

# Social Media im Unternehmen

2. und 3. Mai 2011 | Sofitel Munich Bayerpost

Jetzt anmelden und  
Frühbucherpreis sichern!  
[www.conferencegroup.de/smu11](http://www.conferencegroup.de/smu11)

**Social Media nach dem Hype –**  
Welchen Nutzen können Unternehmen wirklich daraus ziehen?

**Im Fokus: Social Media Recruiting –** Erfolgreiches Personalmarketing im Web 2.0

### Themenschwerpunkte:

- **Vom Hype zur Wertschöpfung** – Eine realistische Betrachtung von „Social Media“ für Unternehmen
- **In welchen Unternehmensbereichen wird Social Media zukünftig eine Rolle spielen?**
- **Was sind die gigantischen Chancen, was die Risiken?**
- **Social Media Governance** – Worauf müssen Sie achten?
- **Enterprise 2.0** – Soziale Medien und die Unternehmenskultur
- **Social Media Guidelines** – Notwendiger Inhalt und rechtssichere Ausgestaltung
- **Sichere Kommunikation nach außen** – Wie stellen Sie sicher, dass keine brisanten Geschäftsgeheimnisse nach außen getragen werden?
- **Social Media und Recht** – Rechtssichere Gestaltung von Social Media-Inhalten
- **Social Media Strategie** – Kriterien, Risiken, Umsetzung
- **Was tun, wenn alles schief läuft** – Online Reputation Management

**Hören Sie 11 Praxisberichte  
aus führenden Unternehmen!**

### Fokus Personal 2.0:

- Social Media als HR-Instrument
- Social Media Strategien zur Mitarbeitergewinnung
- Wie Sie gerade in Zeiten von Vollbeschäftigung mit Social Media Recruiting erstaunliche Erfolge erzielen können!
- Employer Branding – Arbeitgeber attraktiv positionieren und präsentieren im Social Web
- Aktive und passive Rekrutierung
- Personalmarketing 2.0

### Es referieren und diskutieren:



**Dr. Axel Frhr. von dem Bussche**  
Taylor Wessing



**Alexander Felsenberg**



**Dr. Birte Keppler**  
Diem & Partner



**Arne Klempert**  
Fleishman Hillard  
Germany



**Ergin Iyilikci**  
Scout24-Gruppe



**Mirko Lange**  
talkabout  
communications



**Thomas Schwenke**  
SCHWENKE &  
DRAMBURG



**Thomas Mickleit**  
Microsoft



**Judith Charles**  
Bertelsmann



**Thomas Siegner**  
cirquent  
NTT DATA Group



**Sven Kollmenter**  
Deutsche Telekom



**Bernd Schmitz**  
Bayer Business  
Services



**Denis Staskewitsch**  
CareerBuilder Germany



**Robindro Ullah**  
Deutsche Bahn



**Dr. Andreas Imping**  
Osborne Clarke



**Dr. Carsten Ulbricht**  
Diem & Partner



**Olaf Dierich**  
relexa hotel Bellevue



**Dr. Georg Kolb**  
direktzu



**Davis Nelles**  
Virtual Identity



**Albert Pusch**  
Omikron Data Quality



**Dominik Sobotka**  
Travel Charme  
Hotels & Resorts



**Miranda Meier**  
Estrel Berlin



**Dr. Nico Rose**  
Bertelsmann

### Veranstalter:

**the conference group**  
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der  
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

### Mit freundlicher Unterstützung von:

**HORIZONT**  
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

**Betriebs  
Berater** Besser  
Beraten

**Kommunikation  
& Recht**

### Medienpartner:

**Social Media** Magazin

## 1. Kongresstag: Montag, 2. Mai 2011

**Moderation und Vorsitz: Dr. Carsten Ulbricht**, Diem & Partner, Stuttgart

**9.00 - 9.10**

**Begrüßung und Einführung**

### Social Media: Fakten und Erfahrungen

**9.10 - 9.45**

**Vom Hype zur Wertschöpfung: „Social Media“ und der Faktor Mensch**

- Was „Social Media“ für Unternehmen bedeuten kann – Jenseits des Hypes
- Was „Erfolg“ beim Einsatz von „Social Media“ ist – Jenseits von Tools
- Viralität oder Nähe – Was unterscheidet das „Social Web“ vom „Internet“?
- Wie Sie systematisch eine Social Media Strategie für Ihr Unternehmen entwickeln – Jenseits von der Jagd nach dem Buzz

