

Mit Google™ & Co. einfach und gezielt Kunden gewinnen!

Der Manager Suchmaschinen-Marketing

Strategische Planung, nachhaltige Optimierung und systematische Erfolgsmessung!

So belegen Sie den ersten Platz im
Ergebnis-Ranking:

Strategisches Suchmaschinen-Marketing

- Wie suchen Ihre Kunden und was macht die Konkurrenz?

SEO – Die Optimierung Ihrer Website

- Gratwanderung zwischen Design und Findability

SEM – Der Google-Suchmaschinen-Spezialist

- Google AdWords – das Maß aller Dinge?

Neue technologische Entwicklungen

- Web 2.0 und lernende Suchmaschinen

Richtig outsourcen

- Risiken der Fremdvergabe vermeiden

Systematische Erfolgsmessung

- Kontrollen im Suchmaschinen-Marketing

Mit vielen live Demos!

**Best Practise live mit der Deutschen Post AG
und der Deutschen Telekom AG!**

Ihre SEO- & SEM-Experten:

Prof. Dr. rer. pol. Michael Ceyp
Fachhochschule Wedel

Fred Geiger
Premeon Unternehmensberatung

Christopher Wintrich
**Deutsche Telekom AG, T-Com
Geschäftseinheit T-Online**

Klaus Kuenen
Deutsche Post AG

**Ihr Leitfaden zur Anwendung von
Google AdWords & Co.:**

- ✓ Kampagnen professionell starten
- ✓ Optimierung Ihrer Anzeigen-Texte und Ihres Werbebudgets
- ✓ Fehler, die Google nicht verzeiht
- ✓ Berichte und Reports richtig interpretieren
- ✓ Auswahl der richtigen Suchbegriffe
- ✓ Clickpreise senken und Anfragen steigern

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Ihr Termin:

16. bis 18. Februar 2009 in München

Ihr persönlicher Mehrwert:

Management Circle Fachzertifikat

„Der Manager
Suchmaschinen-Marketing“

ausgestellt von Management Circle
und den SEO- & SEM-Experten


MANAGEMENT CIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

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

Basis Know-how für erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing!

Ihr Seminarleiter:
Prof. Dr. rer. pol. Michael Ceyp, Dozent, **Fachhochschule Wedel**, Wedel

Herzlich Willkommen – Seminar Eröffnung

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Thematischer Überblick
- Abstimmung mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

SEM & SEO – Bedeutung, Entwicklung & Gewichtung im Marketing-Mix

- Online-Marketing verzahnt im Multikanal-Marketing
- Aktuelle Zahlen zum Online Marketing im Überblick
- Phasenansatz des Kaufverhaltens im Web
- Abgrenzung und Zusammenhänge zwischen SEO und SEM
- „Alles Google oder was?“
 - Marktübersicht
 - Verzeichnisse
 - Suchmaschinen
 - Meta-Suchmaschinen
- Kreislauf des Suchmaschinenmarketing
- Suchverhalten im B-to-B und B-to-C
- Technische Grundlagen zur Funktionsweise einer Suchmaschine
- Die Datei robot.txt und ihre Wirkungen

Suchmaschinen-Optimierung (SEO)

- Hinzufügen einer URL
- SEO-Beurteilungsseiten als Ausgangspunkt
- Wettbewerbsbeobachtung
- Sitebefehle zum Überblick
- Laufendes Controlling und Monitoring
- Wie finde ich passende Keywords?
- Suchalgorithmen – das letzte Geheimnis?
- Alles Spam? Einführung in die Google-Qualitätsrichtlinien

Basis Know-how für erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing (SEM)

- Grundlagen AdWords und AdSense
- Ermittlung von Gebotssituationen
- Grobabschätzung von Besucherzahlen
- Link-Reporting
- Gestaltung wirksamer SEM-Anzeigen
- Überblick über verschiedene Bid-Management-Systeme

Neue Entwicklungen im Suchmaschinen-Marketing

- Web 2.0 – Revolution oder „alter Wein in neuen Schläuchen“?
- „Und alle machen mit!“ – Chancen & Risiken einer Folksonomy
- Wie beeinflussen die neuen Entwicklungen SEO & SEM?
- Mobile Suche
- Lokale Suche

Get-Together

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

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: ab 8.15 Uhr Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

	Beginn des Seminars	Gemeinsames Mittagessen	Ende des Seminartages
1. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 - 14.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 - 14.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
3. Seminartag	8.30 Uhr	12.30 - 14.00 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Die Zertifikatsprüfung findet am letzten Seminartag von 16.30 Uhr bis 17.30 Uhr statt. Die Teilnahme an der Prüfung ist fakultativ.

