

# KOSMETIK

## 2011

Körperpflege, Naturkosmetik, Düfte –

Was sind die neuesten Trends im Beauty- und Kosmetikhandel?



26. und 27. September 2011, Renaissance Hotel Düsseldorf

Hören Sie Vorträge u.a. von folgenden Branchenexperten:

**Sonderpreis für Mitglieder  
des Bundesverband  
Parfümerien e.V. –  
Sie sparen 300,- €**

### Moderation



**VKE**

**Martin Ruppmann**,  
Geschäftsführer,  
VKE - Kosmetikverband  
Berlin



**IfH**

**Boris Hedde**,  
Geschäftsführer,  
IfH Institut für Handels-  
forschung GmbH

### International Keynote



**ICI PARIS XL**

**Leo van Welij**,  
Managing Director,  
ICI PARIS XL BeNeLux



**EDEKA**

**Gundula Böger-  
Heidenreich**, Leiterin  
Einkauf Drogerie, EDEKA  
Handelsgesellschaft  
Minden-Hannover mbH



**SuperBioMarkt**

**Michael Radau**,  
Vorstandsvorsitzender,  
SuperBioMarkt AG



**KORRES**

**Martin Zinger**,  
Inhaber,  
KORRES Store Kassel



**GALERIA Kaufhof**

**Olaf Schepers**,  
Einkaufsleitung  
Persönlicher Bedarf,  
GALERIA Kaufhof GmbH



**Parfümerie Rüdell**

**Martin Rüdell-  
Overkämping**,  
Geschäftsführer,  
Parfümerie Rüdell



**ARTDECO**

**Anna Blasco Salvat**,  
Vicepresident Marketing,  
Member of the Board,  
ARTDECO cosmetic GmbH



**Börlind**

**Michael Lindner**,  
Geschäftsführender  
Gesellschafter, Börlind  
Gesellschaft für kosme-  
tische Erzeugnisse mbH



**LOGOCOS**

**Bettina Bockhorst**,  
Marketingleiterin,  
LOGOCOS Natur-  
kosmetik AG



**laverana**

**Katja Schild**,  
Leitung Private Label,  
laverana GmbH & Co. KG



**Lothar Böhm**

**Martina Kunert**,  
Geschäftsführung,  
Lothar Böhm GmbH



**Grey Worldwide**

**Jörg Elfmann**,  
Geschäftsführer,  
Grey Worldwide



**Nielsen**

**Dr. Katrin Löhnig**,  
Business Consultant,  
The Nielsen Company

### Top-Themen der Kosmetik-Welt:

**Mit zahlreichen Praxis-  
berichten aus dem Handel!**

- **Kosmetik Trends 2012** – Marktentwicklung und Consumer Insights
- **Global Retailing** – Trends im internationalen Kosmetikmarkt
- **Neue Zielgruppen und Produkte für die Kosmetikbranche** – Anti-Aging und Herrenkosmetik
- **Sortimentsstrategien** – Category Management und Handelsmarken
- **Nachhaltigkeitsstrategien** – Nachhaltigkeit als Markenbotschaft und durch Verpackungsdesign

- **Naturkosmetik** – Ein Wachstumsmarkt, der hält was er verspricht!
- **Im Kampf um Marktanteile** – Bauen die Drogeriemärkte ihre Bedeutung weiter aus oder kommt jetzt der Durchbruch im LEH?
- **Der Kosmetikhandel im Fokus** – Best Practice zu Markenstores, Parfümerien, Warenhäuser, Bioläden, Apotheken und Online Shops
- **Markensicherheit für Kosmetikprodukte** – Schutz vor Fälschungen und Graumarktgeschäften
- **Erfolgreiche Marketingstrategien und Brand Management** – Markenführung on- und offline

Eine Veranstaltung von:

**management forum**

Verlagsgruppe Handelsblatt

Kooperationspartner:



www.parfuemerieverband.de



KOSMETIKVERBAND

Medienpartner:

**KOSMETIKNACHRICHTEN**

**parfümerieNACHRICHTEN.de**



## Vorsitz und Moderation:

**Boris Hedde,**

Geschäftsführer, IfH Institut für  
Handelsforschung GmbH, Köln

9.30

## Ausgabe der Kongressunterlagen und Begrüßungskaffee

9.45

## Begrüßung und Einführung in das Kongressprogramm

## Kosmetik Trends 2012 – Marktentwicklung und Consumer Insights

10.00

### Die Welt der Schönheit – Der Kosmetikmarkt 2012+



- Status Quo: Überblick und Marktentwicklung
- Schöne Aussichten: Trends heute und morgen
- Consumer Insights: Der Konsument im Spiegel

**Dr. Katrin Löhnig,** Business Consultant,  
The Nielsen Company, Frankfurt a.M.

## Global Retailing – Trends und Erfolgs- faktoren für den internationalen Kosmetikmarkt

10.30

### INTERNATIONAL KEYNOTE

#### Global retail trends in the Health & Beauty market

- Multichannel retailing
- New CRM paradigm
- Personalization and privacy

**Leo van Welij,** Managing Director,  
ICI PARIS XL BeNeLux, Vilvoorde / Belgien  
(Vortrag in englischer Sprache)



11.00

### Viele Wege führen nach China – Komplexität und Erfolgsfaktoren für den Vertrieb von Kosmetikprodukten in China

- Aktuelle Situation und neueste Entwicklung des chinesischen Kosmetikmarktes
- Vielfalt der Vertriebskanäle in China und ihre Vor- & Nachteile
- Effiziente Marketingstrategie
- Kritische Faktoren für den Markterfolg in China

**Mei Gräfe,** Geschäftsführerin, Intergate Consulting,  
Außenhandelsberatung & -services, München



11.30

### Kaffee- und Kommunikationspause

## Branchenklima Parfümerie 2011

12.00

### Branchenklima Parfümerie 2011 – Zwischenbericht

**Elmar Keldenich,** Geschäftsführer,  
Bundesverband Parfümerien e.V. - Fachverband des  
Einzelhandels mit Parfums, Kosmetik sowie  
Körperpflege- und Waschmitteln im Handelsverband  
Deutschland (HDE), Düsseldorf



## Neue Zielgruppen und Produkte für die Kosmetikbranche – Anti-Aging und Herrenkosmetik

12.30

### Demografischer Wandel und Auswirkungen auf den Kosmetikmarkt – Zielgruppe der Best Ager

- Einflussfaktoren auf Industrie und Handel
- Sind die Outlets vorbereitet? Best Practice Beispiele aus Deutschland und den Niederlanden
- Interner und externer demografischer Wandel und seine Auswirkungen auf die geschäftliche Entwicklung
- Aktionsplan für den Umgang mit dem demografischen Wandel



**Dr. Franz Josef Gellert,** International Business  
School, Hanze University of Applied Sciences,  
Groningen / Niederlande

13.00

### Die neue Authentizität in der Männerpflege – Mann holt weiter auf

- Der gepflegte Mann – Selbstverständlich männlich!
- Mit Haut und Haaren – Zwischen Angst, Achtsamkeit und Aufwand
- Neue Helden im Regal – Herausforderungen, die Mann sucht



**Renate Arndt,** Senior Research Manager / Director  
Competence Centre 50+, GIM Gesellschaft für  
Innovative Marktforschung mbH, Heidelberg

13.30

### Fragen und Diskussion

13.45

### Lunch- und Kommunikationspause

## Erfolgreiche Sortimentsstrategien in der Kosmetikbranche – Category Management und Handelsmarken

14.45

### Schönheitswelt im Supermarkt – Kommt jetzt der Durchbruch im LEH?

Praxisbericht  
aus dem Handel



**Gundula Böger-Heidenreich,**  
Leiterin Einkauf Drogerie,  
EDEKA Minden-Hannover GmbH

15.15

### Erfolgsfaktoren für eine Naturkosmetikabteilung

Praxisbericht  
aus dem Handel



- Entwicklung von Naturkosmetik im Fachhandel
- Naturkosmetikabteilungen in einem SuperBioMarkt
- Erfahrungen mit dem Quality-Store-Konzept

**Michael Radau,** Vorstandsvorsitzender,  
SuperBioMarkt AG, Münster

15.45

### Trends und Innovationen bei Eigenmarken in der Naturkosmetik

- Erfolgsfaktoren für Naturkosmetik-Eigenmarken – Eine Marktübersicht
- Handelsmarke versus Marke – Welche Unterschiede gibt es?
- Wie stellt sich ein erfolgreicher Private Label Hersteller für Naturkosmetik auf?



