



BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT

Expertenwissen für Ihre strategische Geschäftsfeldentwicklung

- › Entwicklung und Konzeption des BDM
- › BDM-Controlling und -Finanzierung
- › Prozesse, Instrumente und Methoden des BDM
- › Internationales Business Development Management
- › Organisations- und Implementierungskonzepte
- › Strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse
- › Steuerung der Unternehmensentwicklung
- › Marketing und Vertrieb von neuen Geschäftsfeldern

- › In nur 10 Wochen zum BDM-Experten
- › Wöchentlich Zugriff auf neue Lerninhalte
- › Sie entscheiden, wann und wo Sie lernen
- › Kein Lerndruck – keine Fehlzeiten – keine Reisekosten
- › Spezielle Didaktik für maximalen Lernerfolg
- › Mit zahlreichen Praxistipps und Übungen
- › Inklusive qualifiziertem Teilnahmezertifikat
- › Ideal auch als Wissenspool zum Nachschlagen

Fachliche Leitung



Dipl.-Kfm. Ingmar P. Brunken
Geschäftsführer,
Brunken Consulting



- ✓ Online-Lernplattform
- ✓ Optionale Printversion
- ✓ Mit iPad erhältlich



Plus Begleitheft für Ihren persönlichen Lernerfolg

Wählen Sie jetzt
Ihren individuellen
Starttermin!

Zum Lehrgang

Sich stetig verändernde Märkte und wechselnde Kundenbedürfnisse zwingen Unternehmen dazu, immer neue Geschäftsideen und -strategien zu entwickeln. Die Erschließung neuer Geschäftsfelder, die Etablierung neuer Produkte sowie die Gewinnung neuer strategischer Partnerschaften sind für Unternehmen somit überlebenswichtig. Unternehmen müssen ihre Schlüsselmärkte genau kennen und die Aktivitäten der Wettbewerber richtig einschätzen.

Für erfolgreiche Unternehmen ist es deshalb unabdingbar, ein professionelles Business Development Management zu implementieren und so die Entwicklung und die operative Vorbereitung neuer Geschäftsfelder zu fördern. Nur so können Erfolgspotenziale frühzeitig erkannt und diese systematisch umgesetzt werden.

Profitieren Sie vom Fachwissen unserer Experten und erarbeiten Sie sich Profi-Tools und Techniken für den Eintritt in neue Geschäftsfelder! Von den Grundlagen des BDM bis zur Praxis-Anwendung werden Ihnen in diesem Lehrgang konkrete Organisationsformen, Instrumentarien, Entscheidungshilfen und Umsetzungslösungen vorgestellt, die Sie direkt in Ihrem Berufsalltag umsetzen können.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Umsetzen in die Praxis!

Qualität und Umfang

- ▶ Keine graue Theorie – bei uns zählen Aktualität und Praxisbezug
- ▶ Unsere Experten sind erfahrene Praktiker mit umfangreichem Fachwissen
- ▶ Wissen pur in Form von 10 didaktisch strukturierten Lektionen
- ▶ Exklusives Know-how aus erster Hand auf durchschnittlich 80 Seiten pro Lektion
- ▶ Profitieren Sie von zahlreichen Tipps, Checklisten und Übungen

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

Kombinieren Sie diesen Lehrgang mit einem Inhouse-Training.
Ich berate Sie gern, rufen Sie mich an.

Daniela Rühl

Tel.: +49 6196 4722-615

E-Mail: daniela.ruehl@managementcircle.de

Web: www.managementcircle.de/inhouse



Sie haben Fragen?

Gern berate ich Sie persönlich.
Rufen Sie mich einfach an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Erik Dreymann

Senior Projektmanager Lehrgänge

Tel.: +49 6196 4722-685







E-Mail: erik.dreymann@mc-edition.de

Zum Ablauf

Zum Start des Lehrgangs erhalten Sie Ihre persönlichen Zugangsdaten für die Nutzung der Online-Lernplattform. Auf Wunsch erhalten Sie zusätzlich Ihr eigenes iPad und/oder die gedruckten Lehrgangsunterlagen.

