



# Trendtage Convenience 2008

Die Branchenplattform für Handel, Gastronomie, Lebensmittel- und Zulieferindustrie

## 18. November Convenience Retailing

- Convenience Retail – der Schweizer Markt im internationalen Benchmark
- Foodservice-Angebote auf kleinster Fläche – BPs Europa Projekt
- Effizienz- und Kompetenzsteigerungen im Tankstellenshop am Beispiel von Esso
- Neue C-Channels, Sortimente und Dienstleistungen: Praxisberichte von Feldschlösschen, Subway und der Bäckereikette Sutter Begg
- Convenience im Einkaufs- und Konsumprozess – neueste Forschungsergebnisse
- Hightech auf der Kleinfläche der Zukunft

**Special:** Customer Focus Group Diskussion mit sorgfältig rekrutierten Konsumenten – vom urbanen Trendsetter bis hin zum rüstigen Rentner

**+ exklusiver Blog:** 20 professionell ausgewählte Konsumenten dokumentieren ihre Erfahrungen, Bedürfnisse und Vorlieben beim Convenience Shopping

## 19. November Convenience Food

- Consumer Trends und Convenience Potenziale
- What's hot: Internationale Produkte-Trends im Convenience-Segment
- Tiefkühlsortiment – Quo Vadis?
- Fresh Cut Convenience – Added Value durch starke Marken
- Einfach gesund? Convenience-Lösungen für gesundheitsorientierte Konsumenten – Praxisberichte von Nestlé und dietplus®
- Kooperative Sortimentsentwicklung im Ready Meal Segment: Erfolgsstory Noon Products

### + Intensiv-Workshop, 20. November:

Convenience managen – Produktinnovation, Vermarktung und Handling am POS, Vorteile für Industrie, Handel und Verbraucher

Medienpartner:

**Alimenta**  
Fachzeitschrift für die  
Lebensmittelwirtschaft  
[www.alimentaonline.ch](http://www.alimentaonline.ch)

**HANDEL  
HEUTE**  
die Zeitschrift für den Einzelhandel

**REGAL**  
Verlagsgesellschaft

# Mental Convenience und Qualitäts-Boost

Sieben Tage die Woche einkaufen, lange Öffnungszeiten – das ist keine Seltenheit mehr in der schweizerischen und europäischen Handelslandschaft. Die Verfügbarkeit von Convenience-Channels ist für Kunden selbstverständlich geworden, nicht jedoch der stressfreie Einkauf in diesen Formaten.

Auf «Mental Convenience» liegt deshalb heute der Entwicklungsfokus. Das Ziel: den Einkauf für die Kunden stressreduzierter und einfacher zu gestalten. Flächenplanung, Ladeninfrastruktur und neue POS-Technologien wie In-Store-Kommunikation, -Navigation oder Schnellkassen stehen ganz oben auf der Agenda der Formatentwickler. Allerdings ist nur das convenient, was vom Kunden tatsächlich als Erleichterung wahrgenommen wird. Zur Erhebung dieser wichtigen Consumer-Insights heften sich die Trendtage Convenience an die Fersen der Convenience-Kunden – exklusiv mit einem Kundenblog ab Mai 08 und einer Podiumsdiskussion während der Konferenz.

Im Regal scheint der Wettbewerb im Convenience-Segment zugunsten von Chilled Food entschieden zu sein. Ist dem wirklich so? Wo liegen dennoch Stärken von Frozen Food? Und was sind die Erfolgsfaktoren im Chilled Segment? Beide Technologien sollen das Bedürfnis nach gesunder schneller Ernährung befriedigen. Das Thema ist beileibe nicht neu. Die Umsetzung gemäss den Kundenwünschen wird jedoch immer komplexer. Gesundheit, Geschmack, Lifestyle und Ästhetik, saubere Rohstoffe und schnelle Zubereitung müssen in bezahlbare, gut präsentierbare und energieeffizient zu verkaufende Produktkonzepte hineingepackt werden. Das verlangt nach innovativen Produkten und neuen Angebotsformen. Inputs und Beispiele dazu präsentieren die Trendtage Convenience 2008.

