

## Lehrgangsinformation

# Customer Relationship Manager<sup>Assekuranz</sup>

in Kooperation mit dem



Europäisches Institut  
für angewandtes  
Kundenmanagement

Ort: VillaMedia, Wuppertal  
(ca. 30 Minuten vom Düsseldorfer Flughafen)

Zeitraum: Februar bis Juni 2005

Lehrgangsleitung: Alexander Schell  
Direktor EIFK

Projektleiter: Sven Bruck  
Geschäftsführer ABS

Kontakt: ABS Computer GmbH  
Tel.: 0800 – DIALOG +  
0800 – 342 56 40  
Fax: 0800 – DIALOG X  
0800 – 342 56 49  
Email: [eifk@marketing-by-abs.com](mailto:eifk@marketing-by-abs.com)

Vertrieb und Consulting  
ABS Computer GmbH  
In der VillaMedia  
Viehhofstraße 125

42117 Wuppertal

Tel.: 0800-DIALOG+  
(0800-3425640)

Fax.: 0800-DIALOGX  
(0800-3425649)

Firmensitz  
ABS Computer GmbH  
Im Briller Viertel  
Katernberger Str. 4  
42115 Wuppertal

Tel.: 0202 / 371 470  
Fax: 0202 / 371 47 49

[www.marketing-by-abs.com](http://www.marketing-by-abs.com)



## Sehr geehrtes AMC-Mitglied!

Auch in der Versicherungsbranche sind Unternehmen mit einem sich immer schneller wandelnden Markt und einem völlig neuen Kunden-Typ konfrontiert. Für den Versicherten ist nicht mehr allein das Produkt entscheidend, sondern es zählen die Vorteile, die ihm die Beziehungen zu seinem Versicherer und zu seinem Vertreter oder Makler bieten.

Ein Wettbewerb der Produkte war gestern. Heute sind die Kundenbeziehungen entscheidend für ein erfolgreiches Unternehmen. Die Qualität des Kundenkontakts und ein intelligentes Kundenmanagement treten in den Mittelpunkt des Marketings. Wettbewerbsdifferenzierung funktioniert nur noch über Angebotsindividualisierung, persönliche Ansprache und Emotionalisierung der Kommunikation. Die besten Beziehungsmanager/-innen werden daher in Zukunft das Rennen machen.

Customer Relationship Management (CRM) bedeutet, alle Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden systematisch und wertorientiert zu analysieren und zu pflegen. Allgemein formuliert: Weg von der kostenintensiven undifferenzierten Bedienung eines Massenmarktes, hin zur konsequenten Besinnung auf hohen Profit mit stabilen Kundensegmenten und auf ein lukratives Geschäft mit einzelnen tatsächlichen und potentiellen Kunden.

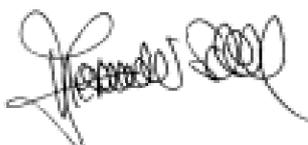
CRM verfolgt das Ziel, Mehrwert für Kunden, Lieferanten und für das Unternehmen gleichzeitig zu schaffen. Eine möglichst lange und wertvolle Geschäftsbeziehung zu den richtigen und wichtigen Kunden steht im Mittelpunkt von CRM. Das setzt natürlich voraus, dass CRM im Unternehmen von allen Menschen verstanden und von den verantwortlichen Entscheidern „vorgelebt“ wird.

In den letzten Jahren hat sich CRM auch in der Assekuranz zu einem wichtigen Management-Ansatz entwickelt. Die Funktion des/r Customer Relationship Manager/-in wird besonders in den kunden- und vertriebsorientierten Organisationen mehr und mehr zu einer unverzichtbaren Position. Die Notwendigkeit zur Besetzung dieser durch Fachleute mit profunden Kundenmanagement-Kenntnissen wächst stetig und wird zunehmend erkannt.

Egal ob Sie das Geschäft mit Ihren Kunden profitabler und Ihr Marketing effizienter gestalten wollen oder ob Sie in Ihrem Unternehmen CRM einführen oder einen schon laufenden CRM-Prozess optimieren wollen: Dieses spezielle Lehrgangsangebot ist genau das Richtige für alle, die auf Basis der Bedürfnisse ihrer Kunden maßgeschneiderte Marketing- und Kommunikationskampagnen für anspruchsvolle Käufersegmente entwickeln und verantworten.

In diesem Lehrgang erfahren Sie von erfahrenen Praktikern alles über das breitgefächerte Instrumentarium des Kundenmanagements, wie man CRM erfolgreich im Unternehmen einführt oder in der täglichen Arbeit anwendet, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen und was eine/n professionelle/n Customer Relationship Manager/-in ausmacht.

