IMK-Awards.

MARKEN-INTENSIV-SEMINAR

Separat zu buchen

„Marke im Unternehmenskontext“

Donnerstag, 6. September 2012, 08.45 - 13.00 Uhr

- 08.45 - 09.00 Uhr Eröffnung des „Marken-Intensiv-Seminars“
- 09.00 - 10.30 Uhr **Peter J. Bachmann**, Gründer & Inhaber Wirtschaftsberatung Signum Forte, Dortmund
„Die Positionierung erweitern und die eigene Marke stärken: Der Aspekt der Nachhaltigkeit“
Vortrag & Diskussion
- 10.30 - 11.00 Uhr Pause
- 11.00 - 12.30 Uhr **Prof. Dr. Guido Quelle**, Geschäftsführender Gesellschafter Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund „Marke und Vertrieb – Zwei Welten prallen aufeinander“
Vortrag & Diskussion
- 12.30 - 13.00 Uhr Best Practices – Moderierte Diskussion
- 13.00 - 14.00 Uhr Mittagspause

Das Seminar empfiehlt sich als perfekter Einstieg zum 9. Internationalen Marken-Kolloquium. Nutzen Sie die Vorteilsbedingungen bis zum 30. Juni 2012.

9. INTERNATIONALES MARKEN-KOLLOQUIUM

„Marke als Wachstumsmotor“

Donnerstag, 6. September 2012, 13.00 - 17.30 Uhr

- 13.00 - 14.00 Uhr Empfang der Teilnehmer und Übergabe der Veranstaltungsdokumente
- 14.00 - 15.00 Uhr **Jean-Claude Biver**, Chairman of the Board Hublot SA, Nyon
„Hublot – Tradition und Moderne als Kern des Erfolgs“
- 15.00 - 16.00 Uhr **Prof. h.c. Manfred Maus**, Gründer, ehem. Vorsitzender des Vorstandes & ehem. Vorsitzender des Aufsichtsrates OBI AG
„Marke – Werte – Unternehmenskultur: Ein untrennbarer Dreiklang“
- 16.00 - 16.30 Uhr Pause
- 16.30 - 17.30 Uhr **Hartmut Jenner**, Vorsitzender der Geschäftsführung Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Winnenden „Kärcher – die Erfolgsfaktoren eines nachhaltigen Wachstums“
- 17.30 - 18.45 Uhr Überleitung zum Abendprogramm mit anschließender Pause
- 18.45 - 23.00 Uhr Festliches Dinner im Gutshof Ising mit gemeinsamer Hin- und Rückfahrt und der **Verleihung des 1. IMK-Awards** im Rahmen des Abendprogramms!

Freitag, 7. September 2012, 08.45 - 17.00 Uhr

- 08.45 - 09.00 Uhr Eröffnung des 2. Veranstaltungstages
- 09.00 - 10.00 Uhr **Prof. Dr. Guido Quelle**, Geschäftsführender Gesellschafter Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund „Die Marke als Wachstumsmotor: Der Treibstoff liegt im Hause“
- 10.00 - 11.00 Uhr **Andreas Mundt**, Präsident des Bundeskartellamtes
„Preis- und Markenpflege im Lichte des Wettbewerbsschutzes“
- 11.00 - 11.30 Uhr Pause
- 11.30 - 12.30 Uhr **Prof. Carl-Frank Westermann**, Gründer & Geschäftsführer Wesound GmbH, Berlin
„Marke auditiv – Wie Klang die Markenwahrnehmung prägt“
- 12.30 - 13.30 Uhr Mittagspause
- 13.30 - 15.15 Uhr **2 Breakout Sessions** zur individuellen Vertiefung mit anschließendem Résumé im Plenum
Wählen Sie: „Konsequente Markenführung durch beständige und wirtschaftlich optimierte Kommunikation“ oder „Nachhaltige Markenführung statt Beliebigkeit und Lifestyle – 10 Thesen zur differenzierungskräftigen Markenführung“
- 15.15 - 15.45 Uhr Pause
- 15.45 - 16.45 Uhr **Dr. Dirk Reinsberg**, Geschäftsleitung Marketing WWF Deutschland, Berlin
„Marke ohne Nachhaltigkeit: Können Sie sich das leisten?“
- 16.45 - 17.00 Uhr Offizieller Abschluss des 9. Internationalen Marken-Kolloquiums
- ab 17.00 Uhr Gemeinschaftlicher Ausklang im sommerlichen Rosengarten des Klosters!



