

MASCHINENBAUFORUM

ERFAHRUNGSUSTAUSCH UNTER PRAKTIKERN



**Einkauf und
Materialwirtschaft**

**Tagungs-
und Seminarprogramm
19. bis 21. März 2019**

19.03.2019	<p>MASCHINENBAUFORUM Einkauf und Materialwirtschaft, Teil 1 von 10:00 bis 18:00 Uhr</p> <p>Wie gestalte ich den Transformationsprozess? – Eine Roadmap „Procurement 360°“ 2</p> <p>Digitalisierungsprojekte im Einkauf – Von Big Data zu digitalen Assistenten 2</p> <p>Realtime Risk Management – Sind Algorithmen die besseren Disponenten? 2</p> <p>Mit Künstlicher Intelligenz (KI) auf Lieferantensuche 3</p> <p>Additive Fertigung: Rocket Science oder schon Game Changer in der Beschaffung? 3</p> <p>Kompetenzmanagement im digitalen Wandel – Was kommt, was geht, was bleibt? 3</p> <p>Come Together im Foyer des Mittleren Saales von 18:00 bis 21:00 Uhr</p>
20.03.2019	<p>MASCHINENBAUFORUM Einkauf und Materialwirtschaft, Teil 2 von 09:00 bis 16:30 Uhr</p> <p>Zukünftige Wertbeiträge durch Digitalisierung – Wie gestaltet man den Transformationsprozess? 4</p> <p>Von der Vision zur Roadmap – Ein Mittelständler auf dem Weg in die Digitalisierung 4</p> <p>Lieferantenintegration: Vom Angebotstool bis zur Rechnungsprüfung 4</p> <p>Mit Business Intelligence zu mehr Transparenz im Beschaffungsprozess 5</p> <p>Data Analytics im Einkauf – wie schließt man dieses Gap? 5</p> <p>Einkaufsorganisationen im Zeitalter der Digitalisierung 5</p>
20.03.2019	<p>Seminar: Professionell verhandeln (parallel zu Teil 2) Strategie & Taktik – bei Monopolisten erfolgreich agieren von 09:00 bis 16:30 Uhr 6</p>
21.03.2019	<p>Seminar: Data Analytics im Einkauf: gezielt Savings erschließen von 09:00 bis 16:30 Uhr 6</p> <p>Anmeldeformular 8</p> <p>Teilnahmegebühr Die Teilnahmegebühr pro Person und Tag beträgt EUR 450,– zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer. Der Preis beinhaltet das Mittagessen und die Pausenbewirtung. Alkoholische Getränke und Übernachtungskosten sind nicht eingeschlossen.</p>

TAGUNGSPROGRAMM FÜR DEN 19. MÄRZ 2019

Wie gestalte ich den Transformationsprozess? – Eine Roadmap „Procurement 360°“

Bernd Kohring, Einkaufsleitung, SEW-Eurodrive GmbH & Co. KG

Erinnern Sie sich noch an die Zeit, als der Einkauf das Thema Wertanalyse vorangetrieben hat? Sehr zum Unwillen der Kollegen in der Entwicklung, die ihre Kompetenzen beschnitten sahen ... Und das war lediglich eine 1:1-Schnittstelle.

Wenn Sie sich heute mit Themen wie Robotic Prozess Automation, Data Mining oder Additiver Fertigung – make or buy or print? – befassen, haben Sie mehr Leute im Boot, als Ihnen lieb ist. Oder keinen. Aber auf jeden Fall ein Team von Mitarbeitern, die Sie zu Wertgestaltern entwickeln müssen, jenseits von Savings und den bisherigen Anforderungen.

Wie sieht Ihre digitale Agenda aus auf dem Weg zu Future Proof Procurement? Bernd Kohring verantwortet als Einkaufsleiter in einer dezentralen Struktur den Deutschland-Standort von SEW. Sein engster Kreis ist ein Supply Steering Komitee, das auch mit Kollegen aus QS und Logistik besetzt ist. In seinem Vortrag gibt er einen Einblick in seine Projekte, die einschneidenden Entwicklungen im Einkauf und seinen Umgang damit.