**Mirko Lange**, Geschäftsführer, talkabout communications gmbh, München

**9.45 - 10.15**

**Die richtige Social Media Strategie**

- Welche Abteilungen sind betroffen: Wer verantwortet was
- Handlungsszenarien: Eigene Abteilung, Integration in bestehende Abteilungen oder Auslagerung
- Führung und Koordination von Social Media im Unternehmen
- Verankerung und Aufbau der Maßnahmen im Unternehmen
- Kontroll- und Innovationsprozess festlegen
- Einführungsszenarien

**Alexander Felsenberg**, Corporate-, Business-Development & Kommunikation, Düsseldorf

**10.15 - 10.30** **Diskussionsforum**

**10.30 - 11.00** **Kommunikations- und Kaffeepause**

### Enterprise 2.0

**11.00 - 11.30**

**Best Practice:**

**Keine Angst vor Social Media**

- Organisation im Unternehmen: Wer ist verantwortlich für Social Media?
- Beispiel Scout24: Kampagne, Touchpoints oder eigene Community?
- Social Media Guideline: Unterstützende Maßnahme oder einschneidendes Verbot?

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

**11.30 - 12.00**

**Enterprise 2.0 – Soziale Medien innerhalb des Unternehmens**

- Einsatz von Wikis, Blogs und Social Networks im Unternehmen
- Neue Formen der Zusammenarbeit zwischen Struktur und Chaos
- Den technischen und kulturellen Wandel erfolgreich gestalten

**Arne Klempert**, Director Digital, Fleishman Hillard Germany, Frankfurt am Main

**12.00 - 12.30**

**Best Practice:**

**Vom Mitmachen zur Strategie**

- Wie organisiere ich Social Media im Unternehmen?
- Welche Plattformen eignen sich?
- Wie messe ich den Erfolg?

**Thomas Mickleit**, Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Microsoft AG, München

**12.30 - 13.00** **Diskussionsforum**

**13.00 - 14.30** **Gemeinsames Mittagessen**

### Social Media und Recht

**14.30 - 15.00**

**Social Media, Marketing & Recht – Chancen und Risiken für Unternehmen**

- Der gesetzliche Rahmen
- Urheber-, wettbewerbsrechtliche und datenschutzrechtliche Implikationen
- Social Software im Intranet
- Risikomanagement im Social Web

**Dr. Carsten Ulbricht**, Partner, Diem & Partner, Stuttgart

**15.00 - 15.30**

**Rechtsfallen bei der Nutzung von Facebook**

- Facebook-Nutzungsbedingungen & Richtlinien - Die umfangreiche Hausordnung von Facebook
- Einschränkungen für kommerzielle Kommunikation - Persönliche Profile vs. Seiten
- Impressum auf Facebook platzieren
- Richtlinien für Seitennamen
- Werberichtlinien
- Gewinnspiele und Wettbewerbe auf Facebook
- Direktmarketing auf Facebook - Werbung per Messaging und Pinnwandkommentare
- Verdecktes (Guerilla-) Marketing
- Nutzung der Marke Facebook und der Logos
- Social Plugins „Like-Button“ und der Datenschutz
- Facebooks Recht an den Inhalten der Mitglieder

**Thomas Schwenke**, Rechtsanwalt, SCHWENKE & DRAMBURG, Berlin

**15.30 - 16.00**

**Arbeitsrecht 2.0:**

**Vorteile von sozialen Netzwerken nutzen – Gefahren begrenzen**

- Abgrenzung privat/dienstlich
- Ist das Arbeitsrecht noch zeitgemäß?
- Regelungsmöglichkeiten?
- Gefahrenherd Mitarbeiter?
- Social Media Guidelines
- Praxisbeispiele und deren rechtliche Folgen

**Dr. Birte Keppler**, Fachanwältin für Arbeitsrecht, Diem & Partner, Stuttgart

**16.00 - 16.30**

**Best Practice:**

**Social Media Guidelines: Wie „social“ dürfen Mitarbeiter bei Facebook, XING, Twitter & Co. sein?**

- Warum sind Leitplanken im Umgang mit Social Media sinnvoll?
- Welche Punkte sollten Guidelines umfassen?
- Vorstellung von Ansätzen zur Implementierung von Guidelines im Unternehmen

**Miranda Meier**, Pressesprecherin, Estrel Berlin

**Olaf Dierich**, General Manager, relexa hotel Bellevue Hamburg

**Dominik Sobotka**, Leiter Online Marketing & CRM, Travel Charme Hotels & Resorts, Berlin

**16.30 - 17.00** **Kommunikations- und Kaffeepause**

**17.00 - 17.30**

**Überwachung von Social Networks im Unternehmen**

- Risiken der Nutzung von Social Networks
- Überwachungsmöglichkeiten
- Rechtliche Grenzen der Überwachung
- Beteiligungsrechte des Betriebsrats
- Haftung und Sanktionen