## Smartes Wissen zu komplexen Themen convenient präsentiert

Produktinnovationen und neue Shop-Konzepte sind der Wachstumsmotor der Branche. Als führende Branchenplattform bringt die Jahrestagung «Trendtage Convenience» daher bereits zum siebten Mal die wichtigsten Exponenten des Convenience Marktes zusammen. Alle relevanten Marktteilnehmer kommen zu Wort – Handel, Gastronomie, Lebensmittelproduzenten und Branchenexperten – und diskutieren innovative Convenience-Formate, neue Geschäftsfelder, spannende Verkaufsförderungsmassnahmen und Produktrends aus dem In- und Ausland.

### Zielpublikum:

- Geschäftsführer und Führungskräfte aus
- Einzelhandel und Grosshandel
  - Lebensmittelindustrie und Zulieferbetrieben
  - Mineralölgesellschaften
  - Gastronomie, Catering- und Delivery-Unternehmen
  - Bäckerei- und Metzgereibetrieben

sowie Leiter der Abteilungen

- Unternehmensentwicklung und New Channels
- Tankstelle und Convenience
- Einkauf und Vertrieb
- Category Management
- Produkt-Management
- Marketing

### Info-Telefon +41-43-444 78 69

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?  
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

**Paul Cuska**  
(Project Manager)



**Fabienne Borcard**  
(Project Coordinator)



E-Mail: [fabienne.borcard@euroforum.ch](mailto:fabienne.borcard@euroforum.ch)

## Referentinnen und Referenten



**Dr. Gabriel Barell,**  
Geschäftsführer, Sutter AG.



**Henryk Chudzia,**  
Geschäftsführer, Retail Operating Company  
Schweiz GmbH, ExxonMobil.



**Lars Feldmann,**  
Inhaber und Partner, b&f concepts GmbH.



**David Flower,**  
Commercial Director, Noon Products Ltd.



**Prof. Dr. Ferdinand Haschke,**  
Vice President, Nestlé Nutrition.



**Markus Heiniger,**  
Leiter KAM-Gruppe Detailhandel,  
Feldschlösschen Getränke AG.



**Alfred Jöchtl,**  
Geschäftsführer, DIET PLUS GmbH.



**Corinna Koch,**  
European Format Advisor, BP International Ltd.



**Matthias Mertens,**  
Leiter Marketing,  
apetito convenience GmbH & Co. KG.



**Alain Messerli,**  
Geschäftsführer, Concept Zürich.



**Prof. Dr. Sabine Möller,**  
Lekkerland Stiftungsprofessur für Convenience &  
Marketing, European Business School (EBS).



**Daniel Ochs,**  
Redakteur IT und Logistik, Lebensmittel Zeitung.



**Carla Ogeia,**  
Trends & Innovation Consultant,  
Mintel International Group.



**Norbert Richter,**  
Director Fresh Convenience Central Europe,  
Chiquita Brands International.



**Matthias Rolle,**  
Business Development Manager, NatureWorks BV.



**Prof. Dr. Hendrik Schröder,**  
Leiter Forschungszentrum für Category  
Management in Essen und Lehrstuhl für Marketing  
und Handel, Universität Duisburg-Essen.



**Dr. Kerstin Ullrich,**  
Unit Director, GIM Gesellschaft für Innovative  
Marktforschung.



**Tim West,**  
European Food Service Advisor,  
BP International Ltd.



**Marco Wild,**  
Area Development Manager Deutschland,  
Österreich und Schweiz, Subway.



**Mark Wohltmann,**  
Mitglied der Geschäftsleitung,  
USP market intelligence GmbH.

## Dienstag, 18. November 2008

8.30

Empfang mit Kaffee, Tee und Gipfeli  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00

**Begrüssung und Einführung in die Thematik durch den Tagungsvorsitzenden**

Lars Feldmann, Inhaber und Partner, b&f concepts GmbH

9.15

**Convenience Retail in der Schweiz – Status und internationaler Vergleich**

- Aktuelle Daten zum Schweizer Convenience-Markt – Wo wir stehen und wohin die Reise geht
  - Die Schweizer Convenience-Landschaft im internationalen Vergleich
- Mark Wohltmann, Mitglied der Geschäftsleitung,  
USP market intelligence GmbH

## Tankstellen: Best practice, Foodservice und Sortimente

9.50

**The European Small Format Project – maximising food offer opportunities in small shops**

- Finding a viable food offer solution across Europe and maximising the return from smaller format stores
- Corinna Koch, European Format Advisor, BP International Ltd.  
Tim West, European Food Service Advisor, BP International Ltd.  
(Das Referat wird in englischer Sprache gehalten.)

