

# Der Business Development Manager

- ▶ Märkte erforschen ▶ Strategien entwickeln
- ▶ Geschäftsfelder ausbauen

## Ihr BDM-Leitfaden von A bis Z: Instrumente, Einsatzfelder, Organisation

- ◆ Die Top-Instrumente des BDM
- ◆ Institutionalisierte strategische Unternehmensplanung
- ◆ Betriebstypenbetrachtung der Geschäftsentwicklung
- ◆ Organisatorische Verankerung des BD-Managers
- ◆ Aufbau und Nutzung von Kennzahlen
- ◆ Business Development-Planning und -Process
- ◆ Bewertung, Steuerung und Kontrolle neuer Geschäftsfelder
- ◆ Zielvereinbarungen und Compensation-Packages
- ◆ Innovationskultur gezielt fördern

Mit vielen  
Workshops und  
Business-Cases!

### Ihre BDM-Experten:

Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker  
Merkur Internationale  
Fachhochschule Karlsruhe

Olaf Geyer  
Kienbaum Management Consultants GmbH

Prof. Dr. Tino Michalski  
Fachhochschule Frankfurt am Main

Prof. Dr. Christoph Rasche  
Universität Potsdam

### Praxisreferenten:

Dr. Michael Graefenstedt  
Bayer MaterialScience AG

Dennis Lotter  
Villeroy & Boch AG

### Ihr persönlicher Mehrwert:

Management Circle  
Fachzertifikat



„Der Business Development Manager“  
ausgestellt von Management Circle  
und den BDM Experten

## KNOW-HOW AUS DER PRAXIS:

Vom Megatrend zum Profit – Innovationsmanagement bei **Bayer MaterialScience**

**Villeroy & Boch:** mit Innovation die Märkte von Morgen erobern

Hoher Lernerfolg durch  
begrenzte Teilnehmerzahl!

Bitte wählen Sie Ihren Termin:  
28. bis 30. April 2008 in Köln  
26. bis 28. Mai 2008 in München  
16. bis 18. Juni 2008 in Frankfurt/M.

**MANAGEMENT CIRCLE**<sup>®</sup>  
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

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

# Business Development Management verstehen

Ihre Seminarleiter:

Prof. Dr. Christoph Rasche, Geschäftsführender Direktor, **Universität Potsdam**, Potsdam oder  
Prof. Dr. Tino Michalski, **Fachhochschule Frankfurt am Main**, Frankfurt

## Perspektiven des Business Development

- Business Development und Innovation
- Defining the Business
- Was assoziiert man mit modernem BDM?
  - Silicon-Valley-Kapitalismus
  - New Economy Spielregeln
  - Wissenschaftsunternehmer
  - Hyperwettbewerb
- Die Logik des komparativen Konkurrenzvorteils
- Anforderungen an das Business Development
  - Methodische Exzellenz
  - Problemlösungskompetenz
  - Umsetzungskompetenz
- Hyperwettbewerb als Normkonstellation
  - Treiber ökonomischer Schockwirkungen
  - Limitierter Wettbewerb
  - Hyperwettbewerb
  - Vollständiger Wettbewerb
- Quellen für Geschäftsideen und -modelle
  - Primary Sources
  - Secondary Sources
  - External Sources
  - Internal Sources

## Die grundlegende Systematik des Business Development

- Systematisierung des New Venture Management
- Der „Baukasten“
  - Vision/Strategie
  - Organisation
  - Finanzierung
  - Controlling
- Spannungen zwischen Kernunternehmen und internen/externen New Ventures

## Typische Entwicklungsmuster von internen/externen neuen Geschäftsfeldern

- Entwicklungsprozess
  - Ideengenerierung
  - Konzepterstellung
  - Business-Plan-Entwicklung
  - Inkubation und Pre-Marketing
  - Amortisationsbeginn
- Trichtermodell des New Venture Managements
- Vom Inventionsführer zum Innovationsführer
- Innovationstypen im Rahmen des Business Development Management

## Business Development und Gründungsinitiativen

- Clusterbildung
- Gründungsinitiativen
- Einflussnehmende Faktoren auf Clusterbildung u. Gründungsinitiativen

## Business Development Planung – die Basis-Tools

- Strategischer New Venture Planungsprozess
- Der SWOT-Ansatz im Business Development
- Werkzeuge des Business Development
  - Where to compete?
  - How to compete?
  - How to operate?
  - How to manage?
- Der Portfolio-Ansatz
- Strategische Positionierung von New Ventures
- Substitutionspotential-Analyse
- Ansoff-Matrix