**Dr. Axel Frhr. von dem Bussche**, LL.M. (L.S.E.), Partner, Taylor Wessing, Hamburg

### Social Media in der Krise

**17.30 - 18.00**

**Krisenkommunikation in Social Media – mehr Antizipation als Reaktion**

- Umgang mit den öffentlichen Dialogschnittstellen
- Vorbereitung als Schlüssel zur richtigen Reaktion im Falle eines Shitstorms
- Präventive Definition von Prozessen, Schnittstellen in der Unternehmensorganisation

**Davis Nelles**, Head of Corporate Communications & Consultant, Virtual Identify AG, München

**18.00 - 18.15** **Diskussionsforum**

**18.15** **Abschluss des 1. Kongresstages und Sektempfang**

## 2. Kongresstag: Dienstag, 3. Mai 2011

Moderation und Vorsitz: **Thomas Siegner**, cirquent | NTT DATA Group

### Social Media verändert die Unternehmen und ihr Marketing!

**9.00 - 9.30**

#### Many-to-One-Kommunikation – Wie die neue Feedback-Kultur unternehmensfähig wird

- Soziale Medien haben eine neue Feedback-Kultur hervorgebracht
- Wie kann sie unternehmensfähig gemacht werden?
- Effizienz und Relevanz als Schlüsselfragen
- Das neue Format der Many-to-One-Kommunikation
- Beispiele aus der Praxis

**Dr. Georg Kolb**, Business Director, Mitglied der Geschäftsleitung direktzu GmbH, Berlin

**9.30 - 10.00**

**Best Practice:**

#### Social Media Strategie – Vom Inhalt zur Brand Community

- In 3 Projektschritten zum Social Media Erfolg
- Konzept beta: Es ist niemals perfekt
- Wachstum: Konsumenten in Fans verwandeln

**Albert Pusch**, Head of Marketing, Omikron Data Quality GmbH, Mitgründer und Autor von socialmedia-blog.de, Pforzheim

### Social Media Tools und HR

**10.00 - 10.30**

#### Der gläserne Bewerber – Datensammlung des Arbeitgebers im Web 2.0

- Das Internet als Bewerberdatenbank für Arbeitgeber?
- Rechtsgrundlagen der Datenerhebung
- Zugriff auf vom Bewerber eingestellte Daten
- Von Dritten ins Netz eingestellte Daten
- Recherche in sozialen Netzwerken
- Einwilligung des Bewerbers?

**Dr. Andreas Imping**, Rechtsanwalt und FArbR, Osborne Clarke, Köln

**10.30 - 11.00 Kommunikations- und Kaffeepause**

**11.00 - 11.30**

**Best Practice:**

#### Employer Branding - Between Make and Fake

- Definition Employer Branding
- Mitarbeiter als Markenbotschafter
- Wie „ticken“ die Bewerber 2.0?

**Thomas Siegner**, Markenführung und Kommunikation, Mitglied der Geschäftsleitung, cirquent | NTT DATA Group, München

**11.30 - 12.00**

**Best Practice:**

#### Recruiting im Social Web bei Bertelsmann

**Dr. Nico Rose**, Director Corporate Management Development, Bertelsmann AG, Gütersloh

**12.00 - 12.30**

**Best Practice:**

#### Personalmarketing 2.0 – Von der one-way Kommunikation zur Partizipation

- Imagewandel und Enterprise 2.0
- Social Media im Personalmarketing der Deutschen Telekom
- Projekt „Your Ideal“

**Sven Kollmenter**, Senior Referent Personalmarketing, Deutsche Telekom AG, Darmstadt

**12.30 - 12.45** **Diskussionsforum**

**12.45 - 14.00** **Gemeinsames Mittagessen**

### Erfahrungsaustausch: Aktives Recruiting mit Social Media

**14.00 - 14.30**

**Best Practice:**

#### Personalmarketing und Recruiting mit Facebook

- Überblick Facebook im Personalmarketing
- Ziele auf Facebook
- Fangengewinnung auf Facebook
- Erfolgsmessung
- Q&A

**Denis Staskewitsch**, Senior Key Account Manager, CareerBuilder Germany GmbH, Frankfurt am Main

**14.30 - 15.00**

**Best Practice:**

#### Social Media bei Bayer im Personalmarketing.

- Zwei Jahre mit Facebook & Co. – Innovationen im Social Web mit Gaming wie Fliplife