10.20 Fragen/Diskussion

10.30 Kaffee- und Kommunikationspause  
offertiert von HIESTAND SCHWEIZ AG

11.00

**Effizienz- und Kompetenzsteigerungen im Tankstellenshop durch Filialisierung der Esso-Tankstellen**

- Tücken und Chancen der Filialisierung
  - Voraussetzungen und Erwartungen
  - Auswirkungen auf Personal, Organisation und Geschäftspartner
  - Veränderung im Category Management
- Henryk Chudzia, Geschäftsführer, Retail Operating Company Schweiz GmbH, ExxonMobil

11.35

**Beverage im Convenience- und Tankstellenshop**

- Einführung von Bier-Innovationen und Trendprodukten im Convenience-Store
  - C-Business-Model: Erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Retail-Partnern
- Markus Heiniger, Leiter KAM-Gruppe Detailhandel,  
Feldschlösschen Getränke AG

12.05 Fragen/Diskussion

12.15 Gemeinsames Mittagessen

## Emerging Convenience Channel

13.45

**Die Subway-Strategie in der Schweiz: Frischer Wind im Ausser-Haus-Markt**

- Herausforderungen des Schweizer Marktes
  - 150 Restaurants bis 2015
  - «race for space»
  - Geeignete Kooperationspartner
  - Win-win-Situation durch Neukunden-Gewinnung und Image-Transfer
- Marco Wild, Area Development Manager Deutschland, Österreich und Schweiz, Subway

14.20

**Chancen und Wachstumspotenziale von Bäckereien im Convenience-Markt**

- Klare Positionierung und Convenience-Konzepte wie STREET CAFE<sup>®</sup>, BIG BOSS<sup>®</sup>, BROTege<sup>®</sup>
  - Erfolg durch Ausweitung der Sortimente, innovative Dienstleistungen
  - Ausschöpfung der Öffnungszeiten
- Dr. Gabriel Barell, Geschäftsführer, Sutter AG

14.55 Fragen/Diskussion

15.05 Kaffee- und Kommunikationspause  
offertiert von HIESTAND SCHWEIZ AG

## Convenience Shopping

15.30

**Convenience im Einkaufs- und Konsumprozess**

- 24-Stunden-Shop, Warenpräsentation und Schnellkassen – Was bedeutet Convenience für den Konsumenten?
  - Strategien zum Zeitsparen – über das traditionelle Convenience-Verständnis hinaus
  - Neue Wege für den Handel, das Bedürfnis nach Zeitersparnis zu befriedigen
- Prof. Dr. Sabine Möller, Lekkerland Stiftungsprofessur für Convenience & Marketing, European Business School (EBS)

16.05

**Hightech auf der Kleinfläche der Zukunft**

- Instore-Kommunikation: Multimedia-Konzepte mit einem Haken
  - Cash-Management: Mehr Sicherheit und weniger Inventurdifferenzen
  - Self-Scanning: Do-it-yourself am Checkout
  - Kontaktloses Bezahlen: Karte und Mobiltelefon als Geldbeutelersatz
- Daniel Ochs, Redakteur IT und Logistik, Lebensmittel Zeitung

16.40

**Erstmalig an den Trendtagen Convenience: Meet the consumers!**

Customer Focus Group Diskussion mit sorgfältig rekrutierten Konsumenten – vom urbanen Trendsetter bis hin zum rüstigen Rentner!

In einem Blog dokumentieren 20 professionell ausgewählte Konsumenten ihre Erfahrungen, Bedürfnisse und Vorlieben beim Convenience Shopping. Die Teilnehmer der Tagung erhalten die entsprechenden Zugangsdaten und können die interaktiven Tagebücher mitlesen.