Am Vormittag und am Nachmittag sind an allen Seminartagen Kaffee- und Teepausen in Absprache mit den Referenten und den Teilnehmern geplant.

Stimmen begeisterter Teilnehmer

- *„Ich nehme viele Tipps für die Praxis mit.“*
- *„Sehr kompetent und äußerst professionell!“*
- *„Perfekte Organisation und tolle Referenten.“*

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.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

Suchmaschinenmarketing mit System: So funktioniert Google!

Ihr Seminarleiter:

Fred Geiger, Inhaber, **Premeon Unternehmensberatung**, Schwand bei Nürnberg

Es geht weiter!

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Übersicht über die Themen des zweiten Tages

SEO – Ansatzpunkte kontinuierlicher Optimierung

- Der Dreiklang von Accessibility, Usability & Findability
- Offline – die vergessene Dimension
- Die Gratwanderung zwischen Design & Suchmaschinen-freundlichkeit
- Die eigene Website sinnvoll optimieren
- Schön war gestern – wie SEO das Webdesign beeinflusst

Workshop!

Words don't come easy – finden Sie die für Sie relevanten Keywords

- Warum das Finden relevanter Key Words für SEO und SEM so wichtig ist
- Von Diskriminierung und Key Word-Datenbanken
- So finden Sie die besten Key Words für Ihr Suchmaschinenmarketing: Entwicklungsstrategien Schritt für Schritt

SEO – On-Site-Optimierung

- So arbeiten Suchmaschinen
- Marktanteile und Bewertung verschiedener Suchmaschinen
- Von Volltexten und Tags
- Spielen Relevanz und Qualität der Website eine Rolle?
- Die 10 Gesetze der Findability
- Typische Fehler vermeiden

Case Study T-Online: SEO und User Centered Design

- Nutzerverhalten auf Suchergebnisseiten: Wie suchen meine Kunden?
- SEO und User Centered Design: zwei Seiten einer Medaille
- Inhouse-SEO: Verankerung von SEO im Unternehmen

Christopher Wintrich
Junior Manager Suchmaschine,
Deutsche Telekom AG, T-Com, Geschäftseinheit T-Online
Darmstadt

SEO in der Praxis

Workshop!

Unter Anleitung des Seminarleiters optimieren Sie in Eigenregie eine Website entsprechend der vorher vermittelten Vorgehensweise.

Dirty Tricks – was man lieber nicht machen sollte

- Das Spam-Problem
- Google Bomben – von Flying Spaghetti Monstern und Kohlköpfen
- Tarnen und täuschen – Cloaking, Hidden Texts und Hidden Links
- Falsche Tatsachen – Doorway Pages, Domain Dubletten und Pagejacking
- Blogspamming – warum Blogs zum Missbrauch einladen
- Bewertungsportale – von Bestsellern, die es nicht gibt

Integration im Marketing Mix – SEM & SEO in Marketingkampagnen integrieren

- Warum SEO & SEM solitär nicht funktionieren
- Warum alle über den integrierten Ansatz reden, aber kaum einer ihn beherrscht
- Fallbeispiel: mit Daisy auf den Mount Everest

Abend-Special: SEO Klinik für Ihre Website

Wenden Sie sich mit den **Fragen zu Ihrer Website** direkt an unser Experten-Team. Sie haben die Möglichkeit vorab Ihre Website-Adresse bekannt zu geben, damit sich unsere Experten bereits vor dem Seminar auf die Besonderheiten Ihrer Website vorbereiten und so **ungenutzte Potenziale aufdecken** können.