Wir freuen uns darauf, auch Sie bald persönlich als Teilnehmer des Diplom-Lehrgangs zur Ausbildung zum zertifizierten Customer Relationship Manager <sup>Assekuranz</sup> nach eifk-Standard begrüßen zu dürfen!



Alexander Schell  
Direktor eifk  
Lehrgangsleitung



Sven Bruck  
Geschäftsführer ABS

## Ziele

- ▶ Sie kennen den ganzheitlichen Ansatz von Customer Relationship Management (CRM) und können diesen erfolgreich in Ihrem Unternehmen umsetzen.
- ▶ Sie sind auf dem aktuellen Stand der Praxis des professionellen Kundenmanagements.
- ▶ Sie wissen wie man Marketing- und Werbebudgets effizienter nützt und wie man damit die eigenen Ressourcen schont.
- ▶ Sie können die erfolgskritischen Kriterien in der Umsetzung von CRM in Ihrem eigenen Unternehmen berücksichtigen, Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken analysieren und den Bedarf im Umgang mit den bedeutsamsten Kunden realitätsgerecht abschätzen.
- ▶ Sie sind in der Lage, CRM in ihrem Unternehmen systematisch einzuführen und realitätsgerecht umzusetzen.
- ▶ Sie haben die Fähigkeit, entsprechende Initiativen und Projekte professionell zu leiten.
- ▶ Im Unternehmen werden ganzheitlich verankerte Konzepte zur Realisierung einer CRM-Strategie verankert und lehrgangsbegleitend umgesetzt bzw. initiiert.

## Methoden

- ▶ Vortrag / Training
- ▶ Gruppenarbeit/Teamteaching
- ▶ Gastvorträge
- ▶ Worst & Best Practice-Beispiele

## e(ifk)Community

Als nützliche Zusatz-Erweiterung des Wissensangebots und als Unterstützung der Kommunikation zwischen Lehrgangsleitung, Trainer/-innen und Teilnehmer/-innen wird im Lehrgang die **e(ifk)Community** eingesetzt. Folgende Serviceleistungen stehen Ihnen dann für die gesamte Dauer des Lehrgangs zur Verfügung:

- ▶ Download von zahlreichen vertiefenden und zusätzlichen Lernunterlagen
- ▶ Aktuelle Literatur-Hinweise, Literatur-Rezensionen und nützliche Link-Verweise
- ▶ Diskussionsforum, Chat und E-Mail

## Teilnehmer/-innen

- ▶ Geschäftsführer/-innen
- ▶ Führungskräfte mit Marketingverantwortung / Marketingleiter/-innen
- ▶ Produktmanager/-innen
- ▶ Leiter/-innen Werbung und Verkauf / Vertrieb
- ▶ PR-Manager/-innen
- ▶ Projektleiter/-innen im Bereich CRM

## Informationen zum Lehrgang

Im Rahmen des 21. AMC Meeting vom 7. bis zum 9. Dezember 2004 in Düsseldorf können Sie sich am Meeting-Point der ABS bei Herrn Bruck über den Lehrgang informieren.

Zur vorhergehenden Vereinbarung eines Gesprächstermins im Rahmen der Veranstaltung wenden Sie sich bitte unter der Rufnummer **0202 – 24 27 260** an **Frau Karin Lohmeier**.

Mit Frau Lohmeier können Sie auch einen individuellen Gesprächstermin mit Herrn Bruck oder dem Lehrgangsleiter Herrn Alexander Schell vereinbaren.

## Teilnehmeranzahl/Gruppengröße

- ▶ Die Teilnehmerzahl für den Lehrgang ist auf maximal 20 begrenzt.
- ▶ Der Lehrgang wird ab einer Anmeldung von mindestens 8 Teilnehmern durchgeführt.

Bei größerer Nachfrage nach einer Teilnahme werden wir einen weiteren Lehrgangstermin anbieten. Dieses gilt auch, wenn der Lehrgang ab Januar resultierend aus der kurzfristigen Planung wegen einer zu geringen Teilnehmerzahl nicht durchgeführt werden kann.

## Unternehmens- und Konzernlehrgänge

In Zusammenarbeit mit dem eifk bieten wir auch die Durchführung exklusiv für Mitarbeiter oder Partner eines Unternehmens oder Konzerns an.

Bei Interesse an einem exklusiven Lehrgang erstellen wir Ihnen gerne ein individuelles Konzept und Angebot. Bitte wenden Sie sich in diesen Angelegenheiten zur Vereinbarung eines Termins mit Herrn Schell und/oder Herrn Bruck unter der Rufnummer **0202 – 24 27 260** an **Frau Karin Lohmeyer**.

## Aufbau

Der Lehrgang basiert auf drei Säulen:

- (1) ein insgesamt **14-tägiges Seminar**modul zum strategischen und operativen CRM,
- (2) dem **lehrgangsbegleitenden Praxis-Projekt** und der **Erstellung einer schriftlichen-Lehrgangsabschlussarbeit** zur Präsentation des Projektes

sowie

- (3) der **2-tägigen Abschlussveranstaltung** mit den mündlichen Präsentationen der Teilnehmerarbeiten vor einer Fachjury.