## Finanzierung von neuen Geschäftsfeldern

- Geschäftsplanung für externe Adressaten
- Strukturierung der Finanzierung junger Ventures

## Organisatorische Verankerung des Business Development Managers

- Übersicht der verschiedenen Typen des Business Development Managers
- Der Business Development Manager als Neuproduktmanager

Gruppenarbeit & Ergebnispräsentation

## Business Case

- Fallstudien-Präsentation
- Lösung der Fallstudie in Gruppen
- Präsentation der Fallstudien-Lösung der Gruppen

## Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umrund ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

# Strategische Unternehmensplanung institutionalisieren

Ihr Seminarleiter:  
Olaf Geyer

Senior Project Manager, **Kienbaum Management Consultants GmbH**, Düsseldorf

## Business Development als Teil des strategischen Management

- Wesen des Business Development
- Ziele und Aufgaben des Business Development
- Praxisbeispiele und Best Practise
- Institutionalisiertes strategisches Management
- Ebenen des strategischen Managements
- Organisatorische Verankerung des Business Development

## Neue Geschäftsmodelle als Ergebnis des Business Development

- Was ist ein Geschäftsmodell?
- Warum neue Geschäftsmodelle?
- Neue vs. veränderte Geschäftsmodelle
- Wertschöpfungsarchitekturen
- Systematische Erstellung von Business Plänen
- Wertschöpfungsmanöver im Zuge des Business Developments

## Der Business Development Prozess

- Was hat Business Development mit Innovation zu tun?
- Der Stage-Gate-Prozess
- Entscheidungsgremien im Rahmen des Business Development Prozesses
- Gezielte Erfassung und Bewertung von Ideen
- Innovationskultur und Ideengenerierung

## Change Management als Erfolgsfaktor für Business Development

- Warum überhaupt Change Management?
- Die goldenen Regeln des Wandels
- Ursachen für das Scheitern von Change Projekten

### Workshop:

#### „Ideen bewerten entlang der Prozesskette“

Sie skizzieren eine optimale Prozesskette, entwickeln Filterkriterien für Ihre Unternehmen und definieren den jeweiligen Verantwortungsbereich.

## Mit Innovation die Märkte von Morgen erobern

- Innovationsprozess & -Organisation – Wie erfolgreiche Innovationsknüller entstehen **Praxisvortrag!**
- Die gelebte Innovationskultur als Quelle des zukünftigen Erfolgs
- Mit Systematik zu neuen Ideen – Innovationstools und Inspirationsquellen
- Der Kunde als Ideenlieferant – gemeinsam zur Pole Position
- Innovationsmarketing – neue Ideen und Geschäftsmodelle intern und extern erfolgreich durchsetzen (Vortrag findet statt am 30.04., 29.05. und 17.06.)

Dennis Lotter  
Innovations- und Ideenmanager,  
**Villeroy & Boch AG**,  
Karlsruhe

## INHOUSE TRAININGS

### Lernen wo Sie sind.

Zu allen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an.

Wir beraten Sie gerne und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot. Sie haben noch Fragen? Ich beantworte diese gerne.



**Christian Menzel**

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: menzel@managementcircle.de

### Die wichtigsten Lernziele:

- Vermittlung des notwendigen Rüstzeugs, um erfolgreiche Business Development Strategien zu entwickeln und zu implementieren
- Kennen lernen der Aufgaben, Einsatzfelder und Arbeitsweisen des Business Development Managers
- Förderung der Befähigung, die Mitarbeiter für neue Geschäftsfelder zu begeistern

### Stimmen ehemaliger Teilnehmer

- „Gute Mischung aus Theorie und Beispielen.“
- „Sehr guter Überblick und Gewichtung.“
- „Exzellente Wissensvermittlung mit wertvollen Anregungen für die praktische Umsetzung.“

# Relevante Themen identifizieren, bewerten und umsetzen

Ihr Seminarleiter:  
Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker  
Unternehmensführung, **Merkur Internationale Fachhochschule Karlsruhe**, Karlsruhe

## Business Development und Innovationskultur

- Neue Kunden gewinnen
- Neue Produkte entwickeln
- Neue Märkte erreichen
- Neue Regionen entdecken
- Neue Anwendungen ermöglichen
- Neue Prozesse nutzen