Digitalisierungsprojekte im Einkauf – Von Big Data zu digitalen Assistenten

Eckhard Böker, Leiter Materialwirtschaft und Produktion, Brückner Maschinenbau GmbH

Im Einkauf gibt es enorme Mengen an Daten – in unterschiedlichsten Datentöpfen, Dateiformaten und Qualitäten. Und daraus ergeben sich bereits die ersten Fragen: Wie ist die Datenqualität, die Wiederauffindbarkeit und welches System ist das Führende?

In diesem Vortrag stellt Eckhard Böker seine Vision zur digitalen Bedarfsplanung vor sowie drei richtungsweisende Projekte, für die zunächst Datenstrukturen rund um den Materialstamm und der Lieferanten digitalisierungstauglich gemacht wurden. Dies wurde der Grundstein für die Generierung von Wiederverwendungs- und Ähnlichkeitsanalysen zur Ermittlung von Bedarfsbündelungen, die Darstellung eines digitalen Warenstroms, um jedwedes sich im Umlauf befindliches Material identifizieren zu können sowie den Aufbau von digitalen Arbeitsanleitungen für die Montage anhand von Materialstamm oder Projektstücklisten.

Realtime Risk Management – Sind Algorithmen die besseren Disponenten?

Marco Rücker, Carl Zeiss AG

In der Vergangenheit war Risikomanagement vor allem eines: ein mühsamer Akt von Datenrecherche, -erhebung und permanenter Aktualisierung und trotzdem oftmals mit bescheidenen Ergebnissen, die dem Incident zumeist hinterher hinkten.

Vor diesem Hintergrund gibt es wohl kein besseres Anwendungsbeispiel für KI als ein Realtime Risk Management: die Abbildung unternehmensspezifischer Warenströme auf einer interaktiven Weltkarte, verbunden mit einem Alert, der über Art und Umfang des Vorfalls informiert – angefangen von einem Hafenarbeiterstreik in Singapore, einer Naturkatastrophe in China oder politischen Unruhen. Und diese Information zugleich mit der Möglichkeit einer Second Tier-Belieferung ergänzt ...

Marco Rücker hat im Zuge dieser Software-Implementierung seinen Einkauf umstrukturiert, das Risiko- in das Lieferantenmanagement integriert und den jeweiligen Werken

zugeordnet. Das Monitoring liefert 80 Indikatoren, abgestimmt auf den jeweiligen Risiko-Score und wird in die Lieferantenbewertung integriert bei gleichzeitigen Bonus- und Maluszahlungen.

Mit Künstlicher Intelligenz (KI) auf Lieferantensuche

Der Einkauf steht nach wie vor unter Kostendruck, wenngleich die Möglichkeiten nachhaltiger Savings auf Lieferantenebene zumeist ausgeschöpft sind. Viele Unternehmen haben ihre Zelte in Osteuropa oder China wieder abgebrochen, weil sich die Marktbedingungen westlichem Niveau nähern und gemessen an Qualitäts- und Logistikkosten nicht mehr opportun sind. Aber all das ändert nichts an dem Aufwand, den es bedarf, neue Lieferanten zu erschließen.

Genau das ist die Schnittstelle zur KI: anders als bei Online-Beschaffungsportalen steht die Spezifikation im Vordergrund. Binnen 48 Stunden verfügen Sie über eine Auswahl potenzieller Lieferanten, die im Laufe des Suchprozesses ständig verfeinert wird und dann ein „Best Fit“ von vier oder fünf qualifizierten Optionen übrig bleibt – sei es in Bezug auf Einsparpotenziale, Innovationen oder beides ...

Additive Fertigung: Rocket Science oder schon Game Changer in der Beschaffung?

Milan Muschner, Global Category Management Production Equipment & Additive Manufacturing, Siemens AG

Es gibt wohl keinen Einkäufer, der sich nicht schon einmal mit diesem Thema befasst hätte. Zu komplex ist diese Anwendung, als dass es sich auf Fragen nach dem Werkstoff und die dazugehörigen Belastungswerte reduzieren ließe – und vielfach verworfen wird.