**Katja Schild,** Leitung Private Label,  
laverana GmbH & Co. KG, Wenningsen

16.15 Fragen und Diskussion

16.30 Kaffee- und Kommunikationspause

## Nachhaltigkeitsstrategien – Nachhaltigkeit als Markenbotschaft und durch Verpackungsdesign

17.00 Nachhaltigkeit – Gelebte Firmenphilosophie statt Greenwashing



- Die erfolgreiche Implementierung von nachhaltigem Wirtschaften in der Naturkosmetik
- Implementierung von nachhaltigem Wirtschaften in den unternehmerischen Alltag
- Der Mensch, das Produkt und die Umwelt

**Bettina Bockhorst**, Leitung Marketing, LOGOCOS Naturkosmetik AG, Salzhemmendorf

17.30 Nachhaltigkeit durch Verpackungsdesign



**Andreas Unger**,  
Managing Partner,  
REDPACK Brand Design GmbH, Hamburg

## Produktinnovationen als Antwort auf neue Marktanforderungen

18.00 Watte pads – Produktinnovationen als Antwort auf veränderte Marktherausforderungen

- Watte pads mit Mikrofaser als Antwort auf explodierende Baumwollpreise
- Verbesserung der Reinigungsleistung durch Mikrofaseranteil
- Feuchte Watte pads als Convenience Produkte mit vielfältigen Einsatzgebieten



**Dr. Peter Krueger**, Director Business Unit Cosmetics, CMC Consumer Medical Care GmbH, Sontheim an der Brenz

18.30 Fragen und Diskussion

18.45 Zusammenfassung und Ende des ersten Kongresstages

19.00 Get-Together

Im Anschluss laden wir Sie herzlich ein, den ersten Kongresstag in geselliger Atmosphäre ausklingen zu lassen. Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihre Handelskollegen und Partner zu treffen, Ihr Netzwerk auszubauen, wertvolle Kontakte zu pflegen und neue zu knüpfen.

# Zweiter Kongresstag | Dienstag, 27. September 2011



**Vorsitz und Moderation:**

**Martin Ruppmann**,  
Geschäftsführer,  
VKE - Kosmetikverband, Berlin

## Der Kosmetikhandel im Fokus – Wandel im Drogeriemarkt, innovative Vertriebskanäle und Store Formate mit Zukunft

9.00 Innovation im Kosmetikhandel – Die erfolgreiche Erneuerung des Markenauftritts für Deutschlands größte Drogeriekette

- Von den Besten lernen
- Aus Stärken wirkliche Stärken machen
- Auf eine starke Marke setzen und diese umfassend ausschöpfen: Rationale Werte in emotionale Werte umwandeln
- Wie ein neuer Markenauftritt evolutionär die neuen Werte aufladen kann
- Konsequente Umsetzung in einem 360° Auftritt
- Auf die entscheidenden Kommunikationskanäle setzen



**Jörg Elfmann**, Geschäftsführer,  
Grey Worldwide, Düsseldorf

9.30 Erfolgreiche Kombination aus stationärem Markenstore und Online Shop am Beispiel von KORRES

Praxisbericht aus dem Handel

- Kann ein Store mit nur einer Marke leben? – Warum weniger manchmal mehr ist
- Stationäres Ladengeschäft + Onlineshop – Warum das eine ohne das andere nicht funktioniert
- Die Zukunft des inhabergeführten Kosmetikgeschäfts in Deutschland



**Martin Zinger**, Inhaber, KORRES Store, Kassel

10.00 Strategie der selektiven Parfümerie in der Galeria Kaufhof GmbH

Praxisbericht aus dem Handel

- Grenzenloses Einkaufserlebnis – Soft Counter Konzeptionen
  - Kundenwünsche kennen – Beratungsoffensive 2011
  - Gemeinsam wachsen – 360° Kampagnen
- Olaf Schepers**, Einkaufsleitung Persönlicher Bedarf, GALERIA Kaufhof GmbH, Köln



10.30 Kaffee- und Kommunikationspause

**11.00** **Wie Naturkosmetik sich erfolgreich im Handel behaupten kann – Best Practice am Beispiel der hochwertigen Naturkosmetikmarke ANNEMARIE BÖRLIND**

- Naturkosmetik - konventionelle Kosmetik – Ein Widerspruch?
- Was veranlasst den Endverbraucher, Naturkosmetik zu kaufen?
- Was sollte der Handel tun, um neuen Bedarf verbrauchergerecht anzubieten?



