Fernlehrgang mit qualifiziertem Teilnahmezertifikat

Überzeugende Texte

Erfolgsfaktor Sprache – so schreiben Sie Texte mit Wirkung

- Werbetexte
- Pressetexte
- Texte für Facebook, Twitter & Co.
- Headlines & Claims
- Newsletter
- Mailings
- Corporate Language
- Kundenzeitschriften
- Anzeigen
- Kundenbriefe
- Online-Texte

NEU – Lektionen auch einzeln buchbar

- Wöchentlich Zugriff auf neue Lerninhalte
- Sie entscheiden, wann und wo Sie lernen
- Krisensicher: Individuelles und ortsunabhängiges Lernen
- Spezielle Didaktik für maximalen Lernerfolg
- Mit zahlreichen Praxistipps und Übungen
- Inklusive qualifiziertem Teilnahmezertifikat
- Ideal auch als Wissenspool zum Nachschlagen

Fachliche Leitung

Nils Haupt
Senior Director
Group Communications,
Hapag-Lloyd

Prof. Dr. Günther Zimmermann
Inhaber,
lingua@MEDIA

✔ Online-Lernplattform ✔ Optionale Printversion ✔ Mit iPad erhältlich

Wählen Sie jetzt Ihren individuellen Starttermin!

MANAGEMENTCIRCLE® EDITION

Zum Lehrgang

Den Leser im Blick – so erreichen Sie Ihre Zielgruppe

Wir sind umgeben von schwer verdaulichen Texten. Präsentationen, E-Mails, Geschäftsbriefe, Online-Texte, Zeitschriftenartikel, Kundenmailings, Werbeanzeigen – unzählige Texte erreichen ihre Leser nicht, weil sie unverständlich geschrieben sind oder von der Zielgruppe einfach nicht wahrgenommen werden. Das muss nicht sein! Lernen Sie, was erfolgreiche Texte ausmacht – von den **Basics** über **kundenorientiertes Schreiben** bis hin zum Texten für die **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.** Dieser schriftliche Lehrgang vermittelt Ihnen die entscheidenden Faktoren für leserfreundliche, leicht verständliche und erfolgreiche Texte. Und Ihre Vorteile?

- Sie sparen nachweisbar Zeit und Geld.
- Ihre Texte hinterlassen bei Ihren Kunden und Geschäftspartnern einen nachhaltig positiven Eindruck.
- Sie erhöhen im zunehmenden Wettbewerb Ihre Dienstleistungsqualitäten und die Kundenzufriedenheit.
- Mitreißende Texte steigern den Erfolg Ihrer PR- und Marketingmaßnahmen.

Die elf Lektionen diese Lehrgangs sind didaktisch strukturiert und aufeinander abgestimmt. Zahlreiche Textbeispiele, Umsetzungshinweise und die Tipps unserer Experten garantieren den hohen Praxisbezug dieses schriftlichen Lehrgangs.

Bei der Lektüre wünsche ich Ihnen viel Spaß!
Ihr Prof. Dr. Günther Zimmermann, lingua@MEDIA

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 11 didaktisch strukturierten Lektionen
- Exklusives Know-how aus erster Hand auf durchschnittlich 80 Seiten pro Lektion
- Profitieren Sie von zahlreichen Tipps, Checklisten und Übungen

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.

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 den 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
- 11 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

Leseprobe und Testzugang
Unter **www.mc-edition.de/lp-texten** 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!

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

Die Lektionen im Überblick

NEU – Lektionen auch einzeln buchbar

Fachliche Leitung:
Prof. Dr. Günther Zimmermann, **lingua@MEDIA** und Nils Haupt, **Hapag-Llyod AG**

Modul 1: Die Basics

Lektion 1
Die goldenen Regeln guter Texte

- Bedeutung von Textverständlichkeit in der internen und externen Kommunikation – Kommt die Botschaft beim Leser überhaupt richtig an?
- Textsorten und Superstruktur
- Der Wortschatz – Fachwörter, Fremdwörter, Abstrakta
- Der Satzbau – Vermeiden Sie Endlossätze und komplizierte „Satzmonster"
- Auswahl und Anordnung der Textinhalte
- Die soziale Funktion von Texten