Dabei ist die Additive Fertigung einer der attraktivsten Game Changer im Einkauf. In seinem Vortrag erklärt Milan Muschner sowohl die anspruchsvollen Prozesse und Anwendungsmöglichkeiten, aber auch die schier unbegrenzten Möglichkeiten: Rapid Repair, Spare Parts on Demand, Prototyping und eine enorme Reduzierung von Kosten und Komplexität. Die Frage der Zukunft lautet: make, buy or print?

Kompetenzmanagement im digitalen Wandel – Was kommt, was geht, was bleibt?

Dr. Marcus Schüller, Head of Operations Consulting und
Julia Hecht, Senior Manager, Operations Consulting, KPMG AG

3D-Druck, Data Analytics, integrative Systemlösungen, digitale Assistenten ... Was sind die Herausforderungen für einen digitalisierten Einkauf in Bezug auf die Kompetenzen, was die Gaps? Oder umgekehrt: Was fehlt uns noch zur Erfüllung unserer Kernaufgabe, dem Einkauf?

Dr. Marcus Schüller und Julia Hecht zeichnen in ihrem Vortrag die Landkarte von heute mit all den notwendigen Skill-Profilen, Aufgaben, Prozessen und Schnittstellen und beleuchten von dort sowohl den transaktionalen Einkauf als auch die strategische Ausrichtung. Ihr Vortrag gleicht einer Checkliste mit einer Vielzahl von Fragen: Sind alle Skills beschrieben? Was brauchen wir noch, was müssen wir weiter entwickeln und wie bekommt der Einkauf die neuen Skills? Und wie schaffen wir Wertbeiträge in Zeiten des Umbruchs und einer womöglich schwierigen wirtschaftlichen Situation im kommenden Jahr?

Come Together im Foyer des Mittleren Saales

TAGUNGSPROGRAMM FÜR DEN 20. MÄRZ 2019

Zukünftige Wertbeiträge durch Digitalisierung – Wie gestaltet man den Transformationsprozess?

Oliver Gemein, Corporate Procurement,
Head of Supplier Development, Diehl AKO Stiftung & Co. KG und
Thomas Zellweger, Geschäftsführer, Zellweger Management Consultants GmbH

Prozesse werden nicht besser, indem man sie digitalisiert ...

Hinzu kommt, dass der Einkauf kein Selbstläufer mehr ist, die Potenziale ausgereizt und die klassischen Optimierungswege weitgehend ausgetreten sind. Auch zukünftig sind vom Einkauf Wertbeiträge gefordert. Gleichzeitig stellt die Digitalisierung den Einkauf vor neue, große Herausforderungen.

Oliver Gemein und Thomas Zellweger sprechen in ihrem Vortrag über die Ausgangssituation bei Diehl Controls, die Ermittlung vorhandener Gaps, die zukünftige digitale Ausrichtung und die daraus resultierende Digitalisierungs-Roadmap für die Transformation. Ihr Credo: Digitalisierung ist kein IT-Projekt, sondern ein Transformationsprozess.

Von der Vision zur Roadmap – Ein Mittelständler auf dem Weg in die Digitalisierung

Darinka Reichert, Leitung Einkauf, Mosca GmbH

Wer sich offenen Auges der Digitalisierung zuwendet kommt nicht umhin, auch die bestehenden Strukturen und Möglichkeiten seiner IT-Landschaft zu hinterfragen, sei es, Systeme mitzunehmen oder eine neue ganzheitliche Architektur aufzusetzen.

In diesem Vortrag präsentiert Darinka Reichert das ganzheitliche strategische Gesamtkonzept zur Reorganisation der kompletten ERP-Landschaft mit Blick auf eine globale Zukunft und die daraus abgeleitete Einkaufsvision, in der es keinen operativen Einkauf mehr geben wird, wie wir ihn heute kennen, und Bestellungen autonom erfolgen. Sie stellt ihre Roadmap zur Digitalisierung vor sowie erste Teilprojekte, beginnend mit der automatischen Rechnungsprüfung, einem Dokumentenmanagement-System auf Basis eines digitalen Archives und einem digitalen Vertragsmanagement.