Aus den 20 Bloggern wird eine kleine Auswahl von 4-5 Konsumenten an der Tagung live über ihre Erkenntnisse und Wünsche diskutieren. Alain Messerli, Managing Director von Concept Zürich, wird das Gespräch kontextrelevant moderieren, die generierten Insights und Bedürfnisse aufdecken und Potenziale aufzeigen.

Mit Unterstützung von



17.30

Ende des ersten Veranstaltungstages

**Abendprogramm**

18.00

Abfahrt nach Horgen zum gemeinsamen Abendprogramm

18.30

**Apéro mit Weindegustation** im Gewölbekeller vom Bocken mit anschliessendem **Abendessen** im Restaurant Arcade.

Lassen Sie den Tag ausklingen bei einem guten Essen und anregenden Gesprächen. Ab ca. 21.00 Uhr steht ein Shuttlebus zum GDI und zum Bahnhof Horgen für Sie bereit.

**Mittwoch, 19. November 2008**

8.30

Empfang mit Kaffee, Tee und Gipfeli  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00

**Begrüssung und Einführung in die Thematik durch den Tagungsvorsitzenden**

Lars Feldmann

9.10

**The new convenience foods: balanced, healthy and as good as going out**

Carla Ogeia, Trends & Innovation Consultant, Mintel  
International Group

(Der Vortrag wird in englischer Sprache gehalten.)

9.50

**Tiefkühlkost – Quo Vadis?**

- Veränderung von Verbraucherverhalten und Wettbewerb im Spannungsfeld von Frozen Food und Chilled Food
- Matthias Mertens, Leiter Marketing, apetito convenience GmbH & Co. KG

10.30 Fragen/Diskussion

10.40 Kaffee- und Kommunikationspause  
offeriert von HIESTAND SCHWEIZ AG

11.00

**Potenziale und Erfolgsfaktoren von Fresh Convenience im Obst und Gemüsebereich**

- Überblick über erfolgreiche Fresh Cut Produkte: Salate, Obst, Gemüse, Smoothies
  - Chancen und Entwicklungspotenziale
  - Erfolgsfaktoren für die Verbraucheransprache am POS
- Norbert Richter, Director Fresh Convenience Central Europe, Chiquita Brands International

11.40

**How to create a win-win situation by close cooperation with the retailer**

- Introducing prepared meals in the retail market: success factors for the product launch
- Cooperation with the retailer in the UK to develop private label products
- Category management and category review as a key factor
- How to keep your product in the shelf – and how to deal with flops

David Flower, Commercial Director, Noon Products Ltd.

(Das Referat wird in englischer Sprache gehalten.)

12.20 Fragen/Diskussion

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00

### Consumer Trends und zukünftige Positionierungschancen im Convenience-Segment

- LOHAS oder die «neue bürgerliche Mitte»: Wer sie sind und was sie wollen
- Ethischer Konsum: Nische oder nachhaltiger Trend?
- «Everything To Go»: Lust oder Last des mobilen Konsumenten

Dr. Kerstin Ullrich, Unit Director, GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung

14.40

### Der Trend zu Health & Wellness – Convenienter Nahrungsmittel mit Mehrwert

- Vom Agrofood-Produzenten zur Nutrition, Health & Wellness Company: Umstellungen in der Produktion und Veränderung der Rezepturen
- Neuausrichtung im Marketing: Kommunikation des gesundheitlichen Mehrwerts
- Wohin geht die massgeschneiderte, individuelle Ernährung?

Prof. Dr. Ferdinand Haschke, Vice President, Nestlé Nutrition

15.20 Fragen/Diskussion

15.30 Kaffee- und Kommunikationspause  
offeriert von HIESTAND SCHWEIZ AG

16.00

### Convenience solutions: Gesundes und portionsoptimiertes Ernährungsprogramm im Multiprodukt-Wochenpaket

- Ernährungsphysiologisch ausgewogener Produktmix als Lösungsansatz für erfolgreiches Weightmanagement
- Multiproduktangebot versus Einzelprodukt als Convenience Leistung
- Logistische Herausforderung und Preisgestaltung von Individual- bzw. Standardlösungen