1. Lernen Sie 100%ig unabhängig und individuell mit Ihrem Smartphone, Tablet, PC/Mac und/oder mit der Printversion.
2. Für einen optimalen Lernrhythmus erhalten Sie wöchentlich eine weitere Lektion hinzu.
3. Planen Sie durchschnittlich ca. 6 Stunden Zeitaufwand pro Lektion ein.
4. Unser Tipp: Nutzen Sie unseren Nachrichtenbereich, um sich mit anderen Teilnehmern und den Autoren auszutauschen.
5. Die Lektionen enthalten zahlreiche Übungsaufgaben mit Lösungen – so kontrollieren Sie einfach und schnell Ihren Lernfortschritt.
6. Zum Abschluss erhalten Sie Ihr qualifiziertes Teilnahmezertifikat als Nachweis Ihrer Weiterbildung.

Unsere Leistungen

-  Ihre persönliche Online-Lernplattform auf Ihrem PC/Mac, Tablet oder Smartphone
-  10 umfangreiche aufeinander abgestimmte Lektionen
-  Individuelle Unterstützung der Teilnehmer – auch persönlich durch die Autoren
-  Auf Wunsch Ihr eigenes iPad für noch mehr Mobilität und Flexibilität
-  Qualifiziertes Teilnahmezertifikat als Dokumentation Ihrer Weiterbildung
-  Optional: Printversion in Buchform als umfangreiches Nachschlagewerk

Buchungsvarianten

Entscheiden Sie selbst, in welcher Form Sie den Lehrgang absolvieren.



Die Basisversion des Lehrgangs in digitaler Form als **Online-Lernplattform** mit Nachrichtenbereich und Diskussionsforum können Sie zusätzlich um folgende Optionen erweitern:



gedruckte Lehrgangsunterlagen
inklusive Einstiegspaket

und/oder



aktuelles iPad (32 GB, Wi-Fi, Space Grau)*.

*Auf Wunsch bieten wir Ihnen gern auch andere iPad-Modelle an.

Leseprobe und Testzugang

Unter www.mc-edition.de/lp-bdm erhalten Sie kostenlos den Auszug einer Lektion als Leseprobe und auf Wunsch einen Testzugang zur Online-Lernplattform. Überzeugen Sie sich von der außerordentlichen Qualität und Praxisnähe der Inhalte!

Die Lektionen im Überblick

Modul A: Grundlagen und Methoden des BDM

Lektion 1

Grundlagen des strategischen BDM: Entwicklung, Konzeption und Implementierung

- Der Strategie- und Planungsprozess des BDM
 - Festlegung von BDM-Zielen und Meilensteinen
 - Entscheidungsfindung und -umsetzung
 - Fortschrittskontrolle
 - Entwicklung von Ideen zum BDM
 - Instrumente der Ideenfindung: Brainstorming, morphologische Matrix, Synektik etc.
- Instrumente der Ideenbewertung: Scoring-Verfahren, Simulationstechniken, Szenarioanalyse
- Konzeption eines neuen Geschäftsfeldes
 - Typische Phasen im Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes
- Entwicklung einer Markt- oder Produkteinführungsstrategie
 - Festlegung der Preis-, Leistungs- und Kommunikationsstrategie
- Implementierung
 - Besonderheiten in der Markteinführungsphase
 - Migrationsplan: Strategien zur Übergabe des Geschäftsfeldes in den Regelbetrieb

Dipl.-Kfm. Ingmar P. Brunken

Geschäftsführer,
Brunken Consulting,
Bonn

Lektion 2

Zielsetzung: Investitions-Entscheidungen und Risikomanagement

- Das Barwertkonzept
- Der interne Zinsfuß
- Der Baldwin-Zins
- Investitionstheoretische Entscheidungsfindung
- Der Risikomanagement-Prozess
- Die Darstellung von Risiken
- Länder- und Währungsrisiken
- Absicherung von Geschäftsrisiken

Prof. Dr. Andreas Wömpener

Lehrstuhl für ABWL und Controlling,
Universität Duisburg-Essen,
Duisburg

Lektion 3

Herausforderung: Strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Der relevante Markt
- Marktstatus und Entwicklung
- Marktanalysemethoden im Vergleich: Produktlebenszyklus, Positionierungsanalyse, Portfolioanalysen etc.