Der Lehrgang basiert auf einem **standardisierten Konzept**, und wurde für die **besonderen Anforderungen der Versicherungsbranche überarbeitet**.

## Themen und Inhalte (I)

- ▶ **Grundlagen des effizienten (ökonomischen / wertorientierten) Marketing**
- ▶ **Corporate Identity Management, Branding & Brand Management**  
Identitätsgestaltung und Markenpolitik als Kundenbegeisterungs- und Kundenbindungsmechanismen
- ▶ **Die "neuen" Kunden**  
Wertewandel / Trends in der Kundenwelt / Käufertypologien / Entscheidungsverhaltensänderungen
- ▶ **Nutzen des Kundenbeziehungsmanagements**  
Messbare Vorteile und Chancen für das Unternehmen (und die Kunden)
- ▶ **Basis-Knowhow CRM**  
Wichtige Definitionen und Begrifflichkeiten / gebräuchliche Abkürzungen und CRM-Fachjargon (z.B. Win-Win-Situation, Closed Loop-Prinzip, MCM, CKM, ...)
- ▶ **Der Total Relations-Ansatz**  
Das Qualitätsverständnis in den internen und externen Beziehungen eines Unternehmens
- ▶ **CRM-Prozess- und Projektmanagement**  
Die Initiierung eines CRM-Prozesses / Planung und Organisation der Implementierung im Unternehmen
- ▶ **Customer Data Management / Customer Knowledge Management**  
Systematisches Kundeninformations- und Kundenwissensmanagement (Aufbau und Pflege der dafür notwendigen Prozesse und Systeme)
- ▶ **Kundenwert-Management**  
Kundensegmentierung / Kundenstammanalyse und Kundenwertbestimmung
- ▶ **CRM-Erfolgsmessung**  
Quantitative und qualitative, vergangenheitsbezogene und zukunftsorientierte Kennzahlen zum CRM-Erfolgs / CRM-Controlling und CRM-Balanced Scorecard
- ▶ **Entwicklungsschritte zum Kundenunternehmen (I)**  
Kundenprozess-Analyse und Re-Design der kundenwertschöpfenden Geschäftsprozesse
- ▶ **Entwicklungsschritte zum Kundenunternehmen (II)**  
Change Management / Human Ressource Management
- ▶ **Employee Relationship Management (ERM)**  
**Talent Relationship Management (TRM)**  
Steigerung des „Human Capital“-Wertes durch Bindung der richtigen und wichtigen Führungskräfte und Mitarbeiter, sowie der richtigen und wichtigen Talente auf dem zukünftigen Personalmarkt
- ▶ **Customer Relationship Marketing**  
Die kundenwertorientierte Individualisierung des Marketing Mix (u.a. Customizing / Mass Customization, Multichannel Management, Direct Marketing / Database Marketing)
- ▶ **Überblick über die Dimensionen des modernen Kundenmanagements**  
Neukunden-Akquise, Kundenbindung (Retention Management), Reklamationsmanagement (Complaint Management), Kundenabwanderungsvorsorge (Churn Management) und Kundenrückgewinnungsmanagement (Recovery Management) unter "neuen Vorzeichen"

## Themen und Inhalte (II)

- ▶ **Die Optimierung des CRM-Prozesses durch IT-Tools (I)**  
Funktionen von analytischen, interaktiven, operativen und integrierenden CRM-Lösungen auf IT-Basis
- ▶ **Die Optimierung des CRM-Prozesses durch IT-Tools (II)**  
Systematische Auswahl von unterstützenden Software-Produkten und von spezialisierten IT-Anbietern
- ▶ **Fehlervermeidung und Konfliktmanagement**  
Typische Barrieren, Fallen und Probleme bei der CRM-Einführung / Umgang mit typischen Einwänden
- ▶ **Berufsbild, Funktion / Position, Anforderungsprofil und organisatorische Einbettung des/-r Customer Relationship Manager/-in im Unternehmen**

## Zeitlicher Aufbau

- ▶ Februar bis Juni 2005
- ▶ 2 je 3-tägige Workshops, jeweils Donnerstags bis Samstags von 9.00 Uhr bis 17.00 Uhr
- ▶ 4 je 2-tägige Workshops, jeweils Freitags und Samstags von 9.00 Uhr bis 17.00 Uhr
- ▶ 2-tägige Abschlussprüfungsveranstaltung.

## Veranstaltungsort und Unterbringung

Die Lehrgangsveranstaltungen finden jeweils in den Räumen der ABS in Wuppertal statt:

**ABS Computer GmbH**  
In der VillaMedia  
Viehhofstraße 125  
42117 Wuppertal

Die Trainingsräume der ABS befinden sich ca. 30 Minuten vom Flughafen Düsseldorf.