Prof. Dr. Günther Zimmermann
Inhaber, **lingua@MEDIA,**
Braunschweig

Lektion 2
Form, Struktur und Verständlichkeit von Texten

1. Sieht gut aus: Formvorschriften für Texte, Briefe und E-Mails
- Die wichtigsten Regelungen nach DIN 5008:2011
- Die einzelnen Elemente der Briefblattgestaltung
- Einbindung von Tabellen, Diagrammen und Grafiken in Texte

2. Schön übersichtlich: Struktur und Gestaltung von Texten
- Briefe: so sind sie auf einen Blick gut lesbar
- E-Mails: das Wichtigste zuerst
- Längere Texte: so finden Sie die passende Struktur

3. Gut verständlich: Inhalt und Sprache
- 5 Leitfragen, die Sie sich vor dem Schreiben stellen sollten
- So formulieren Sie Briefe und E-Mails überzeugend
- Tipps für Formulierungen vom Betreff bis zur Grußzeile

Barbara Kettl-Römer
Autorin & Dozentin,
Einfach gute Texte, Günzach

Modul 2: Kundenorientiertes Schreiben

Lektion 3
Werbetexte und Werbeanzeigen

- Werbetexten und „normales" Schreiben. Was ist der Unterschied?
- Was Werbetexte und Anzeigen wirkungsvoll macht
- Qualitätskriterien für überzeugende Werbetexte und Anzeigen
- Das Angebot auf den kaufentscheidenden Punkt bringen
- Systematische Wege zu einer kreativen Idee
- Vom Bild zum Text und zurück: die wichtigsten Text-Bild-Beziehungen
- Regeln und Tipps für wirksame Werbetexte

Dr. Peter Hanke
Dozent für Werbetext und Werbekonzeption am Institut für Marketing und Kommunikation und an der **Fachhochschule Wiesbaden**

Lektion 4
Headlines und Claims

- Über Regeln und deren (Un-)Sinn
- Welche Aufgabe hat eine Headline?
- Wie reduziere ich sinnvoll?
- Wie werde ich kreativ?
- Was Sie von BILD und Co. lernen können
- Claims früher – Claims heute
- Gibt es einen Unterschied zwischen Slogans und Claims?
- Welche unterschiedlichen Herangehensweisen gibt es?
- Was muss ein Claim leisten?
- Brauche ich überhaupt einen Claim?

Ralf Kratzert
Creative Director online/offline und Kommunikationsberater, München

Lektion 5
Corporate Language – Unternehmenssprache

1. Sense/Erkennen
- Was ist was: Corporate Behaviour, Identity, Design, Image, Text – Markensprache und Firmenjargon
- Was kann eine Unternehmenssprache realistisch leisten und was nicht?

2. Plan/Planen
- Ehrlichkeit gegen sich selbst: Wie Sie vorgehen sollten, wenn Sie die eigene Unternehmenssprache vermessen wollen
- Wie Sie aussagekräftige, operative Schreiben im eigenen Unternehmen auffinden

3. Act/Handeln
- Die eigene Wertewelt ehrlich und selbstkritisch identifizieren
- Eine glaubwürdige und umsetzbare Unternehmens-sprache aufbauen und ausrollen

Uwe Kalinowski, Geschäftsführer,
lingua@MEDIA, Braunschweig

Lektion 6

Wirksame Broschüren

- Marketing mit Broschüren – Die Vorteile heute
- Der Weg zum überzeugenden Broschüren-Konzept
  - Wie Sie vorgehen sollten, um Ihr Angebot im Wettbewerb zu positionieren
  - Wie Sie die Argumente identifizieren, die Ihre Zielgruppe motivieren
  - Wie Sie Ihr Kommunikationsziel auf den Punkt bringen
- Die Umsetzung wirksamer Broschüren
  - Umfang und Struktur
  - Cover-Gestaltung
  - Vorwort und Inhaltsverzeichnis
  - Headlines
  - Text-Gestaltung
  - Umgang mit Bildern
  - Extras, die überzeugen

Dr. Peter Hanke

Lektion 7

Überzeugende Kundenbriefe

1. Was macht Kundenbriefe und E-Mails überzeugend?

- Orientieren Sie sich am Kundennutzen
- Machen Sie es dem Leser leicht: gute Struktur, verständliche Sprache, klare Anweisungen
- Das kleine ABC der „Stilsünden" und wie Sie sie vermeiden