Der optimale Mix aus Theorie & Praxis

- ✓ Sie erhalten **fundiertes Fachwissen** zum Thema SEO und SEM.
- ✓ Sie profitieren von den praktischen Erfahrungen der **Deutsche Post AG** und **Deutsche Telekom AG**.
- ✓ Unsere Experten beantworten Ihnen Ihre Fragen **individuell und kompetent**.
- ✓ Dank der ausführlichen Dokumentation erhalten Sie **ein kompaktes Nachschlagewerk zur gezielten Nachbereitung**.
- ✓ **Live-Demos** und **zahlreiche Workshop-Elemente** machen die Theorie für Sie sofort umsetzbar.

Richtig outsourcen und vernünftige Budgets vorgeben!

Ihr Seminarleiter:
Fred Geiger

Auf in den dritten Tag!

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Übersicht über die Themen des dritten Tages

Richtig outsourcen I

– Identifizierung passender Agenturen

- Make or Buy – Für wen ist Outsourcing sinnvoll, für wen nicht?
- Vom Screening zum Projektauftrag – Auswahlverfahren im Vergleich
- Welche Agentur passt zu Ihnen?
- Welche Vertragsmodelle sind zielführend?

Sinnvolle Abrechnungssysteme und Vergütungsmodelle

- Der Vorteil performance-orientierter Abrechnungsmodelle
- Von CpC, CpO und Caps – das passende Abrechnungsmodell finden
- Click-Betrug als wichtigstes Problem im SEM
- Wie erkenne ich Click-Betrug?
- Maßnahmen gegen Click-Betrug

Richtig outsourcen II

– Budgetierung und Kostenmanagement

- Warum klassische Budgetierung im SEM nicht sinnvoll ist
- Rollierende Budgetierung als Königsweg zu messbarem Erfolg
- Die vergessene Dimension: interne Kosten transparent machen
- Die Tücke der Cap – wie Sie Kostenrisiken im SEM vermeiden

Best Practise: Fünf Jahre Suchmaschinenmarketing, Deutsche Post AG Leserservice

- Suchmaschinenmarketing, der Start
- Was kosten Keywords wirklich?
- Nicht bei Google gefunden?
- Suchmaschinen kostenlos – Site-Optimierung!
- Ausblick und Fragen

Klaus Kuenen
Projektleiter eCommerce & eMarketing,
Deutsche Post AG, Köln

Tipps, Tricks & Kniffe

Die wichtigsten Websites zu SEO und SEM als Live-Demo

Live-Demo!

SEM in der Praxis

- Planung, Implementierung und Schaltung einer SEM-Kampagne: Gibt es rechtliche Hürden?
- Domainrecht und Markenrecht auf Konfrontationskurs
- „Die Gedanken sind frei?“ – die Haftung für die Inhalte Ihrer Website
- UWG – seine Auswirkungen auf SEO & SEM
- „Geklaut kann teuer werden“ – die Tücken des Urheberrechts

Workshop!

Controlling – Erfolgsmessung im Suchmaschinen-Marketing

- Ohne Ziel, kein Erfolg – sinnvolle Kriterien für Ihren Kampagnenerfolg
- Was darf Suchmaschinenmarketing kosten?
- Von Reichweiten und CPM – Messgrößen im Suchmaschinenmarketing
- Kennziffern richtig interpretieren
- Effizienz ist der Schlüssel – wie Sie den Aufwand für Ihr SEM-Controlling sinnvoll begrenzen

Abschlussprüfung

Nach erfolgreicher Abschlussprüfung erhalten Sie das Management Circle-Fachzertifikat:



„Der Manager Suchmaschinen-Marketing“

Die Themen der drei Tage werden im Rahmen eines Multiple Choice-Tests geprüft. Innerhalb von 4 Wochen erhalten Sie das Ergebnis und Ihr Zertifikat „Der Manager“ Suchmaschinenmarketing“ Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme an der Prüfung erhalten Sie eine Teilnahme-Bestätigung.

Nur wer ganz oben steht wird gefunden!