**Bernd Schmitz**, University & Talent Relations Bayer, Bayer Business Services GmbH, Leverkusen

**15.00 - 15.30**

**Best Practice:**

#### Agieren statt abwarten: Social Recruiting im Business Netzwerk XING

- Bedeutung des Social Recruiting für die Personalabteilungen
- Tools zur aktiven und passiven Ansprache
- Möglichkeiten des Employer Branding auf XING
- Im Dialog mit der Community: Betreiben von professionellen Gruppen

**Stefan Schmidt-Grell**, Director Product Marketing, Xing AG, Hamburg

**15.30 - 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause**

**16.00 - 16.30**

**Best Practice:**

#### Personalmarketing und Recruiting via Twitter & Co.

- Praxisbeispiel Deutsche Bahn
- Zusammenspiel verschiedener Netzwerke
- Social Media Personalmarketingstrategie
- Welcher Netzwerk-Mix passt zu unserem Unternehmen?

**Robindro Ullah**, Leiter ZusatzServices, DB Services Nordost GmbH, Berlin

**16.30 - 17.00** **Abschließende Diskussion**

#### Social Media in der Personalpraxis: Pro und Con – Wo geht die Reise hin?

**Es diskutieren:**

**Robindro Ullah**, Leiter ZusatzServices, DB Services Nordost GmbH, Berlin

**Stefan Schmidt-Grell**, Director Product Marketing, Xing AG

**Bernd Schmitz**, Bayer AG

**Sven Kollmenter**, Deutsche Telekom AG

**Judith Charles**, medienfabrik Gütersloh

**Dr. Nico Rose**, Bertelsmann AG

**Moderation:** Thomas Siegner

**17.00** **Ende des Kongresses „Social Media im Unternehmen 2011“**

### Parallel zum Plenum

Vertiefen Sie Ihr Wissen zu folgenden Spezialthemen parallel zum Plenum in Masterclasses:

**9.30 - 10.30**

#### Masterclass Facebook und HR

**Denis Staskewitsch**,

Senior Key Account Manager, CareerBuilder Germany GmbH

**10.30 - 11.00** **Kommunikations- und Kaffeepause**

**11.00 - 12.00**

#### Karrierewebsite – Antiquiert oder wichtiger denn je?

- Veränderte Rolle der Karrierewebsite durch stetigen technologischen Fortschritt
- Abgleich von Angebot der Unternehmen und Erwartungen der Bewerber Interaktion versus Information

**Judith Charles**,

Director Employer Branding, medienfabrik Gütersloh

## Sehr geehrte Damen und Herren,

Social Media Plattformen gehören zu den wichtigsten Kommunikationskanälen. Sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Verkehr werden Kontakte und Empfehlungen über Netzwerke und Communities ausgetauscht und immer mehr Menschen nehmen weltweit an der (Echtzeit-)Kommunikation und sozialen Interaktion teil. Die Nutzung dieser Medien für Unternehmenszwecke ist komplex und unterliegt schnellen Veränderungen. Was heute nur Insider kennen, verändert morgen Märkte. Diese Entwicklung zwingt nicht nur zum Umdenken. Sie setzt auch ständig aktualisiertes Wissen voraus, um die rechtzeitige Anpassung der Unternehmensaktivitäten sicherstellen zu können.

Ansätze und Strategien für die Personalgewinnung im Web 2.0 stehen im Mittelpunkt des Kongresses „Social Media im Unternehmen 2011“. Die Karriereseiten der Unternehmen sind die Anlaufstelle für Stellensuchende. Hier gewinnen potenzielle Bewerber mehr als nur einen ersten Eindruck. Unternehmen haben die Chance, sich selbst optimal zu präsentieren und die Zielgruppen gemäß Ihrer Informationsbedürfnisse abzuholen. Auf der einen Seite muss dieser Auftritt Image transportieren – auf der anderen Seite aber auch authentisch, lebendig und dynamisch sein. Denn wer heute im Internet in Sachen Karriere auf Informationssuche ist, gibt sich nicht mehr mit statischen, vorkonfektionierten Inhalten zufrieden. Die Gratwanderung zwischen geplanter und offener Kommunikation wagen immer mehr Unternehmen.

Denn für Recruiting und Employer Branding mit Social Media Plattformen gilt: Mehr Möglichkeiten, mehr Verantwortung – und mehr Chancen als jemals zuvor.