2. Kundenbriefe nach Schreibanlässen von A bis Z mit Negativbeispielen, Schreibwerkstatt und Musterbriefen, z. B. zu folgenden Anlässen

- Anfragen beantworten
- Begleitschreiben
- Dankschreiben
- Einladungen
- Preisänderungen ankündigen
- Reklamationen beantworten
- Werbebriefe

Barbara Kettl-Römer

Modul 3: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Lektion 8

Leseprobe

PR-Texte: Pressemitteilungen und -mappen

- Wann und warum Pressemitteilungen?
- Der Kampf um die Aufmerksamkeit: Pressemitteilungen im Medienalltag
- Wie Pressemitteilungen nicht im Redaktionspapierkorb landen
- Tipps und Tricks für mehr Journalisten-Nutzwert
- Sprache, Gliederung und Verständlichkeit von Pressemitteilungen
- Richtige Pressemitteilungen für richtige Zielgruppen: der Verteiler
- Verwendung von Zitaten in Pressemitteilungen
- Sperrfristen: wann und warum?
- Monitoring: wann war eine Pressemitteilung erfolgreich?
- Wie die digitalen Medien die Pressearbeit verändern
- Die professionelle Pressemappe: Dos and Don'ts

Nils Haupt
Senior Director Group Communications,
Hapag-Lloyd AG, Hamburg

NEU – Lektionen auch einzeln buchbar

Lektion 9

Newsletter und Kundenzeitschrift

- Fünf gute Argumente für Newsletter
- (K)eine schwere Entscheidung: Print oder Mail?
- Leserliebe® schafft treue Abonnenten
- Kategorien für die Ewigkeit: Das perfekte Konzept
- startschluss® – Die wichtigsten 20 Prozent des Textes
- Design: Diener des Textes und des Mediums
- Anti-Spam & Click-Rate: Leser erreichen und messen
- Kundenzeitschriften lieben keine Überraschungen
- Gemeinsam sind wir stärker: Sie und Ihre Agentur

Dr. Ralf Lengen
Inhaber,
Meistertricks – „Besser schreiben, reden und managen mit Salomo & Co.", Berlin

Lektion 10

Texten fürs Internet

- Der Online-Nutzer im Fokus
  - Leseverhalten im Internet und Usability
- Wie sage ich´s im Internet?
  - Journalistische Darstellungsformen im Netz
- Bewerten von Informationen im Internet
  - Das Wichtigste zuerst – die sieben W-Fragen
- Suche von Informationen: suchmaschinengerechtes Schreiben
  - Keywords, Hervorhebungen, Navigation
- Vernetzen von Informationen
- Contentauswahl und Verlinkung - Hypertext
- Exkurs: Organisationshilfen im Redaktionsalltag
- Checkliste für Ihre berufliche Praxis

Saim Alkan
Geschäftsführer,
aexea – communication. content. consulting, Stuttgart

Lektion 11

Texten für Social Media

- Die Basics für gute Online-Texte
- Die wichtigsten Regeln für eine klare Sprache
- Social Media-Texte richtig aufbauen
- Tipps für gute Web 2.0-Inhalte – Die richtigen Themen
- Die erfolgreichsten Strategien für den Aufbau einer Community
- Twitter-Übung: In 140 Zeichen alles sagen
- Auf negatives Feedback richtig reagieren
- Einbindung von Social Media-Redaktionsprozessen in die Unternehmensstruktur
- Die Redaktionsmatrix für Social Media als Kompass

Saim Alkan

AKTUELL UND AUF DEN PUNKT!