## Business Development als Führungsaufgabe

- Komplexität des Umfeldes bewältigen
- Standardisierung von Prozessen
- Delegation von Aufgaben
- Kontrollen einführen und Konsequenzen bestimmen
- Distance Leadership
- Shared Leadership

## Implementierung neuer Strategien

- Das Business Development Portfolio
- Ziele herunterbrechen, aber richtig
- Der BD-Manager als Projektmanager
- Controllingtools

## Internationales Business Development

- Interkulturelle Herausforderungen
- Komparative Wettbewerbsvorteile – Transaktionskosten – Lebenszyklen
- Economies of Scale - Economies of Scope
- Internationalisierungsstrategien
- Local Heroes – von Heim- und Auswärtsspielen
- Lokalisierung
- Globalisierung
- Wie die Medien helfen können
- Gründe des Scheiterns

## Workshop: Stolperfallen und Risiken erkennen und bewältigen

## Business Development und Management Development

- Ansätze zur Personalführung und -entwicklung
- Was wir von den Wikingern lernen können
- „Nur“ Verkäufer?

## Vom Megatrend zum Profit – Innovationsmanagement bei der Bayer MaterialScience AG

- Ausrichtung Bayer
- Rahmenbedingungen für Innovationen
- Ausrichtung der Innovationskette
- Lifecycle, Roadmap, Portfolio
- Wert- und Portfoliomanagement in F&E
- Implementierung
- Vortrag findet statt am 29.04., 28.05. und 18.06.

Praxisvortrag!

Dr. Michael Graefenstedt  
Leiter Marketing Business Support,  
**Bayer MaterialScience AG**, Leverkusen

## Workshop: Definition von BDM-Erfolgskriterien

- Anwendung innerhalb der BDM-Zielvereinbarungen
- Teilnehmersicht aktuell
- künftige Anforderungen der Teilnehmer

## Abschluss-Diskussion:

Business Development – Sprungbrett oder Sackgasse?

## Schriftliche Zertifikatsprüfung

Die Themen der drei Tage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und Ihr Zertifikat „**Der Business Development Manager**“.

Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie eine Teilnahme-Bestätigung.

## Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Seminarunterlagen ab 8.45 Uhr

	1. Seminartag	2. Seminartag	3. Seminartag
Beginn des Seminars	9.30	9.00	9.00
Kaffee- und Teepause	11.00 - 11.30	11.00 - 11.30	11.00 - 11.30
Gemeinsames Mittagessen	12.30 - 14.00	12.30 - 14.00	12.30 - 14.00
Praxisbericht	–	14.00	14.00
Kaffee- und Teepause	15.30 - 16.00	15.30 - 16.00	16.00 - 16.30
Zertifikatsprüfung	–	–	16.30 - 17.15
Ende des Seminartages	ca. 18.30	ca. 18.00	ca. 17.30

## Machen Sie sich fit für eine anspruchsvolle Rolle!

Sie als Business Development Manager sind zuständig für die Erschließung neuer Geschäftsfelder, die Gewinnung und Betreuung von strategischen Partnern sowie Geschäftskunden. Sie beobachten relevante Märkte, spüren Trends auf und bahnen Kontakte zu potenziellen Kooperationspartnern und Kunden an. Hierzu arbeiten Sie häufig mit Markt- und Meinungsforschungsunternehmen zusammen. Darüber hinaus bewerten, steuern und kontrollieren Sie neue Geschäftsfelder mit Hilfe spezieller Instrumentarien und sorgen für die optimale unternehmensinterne Durchsetzung von Strategien und Planungen.

## Lassen Sie sich von der Zukunft überraschen – aber nicht überrumpeln!

Unternehmen, die ihre Schlüsselmärkte nicht erkennen, Wettbewerber falsch einschätzen oder in erfolglose Produkte investieren, riskieren ihre Existenz. Es müssen folglich Schritte eingeleitet werden, um Erfolgspotenziale zu erkennen und diese in langfristige Unternehmensziele umzuformulieren.

## Die Entwicklung neuer Geschäftsideen und der Aufbau neuer Geschäfte sind auch in stagnierenden Märkten zentrale Aufgaben des Business Development Managers!

Wer in neue Märkte und Geschäfte investiert, nimmt hohe Risiken in Kauf. Noch riskanter kann es jedoch sein, diese Risiken nicht eingehen zu wollen, wenn

- die Geschäfte auf den bisherigen Märkten stagnieren
- erkennbare Chancen, frühzeitig in Pioniermärkte mit hohem Zukunftspotenzial einzusteigen, verpasst werden
- Fähigkeiten und Kernkompetenzen, die für den Eintritt in neue Geschäfte eine hervorragende Ausgangslage bilden, ungenutzt bleiben.