**Michael Lindner**, Geschäftsführender Gesellschafter, Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH, Calw

**11.30** **Grüner Luxus in der Apotheke – Innovative Handelskonzepte für Naturkosmetik am Beispiel der DrKRAUS Apotheken**

Praxisbericht aus dem Handel

- Apotheke: Ein Markt im Umbruch
- Wahrnehmung durch den Kunden: Welche Marken passen zu meinem Image?
- Kooperation mit Herstellern: Was braucht meine Apotheke?
- Ausblick: Wohin geht die Reise?



**Dr. Stefan Kraus**, Inhaber, DrKRAUS APOTHEKE, Augsburg

## Markensicherheit für Kosmetikprodukte – Schutz vor Fälschungen und Graumarktgeschäften

**12.00** **Suspicious Fragrance – Der Schutz vor Fälschungen in der Kosmetikbranche**

- Was ist eine Fälschung?
- Grenzbeschlagnahme und Vernichtung von Fälschungen
- Unterbindung des Vertriebs von Fälschungen im Internet



**Dr. Matthias Koch**, Partner/Rechtsanwalt, Hogan Lovells International LLP, München

**12.30** **Lunch- und Kommunikationspause**

## Erfolgreiche Marketingstrategien und Brand Management – Markenführung on- und offline

**13.30** **Social Media für Kosmetikmarken**

- Wie kann Social Media gewinnbringend in die Marketingstrategie integriert werden?
- Wie erfolgt professionelles Monitoring?
- Best Practice aus dem Kosmetikmarkt



**Boris Hedde**, Geschäftsführer, IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln

**14.00** **Kundenansprache in der virtuellen Welt – Erfolgsstrategien für Social Media und Mobile Communication für Parfümerie-Kunden und -Inhaber**



- Einfluß und Lösungsansätze des Social Media und world wide web auf den Parfümerie-Einzelhandel



**Martin Rüdell-Overkämping**, Geschäftsführer, Parfümerie Rüdell, Bonn  
**Christian Waas**, Geschäftsführer, beauty locator UG (Haftungsbeschränkt), Köln

**14.30** **Fragen und Diskussion**

**14.45** **Kaffee- und Kommunikationspause**

**15.15** **Individuelles Verpackungsdesign als Markenbotschafter**

- Je spitzer die Zielgruppe, desto exponierter das Packaging
- Young Adults: Markendesign für Trendbewute
- Die bebe generation: Design am Puls der Konsumentin 25-



**Martina Kunert**, Managing Partner, Lothar Böhm GmbH

**15.45** **Erfolgreiche Markenführung in der Kosmetikbranche – ARTDECO, Deutschlands führende Make up-Marke im selektiven Bereich**

- ARTDECO – Facts & Figures
- The recipe for success



Die „Blue Ocean“-Strategie für Erfolg  
**Anna Blasco Salvat**, Vicepresident Marketing, Member of the Board, ARTDECO cosmetic GmbH, Karlsfeld

**16.15** **Marbert – Die Wiederbelebung einer alten (Marken)-Dame der pflegenden Kosmetik**

- Das Erkennen des bestehenden und relevanten Markenpotentials
- Das Definieren einer Markenpersönlichkeit die wirklich jeder versteht



Die Fachverkäuferin als Zielgruppe begreifen  
• Ganzheitliche Markenführung: Ein Botschaft vom Branding bis zum Mailing  
**Prof. Rüdiger Goetz**, Geschäftsführer, Kreation KW43 Branddesign, Düsseldorf

**16.45** **Fragen und Diskussion**

**17.00** **Zusammenfassung der beiden Kongresstage**

**17.15** **Ende des Branchenkongresses KOSMETIK 2011**

# Herzlich Willkommen zum Branchenkongress „KOSMETIK 2011“!

Sehr geehrte Damen und Herren,

laut des VKE-Kosmetik-Index legen 39 Prozent der Kunden großen Wert auf das persönliche Einkaufserlebnis am Point of Sales – trotz des allgegenwärtigen Booms des Online Commerce.