Internet ohne Suchmaschinen ist heute kaum noch vorstellbar. Mehr als 90% aller Internet-User nutzen Suchmaschinen, um zeitnah nach passenden Anbietern, Produkten und Dienstleistungen zu fahnden. Alle Suchmaschinen folgen dabei einer Vielzahl von Regeln und Algorithmen. **Fällt Ihre Webseite durch das Suchraster hindurch, gehen Ihnen viele potenzielle Kunden verloren!** Können Sie sich das leisten?

Als Webseiten-Verantwortlicher im Unternehmen müssen Sie darauf achten, dass Sie bei den wichtigsten Schlüsselbegriffen direkt an der Spitze des Ergebnis-Rankings gelistet sind. Ihre Konkurrenz darf nicht schneller und eindeutiger gefunden werden als Sie!

Auf den ersten Plätzen der Suchmaschinen gelistet zu sein, bedeutet gefunden zu werden. Das führt zu mehr Besuchern, mehr Anfragen und letztlich mehr Umsatz!

Mit SEM & SEO auf den ersten Platz

Um im Suchmaschinen-Ranking ganz oben zu stehen, müssen Sie zwei Dinge beachten:

- 1 Sie müssen Ihre Internetseite so gestalten, dass sie jede Suchmaschine ohne Probleme findet und ihre Relevanz erkennt (SEO).
- 2 Sie müssen Ihre Suchmaschinen-Marketing-Maßnahmen effektiv und effizient so einsetzen, dass es dem Ergebnis-Ranking dienlich ist (SEM).

Werden Sie Profi für SEO & SEM

Unser Experten-Team zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Webseite so gestalten, dass Sie bei jeder Suche auf den obersten Rängen der Ergebnisliste landet. Sie erfahren zudem, wie Sie durch den effizienten Einsatz der richtigen Suchmaschinen-Marketing-Maßnahmen den Einsatz Ihres Budgets sicher im Auge behalten. Auch wenn Sie die Betreuung Ihrer Webseite outsourcen, müssen Sie fit sein und verstehen wie Suchmaschinen funktionieren, um den Überblick über die Leistungen zu haben, die Ihnen von Ihren Outsourcing-Partner verkauft werden.

Ist Google das Maß aller Dinge?

Google entscheidet ob potenzielle Kunden Ihre Webseite finden oder nicht!

Sie müssen wissen, wie Sie bei Google weit oben im Ranking erscheinen und welche Fehler Google Ihnen nicht verzeiht!

Optimieren Sie Ihr Suchmaschinen-Marketing

- ✓ Erfahren Sie mehr über Instrumente, Tools und aktuelle Entwicklungen.
- ✓ Lernen Sie, wie Suchmaschinen-Marketing am sinnvollsten in eine Online-Marketing-Kampagne zu integrieren ist.
- ✓ Befassen Sie sich mit Vor- & Nachteilen von branchenspezifischen Portalen.
- ✓ Werden Sie fit mit Google AdWords & Co.
- ✓ Erfahren Sie, ob sich Outsourcing lohnt.
- ✓ Finden Sie heraus, wie Sie den Erfolg Ihres Suchmaschinen-Marketings messbar machen.



Prof. Dr. rer. pol. Michael Cey lehrt an der **privaten Fachhochschule** in Wedel im Fachbereich Marketing. Er beschäftigt sich seit Mitte der 90er Jahre im Rahmen diverser Beratungs- und Forschungsprojekte bei großen und mittelständischen

Unternehmen intensiv mit den vielfältigen Fragestellungen des Dialogmarketings, Database Marketings, vertikalem Marketing und CRM. Ein besonderes Forschungsfeld stellt der Bereich „E-Mail-Marketing“ dar, in dem er seit 1999 regelmäßig empirische Studien erstellt und veröffentlicht. Seit Juli 2002 ist Prof. Dr. rer. pol. Michael Cey zusätzlich Geschäftsführer des Instituts für interaktive Medien GmbH (IFIM), Wedel. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung im Bereich der Konsumentenakzeptanz sowie Consulting für Mediendienstleister. Prof. Dr. rer. pol. Michael Cey ist Autor viel beachteter Fachbücher, Arbeitspapiere und Marktforschungsstudien sowie regelmäßiger Referent auf internationalen Kongressen.