Lieferantenintegration: Vom Angebotstool bis zur Rechnungsprüfung

Christian Pretterhofer, Sourcing & Procurement Director, Rosendahl Nextrom GmbH

Die einfache und möglichst kostengünstige Anbindung der Lieferanten zur Digitalisierung der Lieferkette und Automatisierung der operativen Prozesse hat oberste Priorität. Die Vorteile liegen auf der Hand: weg von manuellen und fehlerträchtigen Prozessen zu mehr Zeit für wertschöpfende und strategische Arbeit.

Christian Pretterhofer ist im Rahmen seines Projektes zum strategischen Entwicklungspartner geworden: Im ersten Schritt wurden die umsatzstärksten Lieferanten angebunden, die 80 % der Bestellpositionen abdecken – die Belegprüfung erfolgt automatisch bei gleichzeitiger Verbuchung im ERP. Dadurch müssen sich die 20 Mitarbeiter nicht mehr mit den Belegarten Anfragen, Angebote, Bestellungen, Bestätigungen, Lieferavise, Rechnungen, Zertifikate und CAD-Zeichnungen auseinandersetzen; die Fehlerquote beträgt 0%. Aus dem Projekt heraus entstand dann ein Ausschreibungstool, dessen Ergebnisse in einen Angebotsspiegel überführt werden als Grundlage für Nachverhandlungen.

Die Kostenersparnis ist enorm, der ROI wurde in weniger als einem Jahr erreicht und die Lieferanten sind begeistert. Rosendahl wurde mit dem Austrian Supply Excellence 4.0 geehrt.

Mit Business Intelligence zu mehr Transparenz im Beschaffungsprozess

BRUDERER AG

Beschaffungsprozesse werden immer komplexer und dynamischer; die klassischen, dem ERP-System entspringenden Auswertungen sind zu standardisiert und halten dieser Entwicklung kaum stand. Hinzu kommt, dass individuelle Anpassungen extrem teuer sind. Die Frage lautet: Wie erschließt man sich zusätzliche Datenquellen und kommt zu mehr Transparenz?

Bei BRUDERER hat man sich für ein professionelles Business Intelligence Werkzeug entschieden und setzt dieses übergreifend sowohl für strategische als auch operative Analysen ein. Das Spektrum reicht von Preisentwicklungen, Währungsrabatten über Reklamationen bis hin zu Lieferantenbewertungen oder die Überwachung von Rahmenverträgen. Die Abfragen können jederzeit und individuell um neue Dimensionen erweitert und kombiniert werden, ohne dass die Grundprogrammierung angetastet wird; es sind n-Sichten möglich, z.B. die Verknüpfung von Dispositionsgruppen mit spezifischen Beschaffungsverfahren und einer daraus resultierenden Preisanalyse. Dashboards inklusive.

Data Analytics im Einkauf – wie schließt man dieses Gap?

Leo Marose, CEO und Co-Founder, StackFuel GmbH

Die Digitalisierung stellt hohe Anforderungen an den Einkauf und seine Mitarbeiter. (Predictive) Data Analytics bietet ein enormes Potenzial zur Optimierung der Einkaufsprozesse, sei es im Bereich Bedarfsplanung und Bestände, Gleichteileanalysen zur Bereinigung von Artikelstämmen und Warengruppen oder die Identifikation von Preistreibern ... Die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, doch stehen dafür kaum ausgebildete Fachkräfte zur Verfügung, weder auf dem Markt, geschweige denn in den eigenen Reihen.

Mit der Affinität eines Digital Natives hat sich Leo Marose in die Start Up-Arena begeben und diese Lücke geschlossen. In seinem Vortrag erläutert er die Bedeutung des datengetriebenen Arbeitens und nimmt Sie mit auf eine Reise über den Datensee: Welche Art von Datentypen und -analysen gibt es? Welche Anwendungen haben welche Relevanz? Anhand von Praxisbeispielen erklärt er, wie man neue Datenquellen erschließt, diese filtert und zusammenzuführt und Unternehmensdaten in dynamischen Dashboards interaktiv zugänglich macht.