Langfristige Überlebensfähigkeit und nachhaltige Wertsteigerung sind somit nur durch unternehmerische Quantensprünge möglich.

## Leisten Sie Pionierarbeit und erarbeiten Sie sich Profi-Tools und -Techniken für den Eintritt in neue Geschäftsfelder!

### Ihr Gewinn aus dieser Veranstaltung

- Vermittlung eines Methodengerüsts zur Geschäftsentwicklung.
- Sie lernen, welche konkreten Organisationsformen, Instrumentarien und Entscheidungshilfen wichtig sind.
- Verschiedene Umsetzungslösungen werden im Seminar hergeleitet und diskutiert.

### 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 Veranstaltung.



H.S.L.S.

#### Hendrikje Steinbrecht

Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-682

E-Mail: steinbrecht@managementcircle.de

www.managementcircle.de/04-57697



**Prof. Dr. rer. oec. Lutz Becker** lehrt Unternehmensführung und Internationales Management an der **Merkur Internationale Fachhochschule Karlsruhe**. Seit 1991 berät Dr. Becker das Management namhafter Unternehmen, vor allem im Medien- und Technologieumfeld, sowie Beteiligungsgesellschaften mit den Schwerpunkten Unternehmensführung und Business Development. Er war Mitgründer bzw. Beirat in verschiedenen Unternehmen und ist heute Beirat des Bergischen Institut für Produktentwicklung und Innovationsmanagement gGmbH.



**Olaf Geyer** ist derzeit Senior Project Manager bei **Kienbaum Management Consultants GmbH** in Düsseldorf. Zuvor war er unter anderem Mitglied der Geschäftsleitung der Schubert Holding AG & Co. KG in Düsseldorf. Olaf Geyer hat in seinen Projekten Unternehmen bezüglich Unternehmensführung, Strategieentwicklung, Reorganisation, Prozessoptimierung, Sanierung, Restrukturierung sowie bei der Entwicklung von Business-Plänen und Geschäftsmodellen beraten.



**Dr. Michael Graefenstedt** ist seit Juli 2004 Abteilungsleiter Business Support im Marketing des Geschäftsbereichs Polyurethane der **Bayer Material Science AG**. In dieser Position ist er u.a. für die Strategieentwicklung und Prozessoptimierung verantwortlich und unterstützt die Bewertung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten der regionalen Entwicklungsabteilungen. Zeitgleich hat er verschiedene globale Benchmark- und Reorganisationsprojekte geleitet. Davor arbeitete er vier Jahre in der Konzernplanung der Bayer AG als Senior Consultant.



**Dennis Lotter** ist Innovations- & Ideenmanager bei der **Villeroy & Boch AG**. Des Weiteren ist er Gründer und Partner von delo consulting – einem Netzwerk aus kreativen und ergebnisorientierten Querdenkern, die in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit ihren Kunden zukunftsfähige Strategien, Märkte, Produkte und Geschäftsmodelle entwickeln. Dennis Lotter ist Mitglied im Beirat des Innovationsmanagementverbandes e.V. und leitet die Projektgruppe Corporate Mentoring in Kooperation mit der Mentor Stiftung Deutschland. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Fachhochschule Heidelberg und promoviert derzeit an der Comenius University Bratislava.



**Prof. Dr. Tino Michalski** ist Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Internationales Management an der **Fachhochschule Frankfurt am Main, University of Applied Sciences**. Seine Forschungsschwerpunkte sind u.a. die internationale strategische Unternehmensführung, Direktinvestitionen von internationalen Unternehmen sowie international orientiertes Technologie-, Innovations- und Gründungsmanagement. Nach seinen Studien der Mathematik und Betriebswirtschaftslehre im In- und Ausland promovierte Prof. Dr. Tino Michalski von 1993 bis 1995 bei Prof. Dr. Helmut Gröner an der Universität in Bayreuth. Von 1995 bis 2000 war er Mitglied des Führungskreises der Siemens AG und in der Zentralabteilung Unternehmensplanung und -entwicklung/Unternehmensstrategien bevor er seine heutige Tätigkeit übernahm.