Bei Bedarf organisieren wir gerne Ihre Übernachtung zwischen den Veranstaltungstagen im Hotel Mercure Wuppertal Auf dem Johannisberg. Das Hotel liegt in unmittelbarer Nähe zur historischen Stadthalle Wuppertal.

## Abschluss/Prüfung (I)

Im Rahmen des Lehrgangs erlangen die Teilnehmer ein Diplom nach eifk-Standard zum Zertifizierten Customer Relationship Manager.

Die Prüfung unterliegt weiter der Prüfungsordnung für den Lehrgang Customer Relationship Management (CRM) in seiner jeweils aktuellsten Fassung.

Der Lehrgang endet mit der Vergabe des Diploms.

### Lehrgangsabschlussarbeit

Vorraussetzungen zur Zulassung für die Prüfung sind:

- ▶ Die 75%ige persönliche Anwesenheit bei allen Lehrgangsveranstaltungen (d.h. mind. 90 Lehreinheiten),
- ▶ Auswahl eines Praxisprojekts und die Erstellung und fristgerechte Abgabe einer selbstständig erarbeiteten schriftlichen Lehrgangsabschlussarbeit,
- ▶ der Besuch der 2-tägigen Abschlussveranstaltung und die mündliche Präsentation des gewählten Projekts und der Lehrgangsabschlussarbeit vor einer Fach-Jury (= Prüfungskommission).

Die schriftliche Lehrgangsabschlussarbeit stellt eine praktische Reflexion des im Lehrgang theoretisch erworbenen CRM-Wissens und eine Auseinandersetzung mit dem strategischen und/oder operativen Kunden(beziehungs)management im betrieblichen Alltag dar. Das Thema und Inhalt der schriftlichen Abschlussarbeit werden von jedem/r Lehrgangsteilnehmer/-in selbst ausgewählt. Arbeitstitel und Stichwortgliederung zum geplanten Inhalt werden zu einem festgelegten Termin schriftlich bei der Lehrgangsleitung eingereicht. Die Lehrgangsleitung ist bei der Wahl des Themas und bei der Erstellung einer geeigneten Inhaltsgliederung auf Wunsch gerne behilflich.

Der Umfang der schriftlichen Arbeit beträgt mindestens 15 Seiten.

## **Abschluss/Prüfung (II)**

### **Prüfungsablauf**

#### **Präsentation der Abschlussarbeit**

Die Lehrgangsleitung legt in Absprache mit dem Veranstalter und nach Rücksprache mit dem / der Teilnehmer/-innen die Prüfungstage, die Prüfungszeiten und den Ablauf der Prüfungstage rechtzeitig vor der Abschlussveranstaltung endgültig fest.

In einer maximal ½-stündigen Präsentation werden die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Praxis-projekt und der Lehrgangsabschlussarbeit von jedem / jeder Teilnehmer / -in vor der Jury und den Lehrgangskollegen / -innen (bei freier Wahl der Medien und der Vortragsmethodik) vorgestellt.

Anschließend an die Präsentation kann das Auditorium (Jury + Lehrgangskollegen/-innen) maximal 15 Minuten lang kritische Fragen an die Teilnehmer/-in richten. Die Moderation dazu übernimmt die Lehrgangsleitung.

Die mündlichen Präsentationen sind grundsätzlich nicht öffentlich.

#### **Feststellung des Prüfungsergebnisses**

Nach jeder Teilnehmer-Präsentation zieht sich die Jury für 15 Minuten zur Besprechung der Einzelwertungen zurück und einigt sich jeweils auf eine Note. Dabei dienen die schriftliche Abschlussarbeit und die mündliche Präsentation als Grundlage der Entscheidung der Jury.

Die Besprechungen der Jury sind nicht öffentlich und auch für Lehrgangsteilnehmer/-innen nicht zugänglich.

Die Bekanntgabe der Gesamtnote, die Begründungen zu den jeweiligen Entscheidungen der Jury zur Bewertung der Präsentationen und Abschlussarbeiten, sowie ein individuelles Feedback durch die Jury erfolgen erst nach der letzten Teilnehmer-Präsentation und einer 1-stündigen Noten-Abschluss-konferenz.