Einkaufsorganisationen im Zeitalter der Digitalisierung

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Frank Sundermann, Geschäftsführer, Durch Denken Vorne Consult GmbH

„Schlechte Organisationen verhalten sich wie schlechte Skifahrer. Wird es schwierig, geraten sie in Panik und setzen sich auf den Hosenboden.“ (John Geesink)

Dieses Zitat gilt auch für Einkaufsorganisationen. So beschäftigen sich viele Einkaufsleiter damit, wie Sie ihre Organisation fit bekommen für das neue Zeitalter der Digitalisierung. Auf der anderen Seite kämpft die gleiche Organisation noch immer mit einer (halbfertigen) Zuordnung von Warengruppen oder unzufriedenen Schnittstellenpartnern in Entwicklung und Produktion. Das ist vergleichbar mit der Situation, dass Sie morgen Buckelpiste, aber noch keinen richtigen Bogen fahren können, geschweige denn die anderen Skifahrer beachten.

Frank Sundermann greift das Bild des Skifahrens auf: Wann empfiehlt sich welche Organisationsform? Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein? Wie bekommen Sie Ihr Team fit für die neuen Anforderungen? Er geht auf verschiedene Aspekte ein (Supplier Quality Engineers, Stammdatenmanagement, Tool-Affinität und Training statt Schulung), denn Zweck und Ziel von Organisationen ist es, die Stärken der Menschen produktiv zu nutzen und ihre Schwächen unwesentlich zu machen ...

SEMINAR AM 20. MÄRZ 2019 · 9:00 BIS 16:30

Professionell verhandeln Strategie & Taktik – bei Monopolisten erfolgreich agieren

Armin Maes, Leiter Strategischer Einkauf, elexis AG und EMG Automation GmbH
Sebastian Meindl, Geschäftsführer, Krehl & Partner GmbH & Co. KG

Professionell verhandeln – das ist und bleibt die Königsdisziplin eines jeden Einkäufers – auch in Zeiten der Digitalisierung. Dabei kann „harte“ Verhandlungsführung ebenso ungeeignet sein wie „Win-Win“. Und doch ist eine Win-Win-Vereinbarung oftmals Hauptziel vieler Verhandlungen. Aber ist das wirklich sinnvoll? Wo bleibt Win-Win im Umgang mit Monopolisten, welcher Sinn ergibt sich bei Einmalgeschäften? Und passt der Gewinn des Partners überhaupt zu unserer strategischen Zielsetzung?

In diesem Seminar lernen Sie, Ihre Verhandlungsposition richtig einzuschätzen und zielorientiert zu nutzen. Welche Strategie eignet sich – und was setzt mein Gegenüber ein? Welche Abhängigkeiten bestehen? Wie kalkuliert der Vertrieb? Sind die Preise gerechtfertigt?

In Bezug auf die Preisfindung stellen wir Ihnen die jeweiligen Sichtweisen von Einkauf und Verkauf gegenüber. Darüber hinaus erarbeiten wir Differenzierungsmerkmale bei der Produktkalkulation und liefern Ihnen neue Ansätze für Ihre Argumentationskette. Und last but not least: Wie erreiche ich meine Ziele bei Monopolisten?

Grundlagen und Inhalte:

- Einführung: Was sind die Zielgrößen und die Motivation des Einkaufs?
- Strategische Analysen: Wie ist unsere Verhandlungsposition und damit verbunden die Verhandlungsmacht? Woher bekommen wir welche Informationen, um eine realistische Einschätzung treffen zu können?
- Verhandlungsstrategien, Kriterien zur Strategieauswahl und Einsatz der richtigen Taktik
- Produktkalkulation: Wie ermittelt der Einkäufer die Herstellkosten? Bis zu welchem Punkt kann der Vertrieb noch wirtschaftlich sinnvoll auf die Forderungen des Einkaufs eingehen?
- Umgang mit Monopolisten und gesetzten Lieferanten: Einführung in die Königsdisziplin des Verhandeln, notwendige Analysen und viel Wissen über das Gegenüber

Zum Umgang mit Monopolisten lassen wir uns vom „Kampf des Jahrhunderts“ zwischen Muhammad Ali und George Foreman „Rumble in the Jungle“ inspirieren: Analysevermögen, Planung, Auswahl der jeweils passenden Taktik und eine fulminante Abschlusstechnik – und übertragen diese in die Welt des Verhandeln!