**Prof. Dr. Christoph Rasche** ist Professor für Strategisches Management an der **Universität Potsdam**, Geschäftsführender Vorstand des General Management Institut Potsdam e.V. und wissenschaftlicher Beirat der Cell Consulting AG. Er ist zudem Gastdozent im MBA-Programm an der Universidad de Alcalá in Spanien sowie an der Harvard Business School. Prof. Dr. Christoph Rasche arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter und externer Doktorand am Lehrstuhl für Marketing an der Universität Bayreuth bei Prof. Dr. Heymo Böhrer.

## Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Die Referenten erläutern Ihnen die **Strategieplanung** und **-entwicklung** anhand von „state of the art“ **Instrumentarien**.
- Lernen Sie, wie Sie **aktuelle Trends bei der Entwicklung** von **Geschäftsstrategien bewerten**.
- Ihnen wird die Vorgehensweise beim **Einstieg in Pioniermärkte** vorgestellt.

## Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

**Leiter, leitende Angestellte** und **Nachwachskräfte** der Abteilungen **Strategische Unternehmensplanung** und **Geschäftsfeldentwicklung**, deren Interesse sowohl **praxisbewährten Instrumentarien zur Bewertung, Steuerung und Kontrolle neuer Geschäftsfelder** gilt als auch die hierzu notwendigen Skills für eine **erfolgreiche unternehmensinterne Durchsetzung der Strategien** stärken wollen. Des Weiteren sind auch **leitende Mitarbeiter** der Bereiche **F&E, Marketing** und **Produktentwicklung** angesprochen.

## Termine und Veranstaltungsorte

### 28. bis 30. April 2008 in Köln

Park Inn Köln-Belfortstraße, Belfortstraße 9, 50668 Köln  
Tel.: 02 21/77 21-0, Fax: 02 21/77 21-259  
E-Mail: belfortstrasse@eventhotels.com

### 26. bis 28. Mai 2008 in München

Novotel München-Freising Airport, Dr.-von-Daller-Straße 1-3, 85356 Freising/München, Tel.: 0 81 61/532-0, Fax: 0 81 61/5 32-100  
E-Mail: info.muchfm@dorint.com, **Airport-Shuttle auf Anfrage**

### 16. bis 18. Juni 2008 in Frankfurt am Main

Maritim Hotel Frankfurt, Theodor-Heuss-Allee 3, 60486 Frankfurt  
Tel.: 0 69/75 78-0, Fax: 0 69/75 78-1000  
E-Mail: reservierung.fra@maritim.de

### Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen 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 Anfahrtskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

## 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.

## Ihre Service-Hotlines

### Anmeldung:

#### Bettina Gräf

Telefon: 0 61 96/47 22-700 oder  
0 61 96/47 22-0 (Telefonzentrale)  
Fax: 0 61 96/47 22-999

Per Post: Management Circle AG  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.  
Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/Ts.

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

### Kundenservice:

#### Eberhard Bergmann

Telefon: 0 61 96/47 22-800 (Fax: -888)  
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

### Adressänderung:

#### Stella Avramidou

Telefon: 0 61 96/47 22-500 (Fax: -562)  
E-Mail: marketingservice@managementcircle.de

### Datenschutz-Hinweis:

Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Die Teilnahmegebühr für das dreitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 2.195,-. 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.

## Der Business Development Manager

Ich/Wir nehme(n) teil am: 4500

- 28. bis 30. April 2008 in Köln** 04-57697
- 26. bis 28. Mai 2008 in München** 05-57698
- 16. bis 18. Juni 2008 in Frankfurt am Main** 06-57699

<b>1</b>	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
<b>2</b>	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
<b>3</b>	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	MITARBEITER: <input type="checkbox"/> BIS 100 <input type="checkbox"/> 100-200 <input type="checkbox"/> 200-500 <input type="checkbox"/> 500-1000 <input type="checkbox"/> ÜBER 1000
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

### Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL  
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESE MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN: ABTEILUNG

**Mit der Deutschen Bahn AG zum Sonderpreis zur Veranstaltung. Infos unter:**  
[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn) **Die Bahn**

## Über Management Circle

Management Circle steht für **WissensWerte** und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungsweisenden Kongressmesse – vom individuell konzipierten Inhouse Training, praxisorientierten schriftlichen Management-Lehrgang bis zum innovativen E-Learning erhalten Sie alles aus einer Hand. Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Unser aktuelles und vollständiges Bildungsangebot finden Sie unter: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de).

Aktuelle Veranstaltungsangebote: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)