- Markt- und Wettbewerbsinformationen beschaffen und aufbereiten
- Basics der Wettbewerbsanalyse, Stellung im Wettbewerb
- Tools der Wettbewerbsanalyse: SWOT-Analyse, Competitive Benchmarking, Potenzialanalyse
- Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie BDM

Prof. Dr. Wolfgang A. Fuchs

Studiengang Werbung und Marktkommunikation,
Hochschule der Medien (HdM),
Stuttgart

Lektion 4

Finanzierung: Quellen, Anforderungen und Planung

- Unternehmenslebenszyklus und Finanzierungsarten in den einzelnen Unternehmensentwicklungsphasen
- Finanzierung von Geschäftsfelderweiterungen im Kontext der Unternehmensfinanzierung
- Notwendigkeit einer integrierten Finanzplanung für neue Geschäftsfelder: Planungsziele und -funktionen
- Finanzplanung im Rahmen der Gesamtplanung des BDM
- Aufgaben und Ablauf der Planung
- Formen und Arten der Finanzplanung: Investitions-, Kapitalbedarfs- und Liquiditätsplanung
- Finanz(-planungs)kommunikation an externe und interne Adressaten

Dr. Florian C. Wüller

Partner,
BMS Consulting GmbH,
Düsseldorf

Lektion 5

Vermarktung: Marketing- und Vertriebsstrategien für neue Geschäftsfelder entwickeln

- Das AIDA-Konzept: Das Vermarktungsmodell Attention, Interest, Desire, Action
- Wie Sie mit AIDA die richtige Marketing- und Vertriebsstrategie entwickeln
- Der optimale Preis: Cost-Plus-Pricing, Competitive Pricing und Value Pricing
- Wie Sie erfolgreiche Marktpreise statt Cost-Plus-Preise finden
- Der Sales Funnel: Vom Erstkontakt zum Verkauf
- Wie Sie mit dem Sales Funnel den Erfolg durch gezieltes Vermarktungs-Controlling steuern
- CRM: Kundenloyalität managen mit dem Aufbau eines Customer-Relationship-Management-Systems
- Wie Sie mit CRM Neukunden zu Stammkunden entwickeln

Dipl.-Kfm. Ingmar P. Brunken

Geschäftsführer,
Brunken Consulting,
Bonn

Modul B: Anwendung und Praxis des BDM

Lektion 6

BDM-Fallstudie: Instrumente und Methoden in der Praxisanwendung

Leseprobe

- Das Fallbeispiel „ProfilPass“: Ausgangssituation
 - Beschreibung der Marktlage
 - Einführendes Interview mit dem Projektleiter
- Vorbereitung einer Markt-/Potenzialkundenbefragung
 - Übersicht der geeigneten Methoden
 - Erstellung eines Fragebogens
- Analyse und Auswertung der Befragungsergebnisse
 - Überprüfung der Ergebnisvalidität und -reliabilität
 - Potenzialanalyse
 - Berechnung von Szenario-Modellen
 - Formulierung eines Businessplans
 - Marktsimulation: Fallbeispiel
- Die Ableitung eines Aktionsplans
 - Formulierung eines Aktionsplans
 - Typische Hürden und Fallstricke
 - Die 10 wichtigsten Erfolgsfaktoren
- Aufbau eines Steuerungs- und Kontrollsystems
 - Definition geeigneter Kernerfolgsindikatoren
 - Die Umsetzung der Meilenstein-Planung in eine KPI-Projektion
 - Das zentrale Kontrollinstrument: Fallbeispiel „BusinessPilot“

Dipl.-Kfm. Ingmar P. Brunken

Geschäftsführer,
Brunken Consulting,
Bonn

Stefan Hummelsheim

Projektleiter,
Deutsches Institut für Erwachsenenbildung DIE e.V.,
Bonn

Lektion 7

BDM-Management: Prozesse im Business Development Management

- Zielsetzung von Prozessen im BDM
- Prozesse definieren
- Rahmenbedingungen und Organisation
- Prozessdesign und -entwicklung
- Prozesse implementieren
- Prozesse monitoren und optimieren

Florian Rohde

Director Product Marketing,
BRITA GmbH,
Taunusstein

Lektion 8

BDM-Organisation: Organisations-Modelle für neue Geschäftsfelder

- Organisations-Modelle für neue Geschäftsfelder
- Business-Development-Prozess und -Organisation
- Organisatorische Optionen für das Corporate BDM
- Institutionalisierung der Business Development-Funktion
- Personelle Kapazitäten für das Business Development

- Qualifikation der Business Developer
- Organisationsmodelle für interne neue Geschäftsfelder
- Organisationsmodelle für externe neue Geschäftsfelder
- Aufbau und Implementierung von BDM-Kooperationen