Die Benotung erfolgt nach dem Schulnotensystem:

- ▶ Sehr gute Leistung: Note 1
- ▶ Gute Leistung: Note 2
- ▶ Durchschnittlichen Leistung: Note 3
- ▶ Ausreichende Leistung: Note 4
- ▶ Mangelhaft Leistung: Note 5
- ▶ Ungenügende Leistung: Note 6

## Termine

- ▶ Anmeldeschluss Freitag, 21. Januar 2005, 18:00 Uhr
- ▶ Lehrgangsbeginn Donnerstag, 3. Februar 2005
- ▶ Erster Workshopblock Freitag, 4. Februar, und Samstag, 5. Februar 2005
- ▶ Zweiter Workshopblock Donnerstag, 3. März bis Samstag, 5. März 2005
- ▶ Dritter Workshopblock Freitag, 18. März, und Samstag, 19. März 2005
- ▶ Vierter Workshopblock Freitag, 8. April, und Samstag, 9. April 2005
- ▶ Fünfter Workshopblock Freitag, 6. Mai, und Samstag, 7. Mai 2005
- ▶ Sechster Workshopblock Freitag, 3. Juni, und Samstag, 4. Juni 2005
- ▶ Abschlussprüfung Mittwoch, 29. Juni, und Donnerstag, 30. Juni 2005

## Kosten

Der reguläre Preis für einen Lehrgang zum Customer Relationship Manager mit dem Abschluss des Diploms nach eifk-Standard beträgt in Deutschland € 6.900,00 zzgl. MwSt..

Entsprechend einer Vereinbarung zwischen dem eifk, der ABS Computer GmbH und der Assekuranz Marketing Circle GmbH erhalten Mitgliedsunternehmen und Kooperationspartner des AMC und deren Mitarbeiter die Teilnahme am Lehrgang zu folgenden Konditionen:

### Teilnahmegebühr

- ▶ für den ersten Teilnehmer eines Unternehmens € 5.900,-- (zzgl. MwSt.)
- ▶ für jeden weiteren Teilnehmer des gleichen Unternehmens € 4.900,-- (zzgl. MwSt.)

### In der Gebühr enthaltene Leistungen

- ▶ alle Skripten, umfangreiche zusätzliche Unterlagen (z.B. diverse Checklisten, ausgesuchte White-Paper) und Kopien (z.B. Folienauswahl zu jedem Thema)
- ▶ individuelle Betreuung durch die Lehrgangleitung
- ▶ Korrektur der Lehrgangsabschlussarbeit
- ▶ Abschluss-Prüfung
- ▶ Feierliche Verleihung des Diploms und ein Abschlussgeschenk
- ▶ Diverse Give-aways an den einzelnen Lehrgangstagen
- ▶ Zugang zur e(ifk)Community während des Lehrgangs und für 6 Monate über das Lehrgangsende hinaus
- ▶ Catering-Kosten (Vollverpflegung während der Lehrgangstage: je zwei Kaffeepausen mit Obstkorb, Gebäck oder Kuchen, sowie kalten und heißen Getränken, je ein 3-gängiges Mittagessen mit einem Getränk)

## Ihr Trainer / Lehrgangisleiter

### Dipl.-Soz./FH Alexander Schell

Alexander Schell, Jahrgang 1960, studierte Sozialwissenschaften und Jura in München und begann seine berufliche Laufbahn in der internationalen Markt-, Konsum- und Sozialforschung. Später arbeitete er als Teamleiter und Analyst in Industrie- und Unternehmensberatungen.

Als Marketing-Geschäftsführer verhalf er der deutschen Dependence der European Business Schools International (EBSI) an den Start und gründete schließlich 1989 in München die "Schell Marketing Consulting". Alexander Schell ist noch heute Geschäftsführer und Inhaber dieser Unternehmensberatung, die in ihrer Referenzliste neben vielen mittelständischen Unternehmen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Ungarn auch große Namen wie Telekom Austria, Austria Micro Systems, Österreichische Post, Generali, Allianz, Swiss Airlines, Flughafen München oder Daimler Chrysler aufweist.

Alexander Schell gehört heute zu den Top-CRM-Experten in Deutschland und Österreich. Er veröffentlichte mehrere internationale Marktstudien zum Thema Kundenmanagement und Kommunikation und lehrt als Referent an der Handelskammer Bozen, an der Universität St. Gallen, an der FH München, an der Munich Business School und am Campus02 Graz.

Als Lehrgangisleiter verantwortet er außerdem in allen österreichischen Bundesländern das Design und den Inhalt eines CRM-Diplom-Lehrgangs, in dem in den letzten Jahren zahlreiche CRM Verantwortliche aus Geschäftsführung und Marketing einen Abschluß erlangt haben. Zu den Absolventen gehören unter anderem CRM-Verantwortliche von DaimlerChrysler Österreich, Miele Österreich, den Österreichischen Bundesbahnen, dem ORF, der Hypothekbank Niederösterreich etc.

Als Gründer und Direktor des *Europäischen Instituts für angewandtes Kundenmanagement* (eifk) bietet Schell seit dem letzten Jahr spezielle CRM-Lehrgänge für Unternehmen, Branchenverbände und Bildungsträger unter anderem auch in Deutschland an. Das Institut setzt sich für die nutzenorientierte Positionierung und Umsetzung des CRM-Ansatzes in Unternehmen und Öffentlichkeit ein und engagiert sich in der Etablierung europäischer CRM-Standards.