Nutzen Sie unseren E-Mail-Service, um zeitgemäß Ihre Top-Themen bequem per E-Mail zu erhalten.
Ihr persönliches Profil verwalten Sie unter:

www.mc-edition.de/email

Das Autorenteam

Fachliche Leitung

Nils Haupt ist seit 1. Oktober 2014 Senior Director Corporate Communications bei Deutschlands größter Reederei **Hapag-Lloyd.** Von 2012 bis 2014 war Director Corporate Communications The Americas der Lufthansa Group mit Sitz in New York. Zuvor war er Leiter Unternehmens-kommunikation der Luft-hansa Cargo AG in Frankfurt am Main. Von 2000 bis 2002 leitete er die Unternehmenskommunikation der Landesbank Sachsen Girozentrale in Leipzig. Zwischen 1993 und 2000 war er als Fernsehredakteur, Reporter und Projektleiter beim Mitteldeutschen Rundfunk beschäftigt. Zuvor hat er in verschiedenen Funktionen für Werbe- und PR-Agenturen gearbeitet. Nils Haupt ist Lehrbeauftragter für Public Relations und Unternehmenskommunikation an verschiedenen deutschen Fachhochschulen und Universitäten.

Prof. Dr. Günther Zimmermann ist Professor em. an der Technischen Universität Braunschweig. Von 1996-2009 war er außerdem Lehrbeauftragter für das Lehrgebiet „Didaktik der technischen Texte" im Fachbereich „Fahrzeug-, Produktions- und Verfahrenstechnik" der FH in Wolfsburg. Er gründete 2004, zusammen mit Uwe Kalinowski, die Firma **lingua@MEDIA,** einen Dienstleister für Kommunikationsoptimierung. Zu seinen Arbeitsgebieten zählen u. a. Text-Analysen, empirische Erhebungen, Beratungen, Schulungen und Zertifizierungen. Seit 1992 arbeitet er hauptsächlich für die Automobilindustrie, für Banken und Versicherungen. Bekannt wurde er durch Publikationen wie „Texte schreiben - einfach, klar, verständlich", „Technik und Wirtschaftssprache" sowie die „Babylon-Studie" zum Sprachverstehen der Zielgruppe 50 plus. Die Ergebnisse der Studie haben in der Versicherungswirtschaft, aber auch in Politik und Medien, breite Beachtung gefunden.

Saim Alkan ist Geschäftsführer der Agentur **aexea – communication. content. consulting** mit Kompetenzzentren in Stuttgart und Leipzig. Dort entwickelt er vorrangig Kommunikationskonzepte für Unternehmen und berät Online-Redaktionen. Saim Alkan ist als Dozent und Referent für Marketing, Werbung und Internet tätig. Seine Erfahrungen fasste er in den Fachbüchern „Texten für das Internet", „Handbuch Online-Redaktion" und „Online-Redaktionsmanagement in Unternehmen" zusammen.

Dr. Peter Hanke unterrichtet am IMK Institut für Marketing und Kommunikation die Fächer Werbetext, Werbekonzeption und Kampagnenentwicklung und an der **Fachhochschule Wiesbaden** das Fach Text. Zudem ist er als Markenberater, Texter und Ghostwriter tätig. In renommierten internationalen Agenturen wie Leo Burnet, Ogilvy und J.W.T. war er als Texter und Kreativdirektor für viele große und kleine Marken verantwortlich. In mehr als 20 Jahren gibt es kaum eine Branche, für die er keine Kommunikation entwickelt hat. Für seine Arbeiten erhielt der promovierte Geisteswissenschaftler zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen. Mehr unter www.markeundtext.de.

Uwe Kalinowski studierte Germanistik, Anglistik und Philosophie an der Carolo Wilhelmina Universität zu Braunschweig. Er ist Linguist, Sprachverständlichkeitsexperte und Dozent für medienübergreifende Kommunikationskompetenz. Als Lehrbeauftragter unterrichtete er an der Ostfalia-University of Applied Sciences (Wolfsburg) das Fach „Didaktik der technischen Texte". 2004 gründete er die Agentur **lingua@MEDIA** gemeinsam mit Prof. Dr. Günther Zimmermann, mit dem er 2012 auch den „Braunschweiger Verständlichkeitstest (BSVT)" veröffentlichte. Kalinowski arbeitet für Unternehmen aus verschiedenen Branchen im Bereich der Verständlichkeitsoptimierung von operativen Texten. Zu seinen Kunden zählen unter anderem die Barmer GEK, die Volkswagen Bank, Neckermann, der GDV (Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft), das Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW), die Volksbank BraWo und die Bertelsmann Stiftung.