© Sieglinde Aiblinger, Kloster Seeon

REFERENTEN UND FOKUSTHEMEN



Jean-Claude Biver

Chairman of the Board Hublot SA, Nyon

Hublot – Tradition und Moderne als Kern des Erfolgs

„Beides, der Kauf einer teuren Uhr oder eines Sportwagens, sind irrationale Entscheidungen. Diese Irrationalität ist das Schöne. Darin liegen unsere Träume und Wünsche begründet.“

(J. Philip Rathgen, So tickt Monsieur Hublot, In: Die schönsten Uhren der Welt, Supplement aus DIE WELT, März 2012, S. 24 - 26)



Prof. h.c. Manfred Maus

Gründer, ehem. Vorsitzender des Vorstandes & ehem. Vorsitzender des Aufsichtsrates OBI AG

Marke – Werte – Unternehmenskultur: Ein untrennbarer Dreiklang

„Menschen brauchen eine Vision, ein Ziel, etwas was realisierbar ist. Ich habe gesagt: „Es müsste eine Stelle geben, unter einem Dach alles einzukaufen, was die Kunden brauchen, um ihr Haus zu pflegen und es bedarf einer Marke – es gab keine Marke. Das war der Beginn.““

(Prof. h.c. Manfred Maus, Mandat Telekonferenz „Ethik: Wachstum und Verantwortung“ am 8. März 2010)



Hartmut Jenner

Vorsitzender der Geschäftsführung Alfred Kärcher GmbH & Co. KG, Winnenden

Kärcher – die Erfolgsfaktoren eines nachhaltigen Wachstums

*„Kärchern – etwas mit einem Hochdruckreiniger [...] reinigen.“
Vom Ingenieurbüro zum Weltmarktführer – wenn die eigene Marke zum Begriff wird.*

(Duden – Das neue Wörterbuch der Szenesprachen, 1. Auflage, Bibliographisches Institut, Mannheim, 2009)



Andreas Mundt

Präsident des Bundeskartellamtes

Preis- und Markenpflege im Lichte des Wettbewerbsschutzes

Freuen Sie sich auf den „Wächter des Wettbewerbs“ der wohl wichtigsten Instanz des Bundeswirtschaftsministeriums und überzeugen sie sich von seinen gelobten Redekünsten.

(Michael Bergius, Porträt Andreas Mundt - Wächter des Wettbewerbs, In: Frankfurter Rundschau Online, 12. Dezember 2009)



Prof. Carl-Frank Westermann

Gründer & Geschäftsführer Wesound GmbH, Berlin

Marke auditiv – Wie Klang die Markenwahrnehmung prägt

„Wenn Westermann dirigiert, wenn er die Geräusche des Alltags in didados und dideldeis übersetzt, spürt man schnell, dass es vor allem die Faszination der Klangwelten ist, die ihn antreibt.“

(Ileana Grabitz, Die hohe Kunst des guten Tons, In: Welt Online, 21. Mai 2011)



Dr. Dirk Reinsberg

Geschäftsleitung Marketing WWF Deutschland, Berlin

Marke ohne Nachhaltigkeit: Können Sie sich das leisten?

„Wirtschaft und Umwelt sind für den WWF keine Gegensätze“ Der Marketing-Mann der größten Naturschutzorganisation der Welt erklärt Ihnen, was es zu beachten gilt.

(Zusammenarbeit mit Unternehmen, In: www.wwf.de/zusammenarbeit-mit-unternehmen)



Peter J. Bachmann

Gründer & Inhaber Wirtschaftsberatung Signum Forte, Dortmund

Die Positionierung erweitern und die eigene Marke stärken:
Der Aspekt der Nachhaltigkeit

Der Nachhaltigkeitsexperte und Entwickler des Brand-Index für nachhaltige Markenführung ist bekannt für seinen „temperamentvollen und unterhaltsamen Redestil“. Er veranschaulicht, warum Marken „vererbungs-fähig“ geführt werden müssen.

(Der Brand-Index für nachhaltige Markenführung, In: www.signumforte.de/mca.html)



Prof. Dr. Guido Quelle

Geschäftsführender Gesellschafter Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund

Die Marke als Wachstumsmotor: Der Treibstoff liegt im Hause

„Wachstum ist unabdingbar und Dr. Quelle hat uns durch einen brillanten Vortrag neue Perspektiven gezeigt.“

(Dr. Dr. Peter Spary, geschäftsführendes Vorstandsmitglied Verein zur Förderung der Wettbewerbswirtschaft e. V.)