Kontakt / eMail: [schell@eifk.de](mailto:schell@eifk.de)

## Co-Trainer

### Sven Bruck

Sven Bruck, geboren am 29.07.1970 in Hamburg, ist geschäftsführender Gesellschafter der ABS. Computer GmbH., Wuppertal, Fachagentur für edv-gestütztes Marketing, einem Dienstleistungsunternehmen für CRM Beratung und Dienstleistungen, Direkt- und Dialog-Marketing, Database-Marketing, Datenbankentwicklung und Datenmanagement. Das Unternehmen ist unter anderem Mitglied im Deutschen Direktmarketing Verband e.V. und Partner im Corporate Media Network, Wuppertal.

Begleitend zu seinem Studium der Mathematik und der Informatik an der BUGH Wuppertal gründete Sven Bruck 1991 die EDV-Beratung Schwan & Bruck GbR, Wuppertal, trat 1993 als Projektleiter in die ABS Computer GmbH, Wuppertal ein, wo er 1995 zum Geschäftsführer für den Bereich Marketing-Service und – Consulting berufen wurde.

Die Tätigkeitsschwerpunkte des Unternehmens sind die Konzeption, der Aufbau und die Betreuung von Marketing- und Dialogprogrammen, die Konzeption und Entwicklung von Dialog- und CRM-Prozessen, Consulting, Training und Coaching von Marketingführungs Kräften und CRM-Projektteams. Darüber hinaus begleitete der Betrieb in der jüngsten Vergangenheit zahlreiche CRM-Prozess-Implementierungsprojekte in verschiedenen Mittelstandsbranchen.

Neben der AUDI AG, die bereits seit ca. 10 Jahren in den Bereichen Direktmarketing und Kundenbindung und seit einigen Jahren auch in der CRM-Implementierung betreut wird, wurden unter anderem auch die BMW Motorrad GmbH, die BMW M GmbH, die DWS GmbH, die Rheinische Bahngesellschaft AG in CRM- und Kundenmanagement-Prozessen begleitet.

Das Berufsmotto von Sven Bruck heißt: „Hinter erfolgreichen Unternehmen stehen begeisterte Kunden!“ Als persönliche Beratungs- und Trainingsschwerpunkte nennt Bruck „Informationsmanagement in Marketing und Vertrieb“, „Prozess-Design für Dialog-Kommunikation“, „Datenschutz und Datennutzungsrechte im Direktmarketing“.

Seit 2000 ist Sven Bruck Mitglied des Forums CRM (heute Council CRM) im Deutschen Direktmarketingverband (DDV) und war knapp zwei Jahre Vorsitzender des Forums Database Marketing im gleiche Verband.

Weiterhin ist er Gründer des Competence Centers Customer Care - (cc)<sup>2</sup>, Co-Initiator des CRM-Netzwerks "Frankfurter Roundtable" und seit letztem Jahr geschäftsführender Direktor des Europäischen Instituts für angewandtes Kundenmanagement (eifk).

Im Rahmen seiner Lehrtätigkeit hielt er Fachreferate am Campus02 in Graz / Österreich, und ist Mitglied der Lehrgangsleitung und des Trainer-Stabs der Diplom-Lehrgänge zum „Customer Relationship Manager“ an den WIFI's in Wien und Salzburg.

Kontakt / eMail: [sb@marketing-by-abs.com](mailto:sb@marketing-by-abs.com)



# Teilnahmebedingungen für den CRM-Lehrgang nach eifk-Standard (ergänzend zu den AGBs)

## 1. Anmeldung

Wir bitten Sie, uns Seminaranmeldungen unter der Verwendung des Anmeldeformulars auf Seite 12 per Post oder Fax zu übermitteln. Telefonisch nehmen wir gerne Ihre Reservierung entgegen. Ihre Anmeldung wird nach Erhalt unter Berücksichtigung freier Seminarplätze fix gebucht. Nach der Anmeldung erhalten Sie von uns eine Anmeldebestätigung inkl. Rechnung.

## 2. Rücktrittsrecht

Erfolgt die Buchung einer Veranstaltung im Fernabsatz, insbesondere also per Fax oder E-Mail, steht dem Teilnehmer als Konsument im Sinne des KSchG ein gesetzliches Rücktrittsrecht im Sinne des Fernabsatzgesetzes binnen 7 Werktagen (Samstag zählt nicht als Werktag), gerechnet ab Vertragsabschluss, zu. Dies gilt nicht für Veranstaltungen, die bereits innerhalb dieser 7 Werktage ab Vertragsabschluss beginnen.