Alfred Jöchtl, Geschäftsführer, DIET PLUS GmbH

16.40

### Ökologisches Verpackungsmaterial für Convenience Food

- Heutige Einsatzgebiete und Zukunftspotenzial
- Rahmenbedingungen und Hürden von INGEO biopolymer
- Mehrwert durch Differenzierung: Ökologische Verpackung als Kommunikationsmöglichkeit

Matthias Rolle, Business Development Manager, NatureWorks BV

17.20 Fragen/Diskussion

17.30

Verabschiedung durch den Tagungsvorsitzenden

Donnerstag, 20. November Intensiv-Workshop

### Profilierung durch Convenience – Chancen für Industrie und Handel

**Workshopleiter:** Prof. Dr. Hendrik Schröder, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und Handel, Universität Duisburg-Essen und Leiter des Forschungszentrums für Category Management in Essen (D)

Der Workshop greift zunächst die Bedürfnisse der Shopper und Consumer nach mehr Convenience auf: Wo fühlen sie sich beim Einkauf und beim Konsum belastet, und welche Entlastungen erwarten sie von Industrie und Handel? Daran schliessen sich Lösungen an, die Industrie und Handel entwickeln können, um den Convenience-Wünschen der Kunden gerecht zu werden. Die Themen reichen von der Sortimentszusammensetzung, Ladengestaltung und Warenpräsentation über die Preisgestaltung und die Kommunikation bis hin zur Erfolgsmessung.

Der Workshopleiter liefert in Vorträgen Inhalte zu den folgenden Punkten, die dann in Diskussionen mit den Teilnehmern und im gemeinsamen Erfahrungsaustausch vertieft werden. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

#### Convenience aus Sicht der Endkunden

- Ready-to....-Konzepte: Reduktion des Aufwands bei der Erstellung und beim Verzehr von Mahlzeiten
- Entlastung der Shopper beim Einkauf durch Senkung der Transaktionskosten

#### Potenzialtreiber für Convenience-Konzepte

- Multi-dimensionales und multi-optionales Kundenverhalten – Vielfalt und Dynamik von Kundenbedürfnissen
- Ökonomisierung der Haushaltsführung – Zunahme der Konsumentenouveränität, Streben nach Effizienz in der Haushaltsführung
- Zunahme der Macht von Endkunden – Haushalte werden zu Kooperationspartnern von Industrie und Handel

### Vermarktung von Convenience-Konzepten

- Sortimentszusammensetzung – die Abgrenzung von Warengruppen, die Bildung von Sortimentsprofilen
- Preisgestaltung – die Festlegung von Preisniveaus und Preislagen
- Warenpräsentation – Vermeidung von Shopper Confusion, Steigerung des Wohlbefindens am Regal
- Warenbevorratung – Optimal Shelf Availability statt Out of Stocks
- Shoppability – Analyse von Shop-Konzepten

### Messung des Erfolgs von Convenience-Konzepten

- Überprüfung der Bedürfniserfüllung – Messen ist Pflicht!
- Beurteilung von Retail-Formaten und Retail-Channels
- Erfassung der Umsetzungsqualität – das Ende vom Anfang

#### Zeitlicher Ablauf des Workshops

8.30 Empfang mit Kaffee und Tee

Ausgabe der Workshop-Unterlagen

9.00 Beginn des Workshops

12.00 Gemeinsames Mittagessen

17.00 Ende des Workshops

### Gastgeber der Kaffee-Pausen:



#### HIESTAND – ofenfrischer Hochgenuss vom Schweizer Bäcker!

Zur Verarbeitung kommen bei der Bäckerei HIESTAND ausschliesslich natur- und tiergerecht produzierte Rohstoffe. Diese einzigartige Rohstoff-Philosophie wird kombiniert mit modernster Produktionstechnologie und der Herstellung nach traditionellem Bäckerhandwerk. Deshalb schmecken die ofenfrischen HIESTAND-Backwaren auch so unverschämt gut!