MANDAT – DIE WACHSTUMSTREIBER

Prof. Dr. Guido Quelle, „der Wachstumstreiber“ wird gleich zwei Vorträge halten: Mit den Teilnehmern des Marken-Intensiv-Seminars am Donnerstagvormittag wird Professor Quelle einige provokante Thesen zur (oft nicht förderlichen) Schnittstelle zwischen Marketing und Vertrieb diskutieren. Am Freitagvormittag können Sie mit Professor Quelle live in Ihr eigenes Unternehmen einsteigen, denn der Treibstoff für Ihr Wachstum liegt in Ihrem Hause.

Holger Kampshoff wird die Breakout Session „Nachhaltige Markenführung statt Beliebigkeit und Lifestyle – 10 Thesen zur differenzierungskräftigen Markenführung“ am frühen Freitagnachmittag begleitend moderieren. Dabei dürfen Sie sich darauf verlassen, dass er – wie es seine Art ist – die tatsächlichen Erfolgsfaktoren des dargestellten Falls sehr genau mit Ihnen herausarbeiten wird.

Fabian Woikowsky wird für Sie die Breakout Session „Konsequente Markenführung durch beständige und wirtschaftlich optimierte Kommunikation“ begleitend moderieren. Als Ökonom liegt ihm Präzision im Detail genauso am Herzen wie der übergeordnete Blick auf das Wesentliche, so dass Sie sich auf ein unterhaltsames Spannungsfeld und eine konkrete Diskussion mit anfassbaren Ergebnissen freuen können.

Linda Vollberg ist zwei Tage lang Ihre Moderatorin. Sie hat die Projektleitung des 9. Internationalen Marken-Kolloquiums inne und kennt sich mit der Veranstaltung, den Schwerpunktthemen und den Referenten aus, wie kein Zweiter. Unterhaltsam und lebendig wird sie uns durch das umfangreiche Programm führen.



von oben links nach unten rechts: Holger Kampshoff, Linda Vollberg, Prof. Dr. Guido Quelle, Katja Weckeck, Fabian Woikowsky, Nadine Müller, Kerstin Scupin

Nadine Müller, Kerstin Scupin und **Katja Weckeck** werden Sie in allen organisatorischen Belangen unterstützen. Treffen werden Sie die drei Mandat-Assistentinnen spätestens im Registrierungsbüro und bei unserem Büchertisch. Sie werden Ihnen Ihre Veranstaltungsdokumente überreichen und Ihnen helfen, Ihren Platz bei unserem festlichen Dinner am Donnerstagabend zu finden. Welche Organisationsfragen Sie auch haben: Nadine Müller, Kerstin Scupin und Katja Weckeck werden mit Ihnen eine Antwort finden.

Das komplette Mandat-Team freut sich auf eine begeisterte Veranstaltung und einen gemeinsamen Erfolg im Kloster Seeon mit Ihnen! Nutzen Sie die Marke als Wachstumsmotor für sich und Ihr Unternehmen!

„Eine Veranstaltung von Profis für Profis.“

Dr. Ulrich Girsch, Senior Vice President ASK Chemicals GmbH

IHRE ANMELDUNG SENDEN SIE BITTE AN

Frau Kerstin Scupin
Mandat Managementberatung GmbH
Emil-Figge-Straße 80
D-44227 Dortmund
T: +49 231 9742-390
F: +49 231 9742-389
e: kerstin.scupin@mandat.de

Veranstaltungsadresse
Kloster Seeon
Klosterweg 1
D-83370 Seeon
T: +49 8624 897-0
www.kloster-seeon.de

Anmeldebedingungen

Anmeldungen erbitten wir schriftlich per Fax, Post oder E-Mail. Falls Sie sich nicht für die Zahlungsweise per Kreditkarte entschieden haben, überweisen Sie bitte den Seminarbeitrag direkt nach Rechnungserhalt, um sich so Ihre Platzreservierung zu sichern. Wegen der limitierten Teilnehmerzahl behalten wir uns vor, Anmeldungen nicht anzunehmen. Im Preis inbegriffen sind Mittags- und Pausenverpflegungen, Kaffee, Tee und Erfrischungsgetränke, ein festliches Abendessen im Gutshof Ising inkl. Transport zum Gutshof Ising und zurück sowie die Seminardokumentation auf CD.

Umbuchungen und Stornierungen

Umbuchungen auf eine Ersatzperson sind kostenfrei möglich. Möchten Sie von Ihrer verbindlichen Anmeldung zurücktreten, teilen Sie uns dies bitte schriftlich mit. Ihnen werden 75 Prozent der Teilnehmergebühr bis zum 30. Juni 2012 und 50 Prozent der Teilnehmergebühr bis zum 31. Juli 2012 erstattet. Alternativ haben Sie die Möglichkeit, Ihr gezahltes Guthaben für die Teilnahme am 10. Internationalen Marken-Kolloquium am 12. und 13. September 2013 stehen zu lassen.