## 3. Teilnahmegebühr

Die Seminar- bzw. Veranstaltungsgebühr schließt die Kosten für Teilnahme, Unterlagen und Verpflegung ein. Die Veranstaltung kann nur als Ganzes gebucht werden. Die Möglichkeit zum Nachholen nicht besuchter Teile besteht nicht. Die Teilnahmegebühr wird spätestens 14 Tage vor Beginn des Lehrgangs fällig. Für

die Teilnahme an der Veranstaltung ist die vorherige vollständige Überweisung der Teilnahmegebühr Voraussetzung.

## 4. Stornobedingungen

Da Seminarplätze nicht kurzfristig nachbesetzt werden können, müssen wir für Abmeldungen ab 2 Wochen vor Veranstaltungsbeginn 50 % und 3 Werktage vor Veranstaltungsbeginn 100 % Stornogebühr verrechnen. Die Stornogebühr entfällt, wenn Sie einen Ersatzteilnehmer nominieren. Abmeldungen können wir nur in schriftlicher Form entgegennehmen.

## 5. Veranstaltungsabsage

Muss eine Veranstaltung aus organisatorischen Gründen abgesagt werden, erfolgt eine abzugsfreie Rückerstattung von bereits eingezahlten Teilnahmegebühren. Ein Ersatz bei darüber hinausgehenden Schäden jeder Art (z. B. Fahrtkosten, Verdienstentgang etc.) ist ausgeschlossen. Die ABS Computer GmbH behält sich Druckfehler im Programm vor.

## 6. Teilnehmerzahl

Die Teilnehmerzahl bei unseren Seminaren ist begrenzt. Die Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt.

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## 1. Allgemeines

Allen Geschäftsbeziehungen der ABS Computer GmbH liegen diese Geschäftsbedingungen zugrunde. Abweichenden Geschäftsbedingungen wird hiermit widersprochen. Anderslautende oder ergänzende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.

## 2. Angebot und Vertragsabschluss

Die Angebote der ABS Computer GmbH sind freibleibend. Für den Umfang der zu erbringenden Leistungen ist der erteilte Auftrag maßgebend.

## 3. Lieferfrist

Bei Angabe von Liefer- oder Leistungsterminen handelt es sich um Circa-Angaben, wobei eine Überschreitung dieser Circa-Angaben um 3 Wochen unschädlich ist. Nach Ablauf dieser Frist ist der Auftraggeber berechtigt, eine angemessene Nachfrist, mindestens jedoch eine solche von einem Monat zu setzen. Nach fruchtlosem Ablauf dieser Frist ist der Auftraggeber berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

## 4. Haftungsbeschränkung

Jegliche Haftung der ABS Computer GmbH für eigenes Verschulden oder Verschulden von Erfüllungsgehilfen ist ausgeschlossen, soweit der ABS Computer GmbH oder ihren Erfüllungsgehilfen nicht Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit zur Last fällt. Bei der Verletzung wesentlicher Vertragspflichten haftet die ABS Computer GmbH auch für leichte Fahrlässigkeit. Im Übrigen ist die Haftung begrenzt auf die Höhe der Deckungssumme der Betriebshaftpflichtversicherung, die vertragstypische Schadensrisiken abdeckt. In Fällen mit besonderem Schadensrisiko wird mit Rücksicht auf die Haftungsbeschränkung der Abschluss einer zusätzlichen Versicherung empfohlen. Ansprüche auf Ersatz mittelbarer Folgeschäden und entgangenen Gewinns sind ausgeschlossen.

## 5. Nachträgliche Änderungswünsche

Änderungswünsche des Auftraggebers muss die ABS Computer GmbH nicht berücksichtigen, soweit sie eine nicht unerhebliche Abweichung vom ursprünglichen Vertragsinhalt darstellen, insbesondere wenn sie nicht mit den im Angebot oder sonstigen Leistungsbeschreibungen zugrundegelegten Anforderungen übereinstimmen.

Der ABS Computer GmbH steht es frei, gewünschte Änderungen gegen ein angemessenes zusätzliches Entgelt zu berücksichtigen. Grundlage der entsprechenden Entgeltfestsetzung sind der notwendige zusätzliche Zeitaufwand sowie der für die Gesamterstellung kalkulierte Vergütungssatz.

## 6. Gewährleistung

a.) Sowohl bei der Erstellung von Individualsoftware als auch bei der Überlassung von Standardsoftware bestimmt sich die Leistungspflicht der ABS Computer GmbH ausschließlich nach der Programmbeschreibung und/oder dem Pflichtenheft. Der Auftraggeber wird darauf hingewiesen, dass nach dem derzeitigen Stand der Technik eine absolute fehlerfreie Programmerstellung nicht möglich ist. Sobald Fehler oder Unstimmigkeiten auftreten, ist der Auftraggeber verpflichtet, die ABS Computer GmbH hierauf unverzüglich hinzuweisen.

b.) Der Vertragsgegenstand Individualsoftware/ Standardsoftware gilt spätestens binnen einer Frist von 4 Wochen nach tatsächlicher Übergabe und schriftlicher Übernahmebestätigung als abgenommen.

c.) Die Gewährleistungspflicht der ABS Computer GmbH ist auf Nachbesserung oder Ersatzlieferung beschränkt. Der Auftraggeber ist jedoch berechtigt, bei fehlergeschlagener Nachbesserung oder Ersatzlieferung eine Herabsetzung der Vergütung oder Rückgängigmachung des Vertrages zu verlangen.

d.) Der Auftraggeber ist verpflichtet, die ihm erteilten Hinweise für die Benutzung des Vertragsgegenstandes strikt zu beachten. Für Mängel die aus unsachgemäßer Benutzung, Handhabung und Lagerung des Vertragsgegenstandes zurück-

zuführen sind, wird keine Gewähr geleistet. Das gleiche gilt für natürlichen Verschleiß.

## 7. Zahlung

Die Rechnungen der ABS Computer GmbH sind, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart ist, sofort fällig und netto ohne jeden Abzug zahlbar. Gegen Ansprüche der ABS Computer GmbH ist die Aufrechnung nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen zulässig.

## 8. Eigentumsvorbehalt

Der Vertragsgegenstand bleibt Eigentum der ABS Computer GmbH bis zur Erfüllung sämtlicher gegenwärtigen Verbindlichkeiten des Auftraggebers aus der Geschäftsverbindung, sowie der zukünftigen, die mit dem gelieferten Gegenstand im Zusammenhang stehen. Der Auftraggeber darf den Vertragsgegenstand nicht weiter veräußern, es sei denn etwas anderes wird ihm ausdrücklich gestattet. In letzterem Fall tritt der Auftraggeber seine Zahlungsansprüche gegen seine Kunden sicherungshalber an die ABS Computer GmbH ab. Die ABS Computer GmbH gibt auf Anforderung die ihre Sicherungen frei, insoweit sie die zu sichernde Forderung um mehr als 20 % übersteigt.

## 9. Verwendungsbeschränkungen

Dem Auftraggeber ist es untersagt, den Vertragsgegenstand (Individualsoftware/ Standardsoftware) zu kopieren oder Dritten zur Nutzung zu überlassen oder zu veräußern, es sei denn, ihm ist etwas anderes ausdrücklich gestattet. Bei einem Verstoß gegen diese Verwendungsbeschränkungen verpflichtet sich der Auftraggeber zur Zahlung einer Vertragsstrafe. Die Vertragsstrafe beträgt bei Überlassung von Standardsoftware das 10 - fache des Kaufpreises, bei Überlassung von Individualsoftware das 3-fache des Kaufpreises. Dem Auftraggeber bleibt es nachgelassen einen niedrigeren Schaden, der ABS Computer GmbH bleibt es nachgelassen, einen darüber hinausgehenden Schaden nachzuweisen.

## 10. Datenschutz

Der Auftraggeber ermächtigt die ABS Computer GmbH, die im Zusammenhang mit der Geschäftsbeziehung erhaltenen Daten über Auftraggeber im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes zu verarbeiten.

## 11. Aufbewahrung und Herausgabe von Unterlagen

Die ABS Computer GmbH hat die erhaltenen Unterlagen und Responsemittel für die Dauer von 5 Jahren aufzubewahren. Diese Verpflichtung erlischt jedoch schon vor Beendigung dieses Zeitraums, wenn die ABS Computer GmbH den Auftraggeber schriftlich aufgefordert hat, die Unterlagen in Empfang zu nehmen und der Auftraggeber dieser Aufforderung nicht binnen sechs Monaten, nachdem er sie erhalten hat, nachgekommen ist.

Auf Anforderung des Auftraggebers hat die ABS Computer GmbH die Unterlagen innerhalb einer angemessenen Frist herauszugeben. Die ABS Computer GmbH kann von Unterlagen, die sie an den Auftraggeber herausgibt Fotokopien anfertigen und zurückbehalten.

## 12. Beendigung des Vertrages

Wenn und soweit ein Dienstvertrag i.S. der §§ 611, 675 BGB vorliegt, kann er von jedem Vertragspartner nur nach Maßgabe der §§ 626 ff. BGB gekündigt werden. Die Kündigung hat schriftlich zu erfolgen.

## 13. Schlußbestimmungen

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Wuppertal, soweit nichts anderes vereinbart ist. Sollte eine der vorstehenden Bestimmungen nicht rechtswirksam sein, so wird die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine angemessene Regelung gesetzt werden, die der ursprünglichen Bestimmung wirtschaftlich am nächsten kommt.