Gleichzeitig stellen soziale Netzwerke und Web 2.0 Anwendungen wie Facebook und Twitter andere Anforderungen an das Personalmarketing als Onlinestellenbörsen oder Printmedien und verändern so das Berufsbild des Recruiters. Dabei erscheint die Anwendung neuer Technologien nicht nur als Chance, sondern wird für Unternehmen, die auch zukünftig gut ausgebildete Fachkräfte benötigen, zum absoluten Muss. Entwickeln Sie daher eine rechtssichere Social Media Strategie für Ihr Unternehmen, die die Chancen nutzt aber die Risiken minimiert!

Wir freuen uns, Sie in München begrüßen zu dürfen!

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Erhard Böst  
Geschäftsführer, The Conference Group GmbH

### Was Sie von dem Jahreskongress

#### „Social Media im Unternehmen 2011“ erwarten dürfen:

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über Einsatzmöglichkeiten von Social Media im Unternehmen, über rechtliche Fallstricke und mögliche Strategien. Lernen Sie, rechtliche Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu analysieren und zu eliminieren! Loten Sie die noch bestehenden Möglichkeiten aus und umgehen Sie Haftungsfallen!

#### Wen Sie auf dem Kongress treffen werden:

Das Thema ist interessant für Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen:

- **Recht** • **Human Resources** • **Datenschutzbeauftragte**
- **Marketing/Vertrieb** • **Werbung/Multimedia** • **Öffentlichkeitsarbeit/PR**
- **Unternehmenskommunikation** • **IT Management**

Angesprochen sind auch interessierte Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung, sowie Mitarbeiter aus Werbeagenturen/Multimediaagenturen/PR-Agenturen und Kanzleien sowie externe Datenschutzbeauftragte.

#### Gute Gründe, diese Tagung nicht zu verpassen:

- Social Media wird in die Unternehmen einziehen und die interne und externe Kommunikation verändern
- Sie lernen alles über die wichtigsten Social Media Tools und die Einsetzbarkeit im Unternehmen für die verschiedenen Abteilungen
- Social Media birgt Rechts- und Haftungsfallen – eliminieren Sie die Risiken
- Erarbeiten Sie sich Ihre eigene Social Media Strategie

## Fax-Anmeldung: 0 69/75 95 30 20

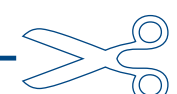
**Ja**, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum Kongress **Social Media im Unternehmen** am 2. und 3. Mai 2011 in München an. Der Teilnahmepreis beträgt 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

**Ja**, hiermit melde ich mich an als **Teilnehmer aus dem öffentlichen Dienst** zum Sonderpreis von 790,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

**Ja**, wir sind an der Teilnahme als Aussteller an der begleitenden Fachausstellung interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro (zzgl. MwSt.). (199,- Euro zzgl. MwSt. für Studenten)

**Sonderaktion für „Schnellentscheider“:** Wenn Ihre Anmeldung bis zum **1. April 2011** bei uns eingeht, erhalten Sie einen **Frühbucherrabatt** in Höhe von **100,- Euro** auf die Kongressgebühr.



**- 15 %**

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1. Name	2. Name	3. Name
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Vorname	Vorname	Vorname
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Position	Position	Position
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Firma	Firma	Firma
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Straße   Hausnummer	Straße   Hausnummer	Straße   Hausnummer
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
PLZ   Ort	PLZ   Ort	PLZ   Ort
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefon   Fax	Telefon   Fax	Telefon   Fax
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*	E-Mail-Adresse*
<input type="text"/>		
Datum   Unterschrift   Firmenstempel		

#### So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH,  
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main  
per Telefon: 0 69 / 75 95 30 24  
per Telefax: 0 69 / 75 95 30 20  
per E-Mail: info@conferencegroup.de  
per Internet: [www.conferencegroup.de](http://www.conferencegroup.de)

#### Termin und Ort:

2. und 3. Mai 2011  
Sofitel Munich Bayerpost  
Bayerstrasse 12, 80335 München  
Telefon: 089 / 59948 3000  
Fax: 089 / 59948 2000  
Zimmerpreis EZ: 199,- € inkl. MwSt. (inkl. Frühstück)  
E-Mail: h5413-Re1@sofitel.com  
Internet: [www.sofitel.com](http://www.sofitel.com)

#### Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongress-Teilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Social Media im Unternehmen 2011“ vor.

#### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die reguläre Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.) pro Person. Teilnehmer aus dem öffentlichen Dienst erhalten einen Sonderpreis von 790,- (zzgl. MwSt.) pro Person. Bei Anmeldungen bis zum 1. April 2011 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 100,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine

Anmeldebestätigung und die Rechnung per Post. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt.) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

#### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.