Welche Konsequenzen und Potentiale ergeben sich damit für die Zukunft des Handels? Wie werden on- und offline Welten sinnvoll miteinander verknüpft? Und welche neuen Zielgruppen gilt es, zukünftig für das eigene Produkt und die eigene Marke zu begeistern?

Diskutieren Sie auf dem Branchenkongress KOSMETIK 2011 diese und weitere aktuelle Herausforderungen des Kosmetikmarktes persönlich mit hochkarätigen Referenten und Teilnehmern unter dem Motto

## „Körperpflege, Naturkosmetik, Düfte – Was sind die neuesten Trends im Beauty- und Kosmetikhandel?“

Erfahren Sie in spannenden Praxisvorträgen

- wie der (inter-)nationale Kosmetikmarkt sich zukünftig entwickelt.
- wie neue Zielgruppen gewonnen werden können.
- mit welchen innovativen Konzepten der Handel punkten kann.
- wie Markenführung und -sicherheit ihre Produkte erfolgreich macht.
- welche Marketingstrategien positiv auf Umsatz und Image wirken.

Erleben Sie mit uns zwei ereignisreiche Kongresstage, die es in sich haben – Networking pur, Kontaktpflege und persönliche Gespräche mit zahlreichen Brancheninsidern aus Handel und Industrie!

Wir freuen uns, Sie im September in Düsseldorf zu begrüßen!

Mit freundlichen Grüßen,



Stefanie Pracht  
Geschäftsführerin



Meike Kleinbach  
Projektleiterin

### Informationen zu unseren Veranstaltungen finden Sie jetzt auch auf



[www.facebook.com/managementforum](http://www.facebook.com/managementforum)



[www.twitter.com/managementforum](http://www.twitter.com/managementforum)

## Kooperationspartner



[www.parfuemerieverband.de](http://www.parfuemerieverband.de)

Bundesverband Parfümerien e.V. - auf einen Blick: Der Bundesverband Parfümerien e.V. ist der branchen- und wirtschaftspolitische Spitzenverband des deutschen Parfümerieeinzelhandels. In seiner Funktion als Fachverband des Einzelhandels mit Parfums, Kosmetik sowie Körperpflege- und Waschmitteln im Handelsverband Deutschland (HDE), Berlin betreut der Bundesverband Parfümerien e.V. darüber hinaus die entsprechenden Sortimentsbereiche innerhalb der Einzelhandelsorganisation.



KOSMETIKVERBAND

Der VKE-Kosmetikverband, Berlin wurde 1952 in Frankfurt am Main gegründet und nimmt die gemeinsamen Berufs- und Fachinteressen der Distributeure bzw. Hersteller selektiv vertriebener Duft- bzw. Kosmetikprodukte in Deutschland wahr. Mitglieder des VKE sind heute 50 deutsche Vertriebsstöchter ausländischer Stammhäuser bzw. inländische Kosmetikproduzenten, die über 200, zum Teil weltbekannte Marken und einen Umsatz von 2,0 Mrd. € repräsentieren.

## Medienpartner



Das Online-Magazin ist als Branchenportal für Instituts- und Konsumkosmetik konzipiert. Es wird vom Bundesverband Parfümerie e.V., der Branchenvertretung des Einzelhandels mit Parfums, Kosmetik sowie Körperpflege- und Waschmitteln im Handelsverband Deutschland (HDE) bzw. seiner Fördergesellschaft und dem Institut der deutschen Kosmetikwirtschaft betrieben.



Neben Neuheiten, Terminen und Unternehmensmeldungen stehen bei diesem Online-Magazin für den selektiven Parfümerieeinzelhandel brancheninterne Themen, Personalmeldungen und Umfragen auf der Tagesordnung. Das Portal ist offizielles Medium des Bundesverband Parfümerien e.V. und wird durch die Wirtschaftskammer Österreich, Bundesgremium des Handels mit Arzneimitteln, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Chemikalien und Farben in Wien unterstützt.