Die verschiedenen Ansätze werden anhand von Praxisbeispielen veranschaulicht. Der Exkurs Produktkalkulation wird von Sebastian Meindl moderiert. Er begleitet das Seminar als Experte für Wertanalyse und Value Management.

Und nicht nur das: Nutzen Sie die Chance, gemeinsam mit Verkäufern Beispiele aus der Praxis zu diskutieren und einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

Teilnehmer: Einkaufsleiter, Vertriebsleiter, Führungskräfte sowie Mitarbeiter aus Einkauf, Technik und Vertrieb, die Verhandlungen führen, an Verhandlungen teilnehmen oder vorbereiten.

SEMINAR AM 21. MÄRZ 2019 · 9:00 BIS 16:30

Data Analytics im Einkauf: gezielt Savings erschließen

Hans-Peter Gysel, shouldcosting GmbH und
Frank Sundermann, Durch Denken Vorne Consult GmbH

„Das meiste Geld verdient man, indem man es nicht ausgibt“. Das Zitat von Henry Ford ist heute aktueller denn je und steht für die Savings und Einsparungen, die im Einkauf Tag für Tag erarbeitet werden müssen.

Mit Data Analytics haben Sie eine Vielzahl von Optionen anhand, die es bisher nicht gab: Was wäre, wenn... Sie feststellen könnten, dass unzählige Gleichteile im System sind, die zu den unterschiedlichsten Preisen beschafft wurden und enormes Einsparpotenzial bieten? Sie vorausschauend zig Teile und Baugruppen kontrollieren und steuern können, die Tag für Tag neu angelegt werden? Oder ad hoc ein Produkt kalkulieren, dass noch gar nicht gefertigt ist? Und Sie mit den analysierten Daten aller Teile in die Verhandlung beim Lieferanten gehen? Und das alles in Echtzeit, statt Mannmonate an Aufwand zu investieren!

Wem es gelingt, seine ERP-Daten mit denen aus CAD- und PDM-Systemen, PDFs sowie Textfiles zu verknüpfen, dem erschließt sich ein Potenzial, das Preistreiber, Zusammenhänge und Muster erkennen lässt – Grundlage für (Big) Data Analytics im Einkauf. Auf Basis von mathematischen Verfahren und Algorithmen ergeben sich in Echtzeit belastbare Fakten, die kein Lieferant mehr weg diskutieren und das Engineering unmittelbar in der Konstruktion berücksichtigen kann.

Grundlagen und Inhalte:

- Einführung: Unterschied Data Analytics zu Produktkostenanalyse und Cost Break Down, Zeitreihen- und Linear-Performance-Pricing-Analyse; Überblick über verschiedene Systeme zur Datenauswertung, Möglichkeiten und Grenzen von Excel
- Data Mining: Bestimmung von Kostentreibern, Datenerhebung und -bereinigung, Umgang mit unterschiedlichen Datenquellen (Text, PDF, CAD, PDM); systematische Anwendung statistischer Methoden auf Datenbestände, Beispiele
- Data Analytics: Welche Parameter beeinflussen Preis und Nutzen? Wie ist die Korrelation von Preis und technischen Eigenschaften? Verfahren zur Berechnung von Zusammenhängen und deren Bewertung, praktische Anwendung im Unternehmen
- Predictive Analytics: Kostenanalyse während der Produktentwicklung, im Rahmen von Wertanalyse- oder Standardisierungsprojekten
- Savings heben: Spielregeln für die Ergebnisdiskussion mit dem Lieferanten, Schritte zur gemeinsamen Produktkostenoptimierung

Investieren Sie diesen Tag und überzeugen Sie sich von den Möglichkeiten des Data Analytics, unterstützt von Hans-Peter Gysel als Verfahrens-Spezialist und Frank Sundermann als Einkaufsexperte.