#### HIESTAND SCHWEIZ AG

Ilfangstrasse 9

8952 Schlieren

Tel. +41-44-738 43 43

Fax +41-44-738 43 13

info@hiestand.ch

www.hiestand.ch

#### Ansprechpartner:

Peter Zehnder, Marketingleiter

Tel.: +41-79-403 56 40

Fax: +41-44-738 46 55

E-Mail: peter.zehnder@hiestand.ch

Natascha Alibrandi, Assistentin Leiter Marketing

Tel.: +41-44-755 25 11

Fax: +41-44-738 46 55

E-Mail: natascha.alibrandi@hiestand.ch

### Sponsoring & Exhibitions

Im Rahmen dieser Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu den Ausstellungskapazitäten, der Zielgruppenanalyse sowie der Entwicklung Ihres individuellen Sponsoring-Konzeptes beantworten wir Ihnen gerne.

#### Milena Pohl Adler

(Sales Manager Sponsoring & Exhibitions)

Tel.: +41-43-444 78 62

E-Mail: milena.pohl-adler@euroforum.ch



Internet PDF

So melden Sie sich an

Bitte verwenden Sie möglichst diese Seite als Anmeldeformular, ggf. in Kopie.  
per Fax: +41-43-444 78 79  
via E-Mail: anmeldungch@euroforum.com  
im Internet: www.euroforum.ch  
schriftlich: EUROFORUM Handelszeitung Konferenz AG  
Postfach/Förrlibuckstrasse 70, CH-8021 Zürich

Adressänderungen

per Telefon: +41-43-444 78 70  
per Fax: +41-43-444 78 80  
per E-Mail: infoch@euroforum.com

Weitere Fragen zu dieser Tagung?

Paul Cuska (Project Manager)  
Fabienne Borcard (Project Coordinator), Tel.: +41-43-444 78 69  
E-Mail: fabienne.borcard@euroforum.ch

- Ja, ich/wir nehme(n) teil an den Trendtagen Convenience (Konferenz und Workshop) vom 18. bis 20. November 2008 zum Preis von CHF 3650.- zzgl. MwSt. pro Person [P5100403M013]
- Ja, ich/wir nehme(n) teil und buche(n) den  18.11.2008  19.11.2008  20.11.2008 (Workshop) Preise pro Person zzgl. MwSt: 1 Tag CHF 1750.- | 2 Tage CHF 2790.- [P5100403]
- Ja ich nehme teil am Abendprogramm vom 18. November 2008
- Ja, ich benötige/wir benötigen einen Gratis-Shuttle von Thalwil zum Gottlieb Duttweiler Institut in Rüschlikon
- Ich kann nicht teilnehmen. Bitte senden Sie mir die Tagungsunterlagen zum Preis von CHF 590.- inkl. MWSt. (Lieferbar ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung)
- Bitte informieren Sie mich über Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben:

Name-1: \_\_\_\_\_  
Position: \_\_\_\_\_  
Abteilung: \_\_\_\_\_

Name-2: \_\_\_\_\_  
Position: \_\_\_\_\_  
Abteilung: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_  
Ansprechpartner im Sekretariat: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_  
Tel.: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenanzahl an Ihrem Standort  
bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

Rechnung an (Name): \_\_\_\_\_  
Abteilung: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_

Termin und Ort

18. bis 20. November 2008  
Gottlieb Duttweiler Institut  
Langhaldenstrasse 21, CH-8803 Rüschlikon/Zürich  
Telefon +41-44-724 61 11, Fax +41-44-724 62 62

Ihre Zimmerreservierung

Im Belvoir Rüschlikon Hotel steht ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort «Euroforum-Veranstaltung» vor.

**Belvoir Rüschlikon Hotel Restaurant**  
Säumerstrasse 37, CH-8803 Rüschlikon (Zürich)  
Tel.: +41-1-704 64 64, Fax: +41-1-704 64 65  
Internet: www.belvoirhotel.ch

Teilnahmebedingungen

Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**EUROFORUM**

**Handelszeitung**

Die EUROFORUM Handelszeitung Konferenz AG mit Sitz in Zürich ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Verlagsgruppe Handelszeitung und der EUROFORUM Gruppe und gehört zu den führenden Veranstaltern von Management-Tagungen und -Seminaren in der ganzen Schweiz. Die Verlagsgruppe Handelszeitung ist Herausgeberin der «Handelszeitung» sowie von sieben Wirtschaftszeitschriften. Der Name EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung.