

**JETZT ANMELDEN UNTER:**  
[www.inspirato.de/neues-wachstum-2014](http://www.inspirato.de/neues-wachstum-2014)

20. + 21. JANUAR 2014, NHOW BERLIN

# NEUES WACHSTUM

Wie Nachhaltigkeit Unternehmen und Marken zukunftsfähig macht

Product life cycles under pressure

Death of Trust

Sustainable Growth

The Sustainable Consumer



MIT FREUNDLICHER  
UNTERSTÜTZUNG VON:



**inspirato**  
KONFERENZEN

DER BRANCHENTREFF RUND UM NACHHALTIGKEIT & MARKENFÜHRUNG

INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.

# NEUES WACHSTUM



## FACETTENREICH DAS THEMA

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit hat über alle Marken und Branchen hinweg zugenommen und wird zunehmend zu einem klar identifizierbaren Umsatz- und Werttreiber. Markenvertreter und Nachhaltigkeitsexperten beleuchten bereits zum 2. Mal – diesmal in Berlin – das Thema Nachhaltigkeit in allen Facetten und zeigen, wie Sie Nachhaltigkeit – auch trotz aller Kritik – für sich als strategisches Wachstumsthema besetzen.

## SEIEN SIE DABEI, WENN ...

- ... führende Experten Wege zu einem neuen ökologischen und sozialen Wirtschaften aufzeigen und Entscheider branchenübergreifend über die Herausforderungen und Chancen nachhaltigen Engagements als Wachstumstreiber diskutieren
- ... wir uns vor dem Hintergrund „New Growth statt No Growth“ auf die Suche nach den Wachstumsmärkten der Zukunft begeben
- ... innovative Unternehmer, die sich auf eine neue Realität einstellen, Alternativen zur Droge „permanentes Wachstum“ aufzeigen
- ... wir Megatrends, wie z.B. Sharing Economy und Re-Commerce, als Alternativen zu Überfluss und Maßlosigkeit beleuchten
- ... Werber und Kreative demonstrieren, wie gute, auf den Markenkern abgestimmte Nachhaltigkeitskommunikation zum Erfolg führt
- ... und wir Ihnen Inspiration zum Umbau bestehender Geschäftsmodelle von altem auf neues Wachstum liefern

## ABSOLUT INSPIRIEREND DIE TOP-REFERENTEN (u.a.)



**Sina Trinkwalder,**  
Unternehmerin,  
manomama



**Michael Wendell,**  
Group Director  
Public Policy  
Deutschland & EU,  
METRO GROUP



**Daiga-Patricia Kang,**  
Verantwortliche für  
Nachhaltigkeit  
Entwicklung und  
Koordination (NEK),  
dm-drogerie markt



**Laura Cremer,**  
Sustainability Manager,  
Interface Deutschland



**Uwe Kleinert,**  
Leiter Unternehmens-  
verantwortung und  
Nachhaltigkeit,  
Coca-Cola



**Dr. Heinz-Gerd  
Peters,**  
Teamleiter Nachhaltige  
Entwicklung und  
Umwelt,  
Deutsche Telekom



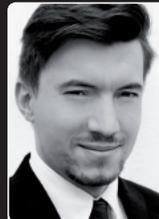
**Jonas Numrich,**  
Corporate Affairs  
Manager, Mondelez  
Deutschland Services



**Axel Rungweber,**  
Managing Director,  
Dr. Bronner's  
Deutschland



**Thomas Baumbach,**  
Geschäftsführer,  
OEV Online Dienste



**Tobias Keye,**  
Gründer,  
biodirekt.de /  
Z. Vorstand,  
dasselbe in grün e.V.



**Julia Bauer,**  
CSR Kommunikation,  
VAUDE



**Katja Wagner,**  
Sustainability Manager,  
Unilever Deutschland  
Holding



**Hans Reitz,**  
Founder and Managing  
Director,  
The Grameen  
Creative Lab



**Dr. Anna-Lisa  
Schwarz,**  
Stellvertretende  
Geschäftsführerin,  
Bundesliga-Stiftung



**Tobias Wrzesinski,**  
Stv. Geschäftsführer,  
DFB-Stiftungen  
Egidius Braun /  
Sepp Herberger



**Rolf Heimann,**  
Leiter Corporate  
Responsibility,  
Hess Natur-Textilien



## ON STAGE DIE UNTERNEHMEN (u.a.)





**Vorsitz und Moderation:**  
Dean Sanders, Founder, GoodBrand/UK

**09:30 – 10:30 ANREISE UND ICEBREAKER BREAKFAST**  
Die Teilnehmer, Referenten und Partner werden zur Einstimmung auf die Konferenz mit Kaffee, Tee und Frühstücks-Snacks in entspannter Atmosphäre empfangen, fotografiert und auf einer Pinnwand mit ihren Visitenkarten vorgestellt. Networking leicht gemacht!

**10:30 – 11:00 ERÖFFNUNG DER KONFERENZ UND EINFÜHRUNG IN DAS THEMA**  
**Neue Wege des Konsums: Landkarten für Nachhaltiges Marketing**

- Nachhaltige Wertschöpfung und die Rolle des Konsumenten
- Von „brand trust“ zu „public faith“
- Was wird der Beitrag von Marketing zur nachhaltigen Wertschöpfung sein?

Dean Sanders, Founder, GoodBrand/UK

## WEGE ZU EINEM NEUEN ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN WIRTSCHAFTEN

**11:00 – 11:20 „GRÜNER WIRD ´S NICHT“**  
Von Beobachtungen, die grüne Welle zu surfen, ohne nass zu werden  
Markus Schmidt, Creative Director, unitedsenses.tv / Gründer, love-green.de

**11:20 – 11:50 VERANTWORTUNG DES WACHSTUMS**  
Interessenvertretung als Kerndisziplin nachhaltigen Wirtschaftens  
Michael Wedell, Group Director Public Policy Deutschland & EU, METRO GROUP

**11:50 – 12:20 RETHINK THE FUTURE**  
New businesses opportunities within the Circular Economy

- Lösungsansätze zur globalen Ressourcenproblematik
- Übersicht neuer Geschäfts- und Wachstumsmodelle
- Ansätze zur Überwindung des linearen Lock-ins

Dr. Markus Zils, Principal, McKinsey & Company, Inc.

**12:20 – 12:50 NACHHALTIG VERÄNDERUNGEN IMPLEMENTIEREN**  
– am Erfolgsbeispiel der Kraft der Marke Coca-Cola

- Coca-Cola verfolgt einen gesamthaften Nachhaltigkeitsansatz, der alle wesentlichen Bereiche umfasst
- Wichtig für den Erfolg ist dabei, die Mitarbeiter mitzunehmen
- gleichzeitig hilft Transparenz nach innen und außen, Nachhaltigkeit weiter voran zu treiben

Uwe Kleinert, Leiter Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit, Coca-Cola GmbH

**13:00 – 14:00 KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE**

## HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN NACHHALTIGEN ENGAGEMENTS ALS WACHSTUMSTREIBER

**14:00 – 14:25 NACHHALTIGKEIT AM SCHEIDEWEG. WIE SICH REALISMUS UND MÖGLICHKEITSSINN VEREINBAREN LASSEN**  
Dr. Alexandra Hildebrandt, Wirtschaftspsychologin und Nachhaltigkeitsexpertin (Hochschule für angewandtes Management und Institut für Fußballmanagement, ehem. DFB-Nachhaltigkeitsbeauftragte)

**14:25 – 14:50 NACHHALTIGKEIT ALS WACHSTUMSTREIBER**

- Wieso Nachhaltigkeit ein Geschäftsmodell sein kann – und es sein sollte
- Der Unilever Sustainable Living Plan – und wie Nachhaltigkeit im Unternehmen verankert werden kann
- Herausforderungen, Hürden und erste Erfolge bei der Transformation eines Unternehmens hin zu nachhaltigem Wirtschaften

Katja Wagner, Sustainability Manager, Unilever Deutschland Holding GmbH

**14:50 – 15:15 HOW COMPANIES BENEFIT FROM A GOOD BIODIVERSITY STRATEGY, INCLUDING OFFSETTING AND REWILDING**  
Chris Sandom, Director, Wild Business LTD/UK

**15:15 – 15:40 NACHHALTIGKEIT – TREND ODER TUGEND?**

- Entwicklungs- und Innovationskraft sowie tägliches Handeln und Wirtschaften überdenken
- Mission Zero
- Ökologisch verantwortungsvolles Handeln kann auch sozial und wirtschaftlich sein

Laura Cremer, Internal Communication & Sustainability Manager EMEA, Sustainability Ambassador, Interface Deutschland GmbH

**15:40 – 16:05 KONSTRUKTIVER KAPITALISMUS**  
Wachstum zum Wohle aller

- Dr. Emanuel Bronner – ein Seifensieder Meister und Chemiker, der vor 80 Jahren loszog, um die Welt zu verändern
- Dr. Bronner's – ein Unternehmen, welches das Wohl des Einzelnen und der Natur in den Vordergrund stellt
- Die meist verkaufte Naturseife in Nordamerika

Axel Rungweber, Geschäftsführer, Dr. Bronner's GmbH

**IM ANSCHLUSS Q&A**

**16:15 – 16:30 KOMMUNIKATIVE KAFFEPAUSE**

**16:30 – 18:00 WÄHLEN SIE AUS FOLGENDEN PARALLELEN SESSIONS UND WORKGROUPS (SIEHE RECHTS)**

## 1) FOOD

Moderation: Dean Sanders, Founder, GoodBrand/UK

**From Good to Better – 10 Years in Coffee, Cocoa and Tea**

- Wie ist der Einfluss von nachhaltig zertifizierten Produkten auf das Verbraucherverhalten?
  - Wie kann nachhaltiger Konsum bzw. der Konsum nachhaltig zertifizierter Produkte Teil des Mainstreams werden?
  - Welche Herausforderungen gibt es bei der Zertifizierung von Rohstoffen wie Kaffee, Tee und Kakao?
  - Wie kann man mit nachhaltigen/nachhaltig zertifizierten Produkten die Welt verbessern?
- Britta Wyss Bisang, Standards Director, UTZ Certified

**Unser Rezept für die Zukunft: Wie Mondelez International mit „Cocoa Life“ neue Wege geht**

- Als weltweit größtes Start-up steht Mondelez International für ein modernes Sortiment von Snacking-Produkten.
  - Milka als meistverkaufte Schokoladenmarke Deutschlands verpflichtet zu Verantwortung.
  - Mit „Cocoa Life“ wollen wir Kakao-Gemeinden zu Orten machen, an denen Menschen gerne leben und arbeiten.
- Jonas Numrich, Corporate Affairs Manager, Mondelez Deutschland Services GmbH & Co. KG

**Im Anschluss: Paneldiskussion**

- Wem vertrauen wir bei Nahrungsmitteln und warum vertrauen wir?
- Funktionieren Label und Zertifikate von NGOs für Farmer und Unternehmen? Was kommt als Nächstes?
- Was sind die nachhaltigen Geschäftsmodelle, um im Jahre 2050 9 Milliarden Menschen zu ernähren? Was müssen wir jetzt tun und wer werden die Gewinner sein?

Es diskutieren die Referenten der Session und  
Anniekie Wijn, Member of the Board, Rainforest Alliance  
Dr. Birgit Wilhelm, Nachhaltige Landwirtschaft & Ressourcenschutz, WWF Deutschland

## 2) FUSSBALL

Moderation: Markus Schott, Vorstand, B-Group AG Financial Planning

**Arbeit und Projekte der Bundesliga-Stiftung**

- Veranlassung zur Gründung der Bundesliga-Stiftung
- Organisation und Arbeitsweise
- Vorstellung ausgewählter Projekte

Dr. Anna-Lisa Schwarz, Stv. Geschäftsführerin, Bundesliga-Stiftung

**Fußball – Mehr als ein 1:0!**

**Die Arbeit der DFB-Stiftungen Egidius Braun & Sepp Herberger**

- Vorstellung der Fußball-Stiftungslandschaft in Deutschland
  - Philosophie der DFB-Stiftungen
  - Einblick in die Praxisarbeit der DFB-Stiftungen Egidius Braun und Sepp Herberger
- Tobias Wrzesinski, Stv. Geschäftsführer, DFB-Stiftungen Egidius Braun / Sepp Herberger

**Im Anschluss: Paneldiskussion**

Es diskutieren die Referenten der Session und  
Dr. Alexandra Hildebrandt, Wirtschaftspsychologin und Nachhaltigkeitsexpertin (Hochschule für angewandtes Management und Institut für Fußballmanagement, ehem. DFB-Nachhaltigkeitsbeauftragte)

## 3) SOCIAL BUSINESS

Moderation: Hans Reitz, Founder and Managing Director, The Grameen Creative Lab

**Social Business als Motor einer neuen Wachstumskultur**

In der Diskussion geht es darum, auf welchen Werten und in welchem Umfeld ein zukünftiges Wachstum aufgebaut werden kann. Weiterhin sollen konkrete Handlungsstränge sowie kreative Ansätze verankert werden, wie der Einzelne innerhalb seines Wirkungsgrades Social Business implementieren kann.

# DAS KONFERENZPROGRAMM TAG 1, MONTAG, 20. JANUAR 2014

18:15 ENDE DES KONFERENZTAGES

AB 19:00 GET TOGETHER  
hosted by Betahaus Berlin

*betahaus*



KEYNOTE

„Wunder muss man selber machen“  
Sina Trinkwalder,  
Unternehmerin, manomama GmbH



START-UP PITCH

Im Anschluss treten drei Start-Ups aus dem Bereich Nachhaltigkeit gegeneinander an und stellen sich Ihren Fragen. Lassen Sie danach den Abend im Anschluss zusammen mit Referenten und Partnern bei Musik, Drinks und Berlin Tapas Fingerfood ausklingen.

# DAS KONFERENZPROGRAMM TAG 2, DIENSTAG, 21. JANUAR 2014

## NEUE WEGE DER NACHHALTIGKEIT

9:30 – 09:50 **SHIFT – Five secrets to make sure your growth strategy doesn't fail**

- CMO's need to adopt to a changing world, but most of them are unable to cope – some don't even dare to take the risk
- The challenge is as much about changing customer needs and new touchpoints as it is about their role, ambition and capabilities

Felix Stöckle, Partner, Prophet Germany GmbH

9:50 – 10:10 **WERTSCHÖPFUNG DURCH NACHHALTIGKEIT**

- Nachhaltige Innovation
- Entre- und Intrepreneurship
- Win-Win-Situation Business und Nachhaltigkeit

Dr. Heinz-Gerd Peters, Teamleiter Nachhaltige Entwicklung und Umwelt, Deutsche Telekom AG

10:10 – 10:30 **AGENTURWACHSTUM IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN INNOVATION UND WERTEN**

Thomas Baumbach, Geschäftsführer, OEV Online Dienste GmbH - Ein Unternehmen der S-Finanzgruppe

10:30 – 11:15 **PANEL „New Growth statt No Growth“ – Wo liegen die Wachstumsmärkte der Zukunft?**

Es diskutieren die Referenten der Session mit  
Julia Bauer, CSR Kommunikatorin, VAUDE Sport GmbH & Co. KG  
Tobias Keye, Gründer, biodirekt.de / 2. Vorstand, dasselbe in grün e.V.  
Rolf Heimann, Leiter Corporate Responsibility, Hess Natur-Textilien GmbH

11:15 – 11:40 **KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE**

## ERFOLGREICHE NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

11:40 – 12:00 **SPIELMETHODIKEN UND STORYTELLING IN MODERNER CSR-KOMMUNIKATION**

- Kommunikation und Interaktion
- Sog statt Druck
- Spielmethoden als Erfolgsfaktor für nachhaltige Kommunikation am Bsp. Allianz und WWF mit dem Spiel CEO2

Dennis de la Haye, Head of Strategy & Client Services, LGMi Berlin

## THE SUSTAINABLE CONSUMER

*Neues Verbraucherverhalten erfordert neue Lösungen*

12:00 – 12:30 **KULTUR UND HALTUNG ALS SCHLÜSSEL NACHHALTIGER UNTERNEHMENSENTWICKLUNG**

- Welches sind die Kernelemente, um dm-drogerie markt nachhaltig weiter zu entwickeln?
- Erläuterung anhand von aktuellen Beispielen

Daiga-Patricia Kang, Verantwortliche für Nachhaltigkeit Entwicklung und Koordination (NEK), dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

12:30 – 13:00 **NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION: MEHR ALS EIN FEIGENBLATT! Learnings aus dem Sustainability Image Score 2013**

- Nachhaltige Kommunikation von heute
- Vorstellung der Ergebnisse aus dem Sustainability Image Score 2013
- Nachhaltige Kommunikation von morgen (Rückschlüsse aus dem Sustainability Image Score 2013)

Ronald Focken, Geschäftsführer, Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

13:00 – 14:00 **KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE UND ENDE DER KONFERENZ**

## 2 PARALLELE WORKSHOPS ZUR AUSWAHL

### A) SHARING ECONOMY

Herausforderungen und Chancen für traditionelle und neue Geschäftsmodelle

- Einführung in die Geschäftsmodelle der Sharing Economy
- Welche neuen Lebensstile und Verbraucherverhalten entstehen hierdurch?
- Welche Chancen und Herausforderungen gibt es für traditionelle und neue Geschäftsmodelle?



In diesem Workshop lernen die Teilnehmer unterschiedliche Geschäftsmodelle der Sharing Economy kennen. Es wird erarbeitet, wie neue Lebensstile und Konsummuster innovative Geschäftsmodelle ermöglichen, vor welchen Herausforderungen traditionelle Geschäftsmodelle stehen und welche Chancen sich ihnen hieraus ergeben.

Thomas Wagner, Consultant, Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production gGmbH (CSCP)

### B) SUSTAINABILITY BRANDING

- Wie kann ich Nachhaltigkeit und Markenführung strategisch verbinden?
- Wie kann ich Nachhaltigkeit in meine Markenstrategie integrieren? Und umgekehrt: Wie kann ich Markenstrategie zur Verbesserung meines Nachhaltigkeits-Engagements nutzen?



Profilierung des Engagements, Entwickeln einer attraktiven und relevanten Positionierung, Differenzierung vom Wettbewerb, ...

- Wie kommuniziere ich in diesem Minenfeld – zwischen Kitsch und Aufklärung, zwischen Missionseifer und Greenwashing?
- Wie entwickle ich eine professionelle Ethik und persönliche Haltung in diesem Spannungsfeld?

Dr. Stefan Hermann Siemer, Gründer, Ambulanz für neue Kommunikation

Mit freundlicher Unterstützung von:

qrcode generator.de  
... more than codes



OPTIONAL  
BUCHBAR UND AUF  
30 TEILNEHMER  
BEGRENZT

## MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG

**ClimatePartner**  **ClimatePartner** arbeitet an individuellen Klimaschutzlösungen für weltweit über 1.000 Unternehmen und ist TÜV Austria-zertifizierter Anbieter von IT-Systemlösungen zur CO2-Bilanzierung und -Kompensation. Der Münchner Business Solution Provider verfügt über verbundene Unternehmen und Partner in den USA, Japan, Österreich, Schweiz, Griechenland und Armenien.  
[www.climatepartner.com](http://www.climatepartner.com)



**GoodBrand** is a sustainable enterprise consultancy. Formed as a community of professionals committed to a mission of creating value for the common good. GoodBrand has worked with a range of multinational corporations to develop strategies that create Economic Return on Social and Environmental Investment (EROSEI).  
[www.goodbrand.com](http://www.goodbrand.com)



**memo** – der Versandhandel für über 10.000 ökofaire Produkte: ökologisch - günstig - fair  
[www.memo.de](http://www.memo.de)

## MEDIENPARTNER



## BEGEISTERUNG DIE HIGHLIGHTS 2012

*„Da war wirklich ein anderer Spirit spürbar im Vergleich zu Veranstaltungen, die das nur wollten, aber nicht erreicht haben.“*  
(Uwe Lübbermann, Zentraler Organisator, Premium Cola)



*„Eine sehr inspirierende Veranstaltung und ideale Plattform zum Thema Nachhaltigkeit und nachhaltiges Wachstum. Die Veranstaltung hat Nachhaltigkeit nicht nur zum Thema, sondern sie wirkt auch nachhaltig und gibt viele Denkanstöße für die praktische Arbeit im Unternehmen.“*  
(Michael Paulus, Unternehmensstrategie, BSR - Berliner Stadtreinigungsbetriebe)



*„Die erste Konferenz war eine inspirierende Mischung von Themen und Vorträgen von Unternehmen aus Industrie und Wirtschaft, Kreativen, jungen Unternehmern, Kommunikationsberatung und NGOs. Die Organisation der 2 Tage ermöglichte einen regen Austausch und abwechslungsreiche Gespräche unter den ca. 100 Teilnehmern.“*  
(Anja Dillenburg, Leitung Corporate Responsibility, OTTO)

*„Mein ganz persönliches Dankeschön und Respekt für die gute Veranstaltung. Sehr geballte Infos, eine gute Abwechslung bei den Rednern und ein sehr gute Atmosphäre machten für mich diesen Kongress rund. Lohnenswert!“*  
(Johannes H. Mauss, Marketingleiter, Haus Rabenhorst O.Lauffs GmbH & Co.KG)

## AUFMERKSAMKEIT GARANTIERT AUSSTELLUNG UND SPONSORING

Wir bieten Ihnen eine Auswahl attraktiver Präsenz- und Werbeformen, mit denen Sie vor und während der Veranstaltung publikumsstark auf sich aufmerksam machen können. Entscheiden Sie, wie Sie sich der Branche präsentieren möchten. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit deutlicher Logopräsenz – als Contentpartner oder Gastgeber der Veranstaltung!

Wir freuen uns, Ihnen die verschiedenen Optionen für die Positionierung Ihres Unternehmens vorzustellen und helfen Ihnen gern bei der Planung und Umsetzung!

Ihr Ansprechpartner für Ihr individuell auf Sie abgestimmtes Angebot: Franziska Thiele, inspirato KONFERENZEN  
Telefon: +49 6172 981 96-82 · Mobil: +49 151 62 41 79-41

# ANMELDUNG

## ZEIT & ORT

**Konferenz:**  
 20. + 21. Januar 2014  
 nhow Berlin  
 Stralauer Allee 3  
 10245 Berlin  
 www.nhow-hotels.com/berlin

**Abendveranstaltung:**  
 20. Januar 2014  
 Betahaus Berlin  
 Prinzessinnenstraße 19-20  
 10969 Berlin  
 www.betahaus.de



## ÜBERNACHTUNG

Einzelzimmer (Kategorie Standard):  
 125,- Euro pro Zimmer und Nacht, inkl. Frühstück.

Für die Teilnehmer halten wir **bis zum 20.12.2013** ein Zimmerkontingent bereit, auf das Sie bei Bedarf zugreifen können. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel mit dem Stichwort „inspirato KONFERENZEN“ vor.  
 nhow Berlin · Stralauer Allee 3 · 10245 Berlin  
 Tel.: +49 1807 64 46 00  
 E-Mail: reservierungen@nh-hotels.com

20. + 21. JANUAR 2014, NHOW BERLIN  
**NEUES WACHSTUM**



## KONTAKT

inspirato KONFERENZEN  
 Geschäftsbereichs- und Projektleitung:  
 Franziska Thiele  
 Siemensstraße 27 · 61352 Bad Homburg  
 Telefon: +49 · 6172 · 981 96-82  
 Fax: +49 · 6172 · 981 96-89  
 E-Mail: f.thiele@inspirato.de  
[www.inspirato.de/neues-wachstum-2014](http://www.inspirato.de/neues-wachstum-2014)



<b>KONDITIONEN</b> (alle Preise pro Person zzgl. Ust.)	
Normalpreis .....	1.195,- Euro
Early Bird Special (gültig bei Anmeldung bis zum 15.12.2013) .....	995,- Euro
Sonderpreis NGO / Gemeinnützige Organisationen .....	495,- Euro



**ONLINE**  
[www.inspirato.de/neues-wachstum-2014](http://www.inspirato.de/neues-wachstum-2014)

**ODER MIT DIESEM FAXFORMULAR**  
**+49 - 6172 - 981 96-89**

**JA**, ich nehme an der inspirato Konferenz **NEUES WACHSTUM** am **20. und 21. Januar 2014** teil und melde mich an.

**JA**, ich nehme am **21. Januar 2014** auch an folgendem **Workshop** teil:  
 A) Sharing Economy  
 B) Sustainability Branding

**JA**, ich bin an **Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten** interessiert. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

## ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Anmeldung kann per E-Mail, Fax, Online oder per Post erfolgen.

Die Teilnahmegebühr ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung. Kreditkartenzahlungen können nur online bei Anmeldung über Amiado getätigt werden. Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Tagungskosten, Teilnehmerunterlagen, das Buch „Wunder muss man selber machen“ von Sina Trinkwalder sowie Speisen und Getränke im Rahmen der Veranstaltung.

Die AGBs im Detail: [www.inspirato.de/agb](http://www.inspirato.de/agb)

1. Name, Vorname .....

Position .....

Firma .....

Straße .....

PLZ/Ort .....

Telefon .....

E-Mail\* .....

Datum .....

Unterschrift .....

2. Name, Vorname .....

Position .....

Firma .....

Straße .....

PLZ/Ort .....

Telefon .....

E-Mail\* .....

\*Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, dass ich per E-Mail über weitere Veranstaltungen von inspirato KONFERENZEN informiert werde.