Barbara Kettl-Römer ist Diplom-Kauffrau und arbeitet als freie Fachautorin, Redakteurin und Bloggerin (www.diebriefprofis-blog.de). Zudem bietet sie Inhouse-Workshops zum Thema Korrespondenz an. Ihr komplettes Leistungsspektrum finden Sie unter www.kettl-roemer.de.

Ralf Kratzert arbeitet als **freier Creative Director, Kommunikationsberater und Texter** für Agenturen und Unternehmen. Zu seinen Leistungen gehören ganzheitliche Beratungen zu Strategie und Konzeption, sowie Begleitung und Umsetzung im Bereich Werbung, Content Strategie und Public Relation. Er war Creative Director bei mediaman, SapientNitro und CREATIVE-ROOMS. Davor arbeitete unter anderem für Heye & Partner, Tribal DDB, plan.net, Berger Bader Hermes und andere Agenturen, wo er für folgende Kunden tätig war: BMW, MINI, Hyundai, Volkswagen, HypoVereinsbank, Jägermeister, Foster´s, o2, T-COM etc. Er besitzt inzwischen 20 Jahre Erfahrung bei bekannten Werbeagenturen und bekannten Marken in den Bereichen Strategie, Konzeption und Text. Ralf Kratzert ist der festen Überzeugung, dass Werbung tot ist – und genau aus diesem Grund lebendiger denn je.

Dr. Ralf Lengen „Besser schreiben, reden und managen – mit Salomo & Co.": So lautet das Angebot von Dr. Ralf Lengen und seinem Unternehmen **Meistertricks.** Dr. Lengen gibt seit 2003 Seminare für Führungskräfte sowie für Mitarbeiter in der internen und externen Kommunikation. Er ist Wirtschaftsredakteur und Autor von Publikationen wie „Die Schreibtricks der Meister" und „Die Redetricks der Meister". Sein Lieblingsmeister ist Salomo, dem er eine eigene Website widmet: www.salomo.de. Die Tricks von weiteren Meistern wie Luther, Adenauer und Rockefeller präsentiert er auf www.meistertricks.de.

Überzeugende Texte

07L1612

Wer an diesem Lehrgang teilnehmen sollte

Leiter und **verantwortliche Mitarbeiter** aus den Bereichen **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Kundenservice, Unternehmenskommunikation und PR, Werbung, Marketing** und **Vertrieb** sowie alle, die in ihrem beruflichen Alltag Texte für die **externe und interne Kommunikation** ihres Unternehmens verfassen und beurteilen müssen.

Gute Gründe für Ihre Teilnahme

Erweitern Sie Ihre Fach- und Methodenkompetenz in Themen wie
- Form, Struktur und Verständlichkeit von Texten,
- Werbetexte und Werbeanzeigen,
- Headlines und Claims,
- Corporate Language,
- Broschüren, Newsletter und Kundenzeitschrift,
- Texten für Social Media u. v. m.

Wählen Sie Ihre Buchungsvariante

- Basisversion des Lehrgangs in digitaler Form als Online-Lernplattform für € 1.595,– (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.)

Lektionen auch einzeln buchbar für 155,– € je Lektion (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-texten
PDF zum Ausdrucken:	www.mc-edition.de/form-ml
E-Mail:	anmeldung@mc-edition.de
Anmeldung:	+49 6196 4722-700
Kundenservice:	+49 6196 4722-800
Per Post:	Management Circle Verlag GmbH, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts. (Germany)

Teilnahmebedingungen

Dieser Lehrgang dauert 11 Wochen und umfasst 11 Lektionen. Die Teilnahmegebühr für die Basisversion des Lehrgangs mit Online-Lernplattform und qualifiziertem Teilnahmezertifikat beträgt pro Person € 1.595,–. Sie können die Basisversion um folgende Zusatzoptionen erweitern:

Für € 200,– mehr (Gesamtpreis € 1.795,–) erhalten Sie die gedruckten Lehrgangsunterlagen inkl. Einstiegspaket per Post.

Für € 245,– mehr (Gesamtpreis € 1.840,–) bekommen Sie das aktuelle iPad.

Die Kombination der Basisversion und beider Zusatzoptionen für € 445,– mehr (Gesamtpreis € 2.040,–) 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/Ts.

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

A/EP