Teilnehmer: Einkaufsleiter, Einkaufscontroller, Wertanalytiker, Technische Einkäufer, Advanced Procurement Engineers.

MBF: MASCHINENBAUFORUM GmbH
 Wüstemser Weg 47

D-65529 Waldems 6

Email: anmeldung@maschinenbauforum.de

ANMELDUNG

zur Teilnahme am **MASCHINENBAUFORUM** bzw. an den Seminaren (bitte ankreuzen):

MASCHINENBAUFORUM	
<input type="checkbox"/>	19.03.2019 Einkauf und Materialwirtschaft, Teil 1
<input type="checkbox"/>	20.03.2019 Einkauf und Materialwirtschaft, Teil 2
Seminare:	
<input type="checkbox"/>	20.03.2019 Professionell verhandeln
<input type="checkbox"/>	21.03.2019 Data Analytics
Teilnehmer	
Akad. Titel:	_____
Titel:	_____
Vorname:	_____
Nachname:	_____
Firma:	_____
Abteilung:	_____
Telefon:	_____
Telefax:	_____
E-Mail:	_____

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr beträgt € 450,00 zuzügl. 19% MWSt. pro Tag. Dieser Betrag beinhaltet das Mittagessen sowie die Pausengetränke. Alkoholische Getränke und Übernachtungskosten sind nicht eingeschlossen.

Nichtteilnahme

Bei Nichtteilnahme trotz verbindlicher Anmeldung wird die Teilnahmegebühr in voller Höhe in Rechnung gestellt. Dasselbe gilt für Absagen, die nach dem 27.02.2019 bei uns eingehen.

Bestätigung

Wir bestätigen Ihre Anmeldung zeitnah per E-Mail. Die Rechnungen werden ab KW 7/2019 versandt.

Programmänderung

Wir behalten uns vor, das Programm aus schwerwiegenden Gründen kurzfristig zu ändern.

Veranstaltungsort

Das MASCHINENBAUFORUM findet im Congress Centrum, die Seminare im Parkhotel Pforzheim statt.