Hotel

Mit der Hotelbuchung über Mandat werden Sie unmittelbarer Vertragspartner des Hotels. Bei Nichtinanspruchnahme des bestellten Zimmers ist das Hotel berechtigt, eine Leerbettgebühr zu berechnen.

Haftung

Jeder Teilnehmer trägt durch seine freiwillige Teilnahme die volle Verantwortung für sich selbst und seine Handlungen innerhalb und außerhalb des Kolloquiums. Er kommt für die durch ihn verursachten Schäden selbst auf und stellt den Seminarveranstalter von allen Haftungs- und Schadensersatzansprüchen frei. Dem Veranstalter ist es vorbehalten, auch kurzfristig ohne besondere Ankündigung Änderungen am Programm vorzunehmen, ohne dass dies eine Leistungsminderung darstellt.

Garderobe

Für das Marken-Intensiv-Seminar und das Internationale Marken-Kolloquium empfehlen wir Business-Kleidung. Im Rahmen des festlichen Abendessens empfehlen wir einen smart-casual Kleidungsstil.

Seminartelefon

Während des Internationalen Marken-Kolloquiums können Nachrichten entgegengenommen werden:
Seminartelefon: +49 8624 897-507 und +49 8624 897-503 oder über die Hotel-Rezeption des Klosters.

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, dass meine persönlichen Daten gemäß den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (§ 3 BDSG) elektronisch gespeichert werden. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht. Des Weiteren bin ich mit dem Abdruck meiner persönlichen Daten im Teilnehmerverzeichnis einverstanden.

ANMELDUNG

ICH MÖCHTE TEILNEHMEN AM

- Marken-Intensiv-Seminar (MIS) „Marke im Unternehmenskontext“ am 06.09.12 von 8.45 Uhr bis 13.00 Uhr
- 9. Internationalen Marken-Kolloquium (IMK), vom 06.09.12, 13.00 Uhr bis zum 07.09.12, 17.00 Uhr

ICH MÖCHTE EINEN DER FOLGENDEN VORTEILE NUTZEN (Ein Vorteil pro Person, nicht miteinander kombinierbar.)

- Ich bin ehemaliger Teilnehmer des Internationalen Marken-Kolloquiums
- Meine Firma ist Mitglied / Ich bin Mitglied (Vorteil: abzgl. EUR 100,-)
 - des Markenverbandes e.V. (MV)
 - des Bundesverbandes der obst-, gemüse-, kartoffelverarbeitenden Industrie e.V. (BOGK)
 - des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbandes (SWA-ASA)
 - der Gesellschaft für Marketing (GfM)
 - des Österreichischen Verbandes der Markenartikelindustrie (MAV)

		Anmeldung und Zahlung (Preise in EUR zzgl. 19 % gesetzlicher MwSt.):		
		bis zum 30.06.2012	bis zum 31.07.2012	ab dem 01.08.2012
Ehemalige Teilnehmer „IMK-Alumni“	IMK	1.350,-	1.450,-	1.750,-
	MIS	450,-	500,-	600,-
Erst-Teilnehmer 2012	IMK	1.450,-	1.540,-	1.750,-
	MIS	500,-	540,-	600,-

Die Zahlung kann auf Rechnung oder per Kreditkarte erfolgen. Jeder weitere Teilnehmer der selben Firma erhält 25 % Nachlass auf die spezifische Teilnehmergebühr des Erstanmelders.

- Ich möchte eine Begleitperson zum festlichen Dinner am 06.09.12 zum Preis von EUR 100,- zzgl. 19 % MwSt. anmelden.

BITTE RESERVIEREN SIE EIN ZIMMER IM KLOSTER SEEON FÜR MICH

- Mittwoch, 5. September bis Freitag, 7. September 2012
- Donnerstag, 6. September bis Freitag, 7. September 2012
- Anzahl: _____ Einzelzimmer: EUR 71,-
- Anzahl: _____ Doppelzimmer: EUR 115,-

Sollte das Zimmerkontingent im Kloster Seeon erschöpft sein, reservieren wir gerne ein Zimmer in einem nahegelegenen Hotel für Sie.

Die Hotelrechnung begleichen Sie bitte direkt bei Abreise vor Ort.

KONTAKTDATEN

Unternehmen

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Vor-/Nachname

Funktion/Bereich

Telefon

E-Mail

Datum, Unterschrift

ZAHLWEISE

- auf Rechnung

- per Kreditkarte

Vor-/Nachname Kreditkarteninhaber

Kreditkartentyp

Kreditkartennummer

Sicherheitsnummer

Gültigkeit

Datum, Unterschrift