Christopher Wintrich ist seit 2007 Junior Manager Suchmaschine im Geschäftsbereich T-Online bei der **Deutschen Telekom AG** in Darmstadt. Im Rahmen dieser Tätigkeit betreut er die SEO-Aktivitäten des T-Online-Portals. Zudem ist er für die interne Mitarbeiter-Weiterbildung im Bereich SEO verantwortlich. Sein Studium im Bereich Informations- und Wissensmanagement absolvierte Christopher Wintrich mit Note 1,7 an der Hochschule in Darmstadt.



Fred Geiger ist Inhaber der **PREMEON Unternehmensberatung** in Schwand bei Nürnberg. Als Unternehmensberater und Managementtrainer begleitet er Führungskräfte und Unternehmer durch Veränderungsprozesse. Sein Fokus ist die Kommunikations- und Strategieberatung sowie die Entwicklung von Konzepten, die sich konsequent mit der Effizienzsteigerung in Marketing und Vertrieb beschäftigen. Weiterhin ist Fred Geiger Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Heilbronn und an der WiSo-Führungskräfte-Akademie der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Der studierte Betriebswirt war viele Jahre in leitenden Funktionen bei marktführenden internationalen Unternehmen der Markenartikel- und Dienstleistungsbranche tätig. Zu seinen beruflichen Stationen zählen u.a. BfG Bank AG, British Airways, Paul Hartmann AG und Schöller Eiscreme.



Klaus Kuenen ist seit 2002 Projektleiter eCommerce und eMarketing der **Deutschen Post AG Leserservice Online** in Köln. Nach seinem Studium im Fachbereich Medien Design agierte er lange Jahre sowohl als Fachdozent an verschiedenen

Hochschulen als auch als Workshop- und Seminarleiter sowie als Coach für Service Mitarbeiter zum Thema: „Soft Skills im CRM“. Klaus Kuenen arbeitete auch an Arbeitsprozessanalysen und Trainingsentwicklungen für Systemgestützte Service Prozesse und in der Produktionsleitung zu verschiedenen IT-Projekten.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Iris Feist



Iris Feist
Senior Konferenz Managerin
Tel. 0 61 96 / 47 22-688
E-Mail: feist@managementcircle.de

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie möchten bei der Google-Suche an oberster Stelle der Ergebnis-Liste erscheinen.
- Sie wollen die Erfolgsgeheimnisse effizienten Suchmaschinen-marketings beherrschen.
- Sie möchten die Zahl der Besucher auf Ihrer Website eigenständig und ohne Budget vorantreiben.
- Sie möchten Fehler beim Outsourcing des Suchmaschinen-marketings zukünftig vermeiden.

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Das Seminar richtet sich in erster Linie an **Leiter Marketing, Manager Suchmaschine, Manager E-Business und Online-Marketing, Marketing Manager** sowie **Leiter Innendienst, Web Designer, Webmaster und Leiter Media Management**. Wir wenden uns zudem an alle Abteilungen mit dem Auftrag der Neukundengewinnung sowie **Vertriebsleiter, Leiter Kundenservice, Abteilung Verkaufsförderung und Projektmanager Online-Vermarktung**.



Termin und Veranstaltungsort

16. bis 18. Februar 2009 in München

Azimit Hotel München City Ost,
Kronstadterstraße 6-8, 81667 München
Tel.: 0 89/94 38 44-2605, Fax: 0 89/94 38 44-2670
E-Mail: r.reetz@ahc-hotels.com

Zimmerreservierung

Für die Seminar Teilnehmer steht im 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.

 Mit der Deutschen Bahn ab € 79,- zur Veranstaltung.
Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn 

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum.

Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter:
www.managementcircle.de

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.

Die Teilnahmegebühr für das dreitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together, der Prüfung 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 Manager Suchmaschinen-Marketing

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

16. bis 18. Februar 2009 in München

02-60688

1 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

2 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

3 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

FIRMENNAME

STRASSE/POSTFACH

PLZ/ORT

TELEFON/FAX

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

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

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

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: +49 (0) 61 96/47 22-700

Fax: +49 (0) 61 96/47 22-999

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Internet: www.managementcircle.de/02-60688

Postanschrift: **Management Circle AG**

Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0