Sonstiges

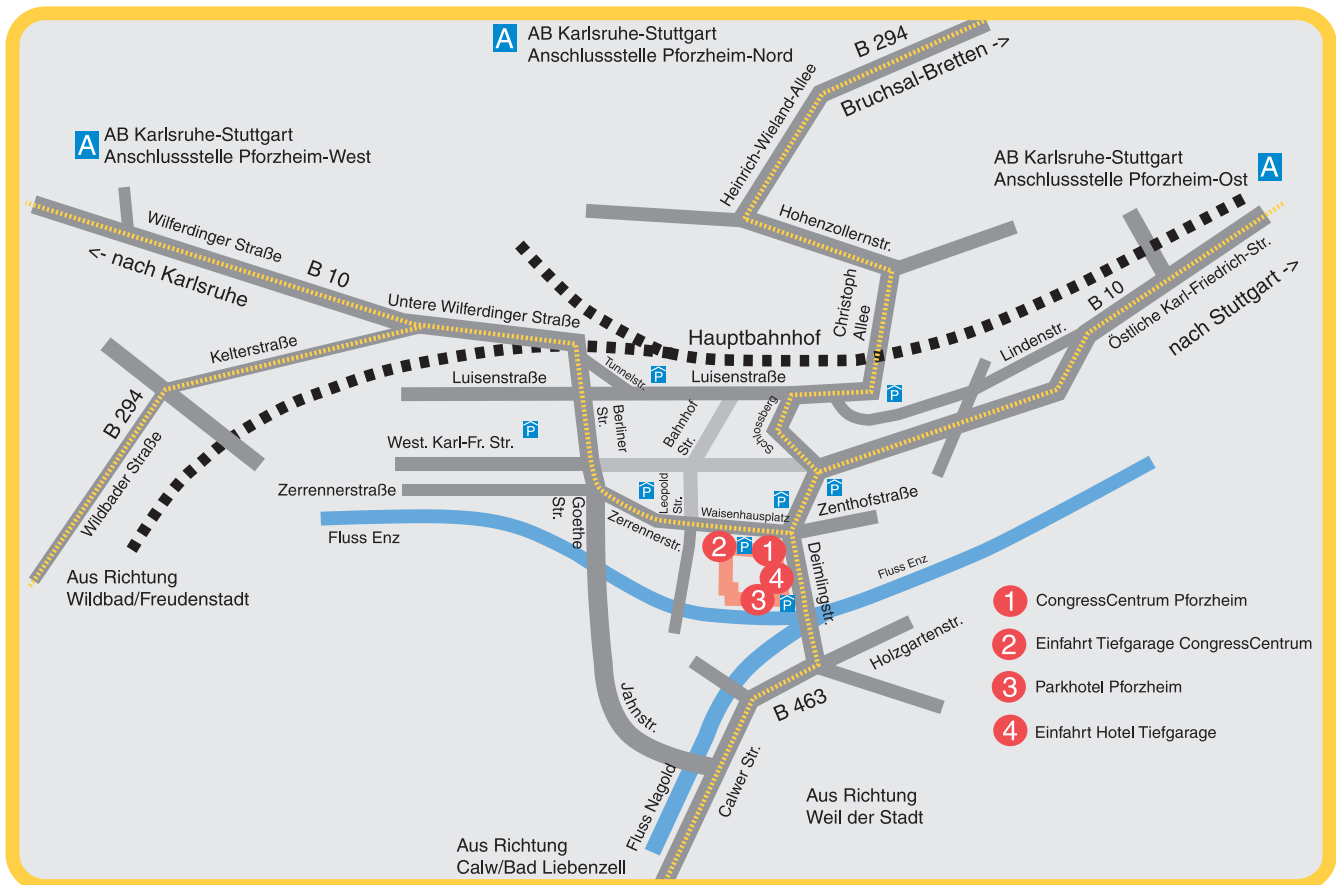
Die Seminare stellen keine (Rechts-) Beratung für den Einzelfall dar. Im übrigen gelten unsere Allgemeinen Bedingungen für Veranstaltungen.

Rechnungsanschrift	
Firma:	_____
Abt.:	_____
Straße:	_____
Ort:	_____

Datum

Firma (Stempel)

Unterschrift



Anreise mit dem Auto

Von allen Autobahnabfahrten und Bundesstraßen folgen Sie der Beschilderung „Stadtmitte/CCP“ oder dem Hotelleitsystem und lassen sich so direkt zum CongressCenter bzw. Parkhotel leiten. Das CongressCenter ist mit dem Parkhotel Pforzheim intern verbunden und liegt im Stadtzentrum.

Parkmöglichkeiten

Falls Sie im Parkhotel übernachten, steht Ihnen die Tiefgarage des Hotels in der Deimlingstraße 32-36 zur Verfügung. Weitere Parkmöglichkeiten finden Sie in der Tiefgarage „Theater/Rathaus“ am Waisenhausplatz in unmittelbarer Nähe zum Congress-Centrum.

Anreise mit dem Flugzeug

Die Fahrzeit mit dem Auto zwischen dem Flughafen Stuttgart und dem CongressCenter Pforzheim beträgt ca. 30 Minuten (45 km).

Anreise mit der Bahn

Der Bahnhof Pforzheim ist vom Tagungszentrum 10 Gehminuten entfernt.

Veranstaltungsort MASCHINENBAUFORUM:

CongressCentrum Pforzheim,
Am Waisenhausplatz 1-3, D-75172 Pforzheim

Veranstaltungsort Seminare:

im angrenzenden Parkhotel Pforzheim,
Deimlingstraße 32-36, D-75172 Pforzheim

Veranstalter:

MBF:MASCHINENBAUFORUM GmbH
Wüstemser Weg 47, D-65529 Waldems

Organisation:

Edeltraut Horbach, Geschäftsführerin
Telefon 06087 – 98 93 211,
Telefax 06087 – 98 89 39,
Email: horbach@maschinenbauforum.de