Prof. Dr. Dennis Lotter

Studiengangleiter Master Sustainable Marketing & Leadership,
Hochschule Fresenius,
Idstein

Lektion 9

BDM-Controlling: Steuerung der Unternehmensentwicklung

- Dimensionen des Controllings als Business-Development-Instrument
- Monitoring des BDM-Steuerungsprozesses
- Wahrnehmung und Steuerung strategischer Entwicklungspotenziale
- Controlling von Marktentwicklung und Wettbewerbstendenzen
- Kennzahlen für das BDM-Controlling
- Benchmarking als BDM-Motor

Bernd P. Mott

Finance Expert,
SAP (SE),
Walldorf

Dr. Werner Gleißner

Mitglied des Vorstandes,
FutureValue Group AG,
Leinfelden-Echterdingen

Lektion 10

Internationales BDM: Strategische Erschließung von Auslandsmärkten

- Gesichtspunkte für die Ausarbeitung einer Internationalisierungsstrategie
- Formulierung exportorientierter Ziele
- Möglichkeiten für eine effektive Informationsrecherche
- Kriterien für eine qualifizierte Exportmarkt-Auswahl
 - Wichtige Exportmärkte der Zukunft
 - Risikoanalyse und Risikoabsicherung
- Anforderungen an eine auslandsbezogene Produktpassung
- Praxiserprobte Vertriebsstrategien in Auslandsmärkten
- Zahlungsabwicklung und Finanzierung im internationalen Umfeld
- Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer grenzüberschreitenden Vertragsgestaltung
- Aspekte für ein kundenorientiertes Marketing im Ausland

Dipl. Wirtsch.-Ing. Hatto Brenner

geschäftsführender Gesellschafter,
AWI Hatto Brenner und Co. GmbH International Business Services,
Erlangen

Fachliche Leitung



Ingmar P. Brunken, Dipl.-Kfm., ist seit 2010 Geschäftsführer und Inhaber der **Unternehmensberatung Brunken Consulting** in Bonn. Zuvor war er zehn Jahre leitender Unternehmensberater bei Roland Berger Strategy Consultants und zwei Jahre lang Director bei Simon, Kucher & Partners. Hier hat er zahlreiche renommierte Unternehmen u. a. in der Produktentwicklung und Neuproduktvermarktung beraten. Bei der Hydro AG und Corus Group war er sieben Jahre lang als Vertriebsleiter und Global Key Account Manager auch für die Markt- und Produktentwicklung zuständig. Weitere Praxiserfahrungen in der strategischen Produktplanung gewann er als Interims-Geschäftsführer eines Start-Ups für Loyalitätsprogramme. Diesen reichhaltigen Erfahrungsschatz aus Beratungsprojekten mit zahlreichen Fallstudien und Tools sowie umfangreicher Praxiserfahrung bringt Ingmar Brunken in diesen Lehrgang ein. Er ist Bestsellerautor des Buches „Die 6 Meister der Strategie“ (Econ/Ullstein) und Autor des ersten Fachbuchs zum Thema „e-Pricing“ (Libri), in dem Strategien und Methoden zur Preisoptimierung im Internet praxisnah vorgestellt werden. Außerdem hat er zahlreiche Publikationen u. a. bei Harvard Business Manager, manager magazin etc. veröffentlicht und ist als Leiter von Kongressen und Seminaren tätig.



Hatto Brenner, Dipl.-Wirtsch.-Ing., verfügt über eine ausgeprägte Fachkompetenz sowohl aus seiner langjährigen Praxis in leitenden Positionen international tätiger Unternehmen als auch aus seiner Beratungstätigkeit im Rahmen internationaler Projekte. Über die von ihm gegründeten Beratungsbüros in ca. 40 Ländern betreut er mittelständische Unternehmen nahezu aller Branchen bei der Erschließung von Auslandsmärkten. Als Präsidiumsmitglied in exportbezogenen und mittelstandsorientierten Organisationen und Fachverbänden im In- und Ausland vertritt er die Interessen deutscher Unternehmen. Als Organisator und Referent von umfangreichen exportorientierten Seminaren gehört er hier zu den führenden Anbietern in Deutschland und im benachbarten Ausland. Darüber hinaus informiert er als Autor und Herausgeber praxisbezogener Fachliteratur auf breiter Basis über die Rahmenbedingungen einer erfolgreichen Außenhandelstätigkeit.