## Zielgruppe

Der Kongress richtet sich an den Kosmetik-, Natur- und Biokosmetik-, Körperpflege- und Parfümfachhandel, Drogeriemärkte, Apotheken und Warenhäuser sowie den Lebensmitteleinzelhandel u.a. an Vorstände, Geschäftsführer und das leitende Management der Bereiche

- Vertrieb / Key Account Management
- Marketing
- Produkt- / Markenmanagement
- Category Management
- Verkaufsförderung
- Chefkosmetiker
- Unternehmensentwicklung
- Produktentwicklung
- Qualitätssicherung
- Einkauf

Ebenso werden Fach- und Führungskräfte aus der Kosmetik-, Körperpflege-mittel-, Verpackungs-, Handelsmarken- und Markenartikelindustrie, Lohnabfüller sowie Beratungs- und Marktforschungsunternehmen, Werbeagenturen und Dienstleister angesprochen, die sich mit der Thematik beschäftigen.

## Kongressausstellung „KOSMETIK 2011“

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem hochkarätigen Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen aus dem kosmetischen Umfeld zu präsentieren.

### Ausstellungsbereiche:

- Kosmetik, Körperpflege, Naturkosmetik, Düfte
- Fashion & Lifestyle
- Naturkosmetik
- Handelsmarken
- Kosmetikeinrichtungen
- Salon-Ausstattung
- Verpackungen und Rohstoffe
- Agenturen und Dienstleister

### Sie möchten Sponsor oder Aussteller des Branchenkongresses KOSMETIK 2011 werden?

**Frau Alexandra Hebig**, Sales-Managerin, berät Sie gerne.  
Telefon 069 / 24 24-4783, E-Mail [hebig@managementforum.com](mailto:hebig@managementforum.com)  
Fordern Sie noch heute unverbindlich Ihr Angebot an!

# KOSMETIK 2011

Körperpflege, Naturkosmetik, Düfte –

Was sind die neuesten Trends im Beauty- und Kosmetikhandel?



INFOPOST  
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main

26. und 27. September 2011, Renaissance Hotel Düsseldorf

## Fax-Anmeldung: 069 / 24 24 - 4799

- Ja, hiermit melde ich mich / wir uns an zum **Branchenkongress KOSMETIK 2011** am 26. und 27. September 2011, 1.290,- € zzgl. MwSt. p.P.
- Sonderpreis für Mitglieder des Bundesverband Parfümerien e.V. (990,- € zzgl. MwSt)**
- Ja, wir sind an der Teilnahme als **Sponsor oder Aussteller** interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich das Informationspaket zu.
- Ja, ich bestelle das Handelsblatt 4 Wochen (21 Ausgaben) für 1,64 € pro Ausgabe statt 2,30 € am Kiosk. Als Dankeschön, das ich in jedem Fall behalten darf, wähle ich den Cerrutti-Rollerball. Möchte ich nach dem Test weiterlesen, brauche ich nichts weiter zu tun und erhalte das Handelsblatt frei Haus für z. Zt. monatlich nur 48,30 € (Inland inkl. MwSt. und Zustellkosten). Ansonsten genügt eine schriftliche Mitteilung innerhalb der ersten 3 Wochen an: Handelsblatt GmbH, Postfach 9244, 97092 Würzburg.

1. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Firma	
Straße	
PLZ	Ort

2. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

3. Name	Vorname
Position	Abteilung
Telefon*	Fax

E-Mail\*  
\* Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

Datum	Unterschrift
-------	--------------

### Kontakt:

Management Forum der  
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH  
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99  
E-Mail: info@managementforum.com  
Internet: www.managementforum.com

### Veranstaltungsort:

Renaissance Hotel Düsseldorf  
Nördlicher Zubringer 6, 40470 Düsseldorf  
Tel.: +49 (0) 211 / 62 16 0, Fax: +49 (0) 211 / 62 16 666  
E-Mail: rhi.dusrn.info@renaissancehotels.com  
EZ: 129,- € inkl. Frühstück

### Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für Sie bereit. Bitte nehmen Sie die Reservierung **direkt** im Hotel unter Berufung auf „KOSMETIK 2011“ vor.

### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen zweitägigen Kongress beträgt 1.290,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke und das Mittagessen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- € zzgl. MwSt. p.P. erhoben, wenn die Absage spätestens bis 29. August 2011 schriftlich bei Management Forum eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 29. August 2011 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

### Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die Ihnen am Veranstaltungstag gemeinsam mit den Tagungsunterlagen am Kongresscounter ausgehändigt werden.