Prof. Dr. Wolfgang A. Fuchs ist Professor für Werbung und Marktkommunikation an der **Hochschule der Medien** in Stuttgart. Zuvor war er im Akademischen Rat an der Universität Augsburg, Lehrstuhl für Soziologie und Kommunikationswissenschaft, bevor er über acht Jahre Erfahrung in der Marktkommunikation und Unternehmenskommunikation der Siemens AG in München sammeln konnte. Darüber hinaus ist Prof. Dr. Wolfgang Fuchs vielgefragter Referent und Berater für Marketing und Werbung sowie Autor verschiedener Fachbücher, u. a. „Management der Marktkommunikation“, „Integriertes Marketing“ (gemeinsam mit R. Busch und F. Unger) und „Mediaplanung“ sowie anderer Publikationen in Fachzeitschriften.



Prof. Dr. Dennis Lotter ist Experte für Sustainable Marketing & Business Development und begleitet mit seinem Beratungsunternehmen Firmen in operativen wie strategischen Fragestellungen der nachhaltigen Geschäftsentwicklung. Darüber hinaus leitet Dr. Lotter den Masterstudiengang Sustainable Marketing & Leadership an der Hochschule Fresenius am Studienort Idstein. Sein Methoden-Wissen gibt er als Autor und Seminartrainer auch an Praktiker weiter.



Dr. Florian C. Wüller, Dipl. Kfm., BScEc, hat Betriebs- und Volkswirtschaftslehre an der Universität in Münster studiert. Er ist Partner bei der **BMS Consulting GmbH** mit Schwerpunkten in der Beratung von

Kreditgenossenschaften zu verschiedenen Themen des Kreditgeschäfts. Weiterhin ist er als Dozent an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie in Duisburg tätig.



Florian Rohde verfügt über 20 Jahre Berufserfahrung in Strategieentwicklung, Produktplanung und Marketing in der Lebensmittel- und Haushaltsgeräteindustrie. Er hat in unterschiedlichen beruflichen Stationen mehrfach neue Produktsegmente und die dazugehörigen Prozesse entwickelt und erfolgreich im Markt eingeführt. Momentan arbeitet Florian Rohde als Director Product Marketing bei der **BRITA GmbH**, dem weltweit führenden Unternehmen für Haushaltswasserfilter. Zuvor war er mehrere Jahre u.a. in den Bereichen Forschung & Entwicklung, Business Development sowie Marketing bei Kraft Foods und Melitta Haushaltsprodukte tätig. Unter anderem entwickelte er das Produktsegment der Kaffeefullautomaten für Melitta und das der leitungsgebundenen Wasserspender für BRITA. Beide Produktsegmente haben sich als nachhaltige Geschäftsfelder für die jeweiligen Unternehmen etabliert.



Bernd P. Mott ist Finance Expert bei der **SAP SE**, Walldorf. Er arbeitet im Team für Business Model Innovation und leitet Projekte zur Einführung von neuen Geschäftsmodellen bzw. Geschäftsmodellinnovationen. Bis 2012 war Herr Mott bei der SAP SE im Bereich Strategische Finanzplanung tätig. Bis 2008 war Herr Mott Partner der FutureValue Group AG, Leinfelden-Echterdingen, und zuständig für das Beratungsgeschäft für mittelständische Unternehmen der FutureValue Group AG und der RMCE GmbH. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich der strategischen Unternehmensentwicklung in der Einführung neuer Steuerungssysteme und -modelle.



Dr. Werner Gleißner ist Vorstand der **Future-Value Group AG** in Leinfelden-Echterdingen, ein auf betriebswirtschaftliche Methodenentwicklung und Top-Management-Consulting (Entscheidungsvorbereitung) spezialisiertes Unternehmen. Er ist Diplom-Wirtschaftsingenieur und hat an der Universität Karlsruhe in Volkswirtschaftslehre promoviert. Seine Forschungs- und Beratungsschwerpunkte sind Risikomanagement, Bewertungs- und Ratingverfahren, Strategieentwicklung sowie Weiterentwicklung von Methoden wertorientierter Unternehmenssteuerung und Kapitalanlagemanagement. Seit 1994 nimmt er Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen wahr und ist zudem Autor zahlreicher Fachveröffentlichungen.



Stefan Hummelsheim arbeitet seit 2004 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am **Deutschen Institut für Erwachsenenbildung e. V.** in Bonn und ist darüber hinaus Lehrbeauftragter an den Universitäten Bielefeld, Rostock und Marburg sowie Gutachter für CEDEFOP, GTZ und ILO.



Prof. Dr. Andreas Wömpener ist Inhaber des „Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Controlling“ an der **Universität Duisburg-Essen**. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und der Ekonomihögskolan Lund (Schweden) promovierte er zum Thema „Behavioral Budgeting“. 2010 folgte die kumulative Habilitation zu Themen des entscheidungsorientierten Rechnungswesens. Wesentliche Teile der Dissertation und Habilitation entstanden während zweier Visiting Scholarships an der H.E.C. Paris sowie der University of Southern California in Los Angeles. Professor Wömpener war Geschäftsführer des Executive MBAs des Centrums für Unternehmensrechnung Münster und lehrt in mehreren MBA- und Weiterbildungsstudiengängen.

Wer an diesem Lehrgang teilnehmen sollte

Leiter, leitende Angestellte und **Nachwachskräfte** der Bereiche **Business Development Management, strategische Unternehmensplanung** und **Geschäftsfeldentwicklung. Leitende Mitarbeiter** der Bereiche **F & E, Controlling, Marketing** und **Produktentwicklung** sowie an **Kaufmännische Leiter, Mitglieder des Vorstands** und der **Geschäftsführung**, die sich mit den komplexen Herausforderungen des **Business Development Management** vertraut machen möchten.

Gute Gründe für Ihre Teilnahme

Erweitern Sie Ihre Fach- und Methodenkompetenz in Themen wie

- Grundlagen des strategischen BDM,
- strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse,
- Finanzierung und Vermarktung,
- Instrumente und Methoden in der Praxis,
- BDM-Controlling,
- internationales BDM u. v. m.

Wählen Sie Ihre Buchungsvariante

- Basisversion des Lehrgangs in digitaler Form als Online-Lernplattform für € 1.495,- (zzgl. MwSt.)
- zusätzlich die gedruckten Lehrgangsunterlagen inklusive Einstiegspaket für weitere € 200,- (zzgl. MwSt.)
- zusätzlich das aktuelle iPad (32 GB, Wi-Fi, Space Grau)* für weitere € 245,- (zzgl. MwSt.)

* Auf Wunsch bieten wir Ihnen gern auch andere iPad-Modelle an.

So melden Sie sich an

Online-Anmeldung: www.mc-edition.de/sl-bdm

PDF zum Ausdrucken: www.mc-edition.de/form-ml

E-Mail: anmeldung@mc-edition.de

Telefonisch: +49 6196 4722-700

Per Post: Management Circle Verlag GmbH, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts. (Germany)

Teilnahmebedingungen

Dieser Lehrgang dauert 10 Wochen und umfasst 10 Lektionen. Die Teilnahmegebühr für die Basisversion des Lehrgangs mit Online-Lernplattform und qualifiziertem Teilnahmezertifikat beträgt pro Person € 1.495,-. Sie können die Basisversion um folgende Zusatzoptionen erweitern:

Für € 200,- mehr (Gesamtpreis € 1.695,-) erhalten Sie die gedruckten Lehrgangsunterlagen inkl. Einstiegspaket per Post.

Für € 245,- mehr (Gesamtpreis € 1.740,-) bekommen Sie das aktuelle iPad.

Die Kombination der Basisversion und beider Zusatzoptionen für € 445,- mehr (Gesamtpreis € 1.940,-) ist ebenfalls möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Ab der zweiten unternehmensinternen Buchung dieses Lehrgangs erhalten Sie einen **Preisnachlass von 10 %**. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie Anmeldebestätigung und Rechnung, die per Überweisung zu zahlen ist. Ihre Anmeldung können Sie innerhalb von 14 Tagen nach deren Eingang schriftlich widerrufen. Im Fall einer Stornierung kann ein ggf. gebuchtes iPad nur originalverpackt zurückgenommen werden.

Werbewiderspruch

Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke durch die **Management Circle Verlag GmbH** selbstverständlich jederzeit widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen. Hierfür genügt eine kurze Nachricht an unseren Datenschutzbeauftragten per Mail an datenschutz@mc-edition.de oder per Post an **Management Circle Verlag GmbH**, Abteilung Datenschutz, Postfach 56 29, 65731 Eschborn.

Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter www.mc-edition.de/datenschutz-verlag.