

4. Martini-Tagung der Angewandten Geographie Schwaben



Events für Städte und Regionen

Wie Standorte mit passgenauen
Veranstaltungen wirklich Mehrwerte schaffen

Fachtagung

Partner:

08. November 2018

Wittelsbacher Schloss - Friedberg (Bayern)



*Dr. Bernhard Kräuflich
Sprecher Regionalforum Schwaben,
Dt. Verband für Angewandte
Geographie e.V. (DVAG)*



*PD Dr. Markus Hilpert,
Leiter der Fachgruppe
Standortentwicklung am Institut
für Geographie, Universität Augsburg*

Sehr geehrte Damen und Herren,

am 8. November 2018 findet in Friedberg (Bayern) die 4. Martini-Tagung statt. Das Regionalforum Schwaben des Deutschen Verbands für Angewandte Geographie e.V. (DVAG) sowie die Fachgruppe Standortentwicklung am Institut für Geographie der Universität Augsburg möchten Sie herzlich dazu einladen. Die Veranstaltung versteht sich als Plattform zum Informations- und Erfahrungsaustausch für alle Akteure, die in der Stadt- und Regionalentwicklung tätig sind, also Kommunalpolitiker, Stadt- und Gemeinderäte, Wirtschaftsförderer, Stadt- und Regionalplaner, City- und Regionalmanager oder Touristiker.

Die Eventisierung von Städten wird mittlerweile vermehrt als Methode genutzt, um sowohl nach innen für die Bürgerinnen und Bürger, als auch nach außen, im nationalen und internationalen Maßstab, ein positives Image, einen Kommimpuls und eine emotionale Verbindung zum jeweiligen Standort aufzubauen. Verschiedene kleine und große Events sollen dabei differenzierte Zielgruppen ansprechen und so auch die Standortentwicklung unterstützen. In vier moderierten Fachsitzungen mit zwölf Impulsvorträgen und zwei Keynote-Vorträgen widmet sich unser umfangreiches Programm in diesem Jahr den unterschiedlichen Facetten von Events im Tourismus, im Citymanagement, in der Wirtschaftsförderung sowie im Stadt- und Regionalmarketing. Holen Sie sich auch auf der diesjährigen Martini-Tagung wieder neue Impulse für Ihre tägliche Arbeit oder als Basis für politische Entscheidungsprozesse.

Wir freuen uns sehr auf Sie und wünschen Ihnen anregende Begegnungen.

Liebe Freunde der Angewandten Geographie,

nachdem die Festivalisierung und die Inszenierung von Standorten in den 1990er Jahren als neuer Ansatz zur Attraktivitätssteigerung erkannt und entsprechend intensiv betrieben wurde, ließ das Interesse an solch performativen Aktivitäten danach rasch wieder deutlich nach. Angesichts relativ hoher Kosten, häufiger Interessenskonflikte, ausbleibender Dauerwirkung und anderer Kritikpunkte bis hin zu Zweifeln an der tatsächlichen Wirksamkeit von solchen Events, wurde ihr Nutzen zunehmend in Frage gestellt. Mittlerweile sind sich Experten und Praktiker weitestgehend einig, dass gezielte Veranstaltungen zwar fallweise einen großen Vorteil für Standorte liefern können, dass die Kosten-Ertrag-Relation aber für jede Aktion und jede Maßnahme konkret geprüft werden muss: Weder können alle Events – ob in der Wirtschaftsförderung, im Tourismus, im Citymanagement oder beim Regionalmarketing – per se als unwirksam erklärt werden, noch kann behauptet werden, dass jegliche Inszenierung mehr Vor- als Nachteile erbringt. Es geht also nicht mehr um das „ob“, sondern um das „wie“. Es geht um Details, um Rahmenbedingungen und um Zielgenauigkeit. Es geht heute nicht mehr um Effektivität, sondern um Effizienz.

Unter welchen Bedingungen die verschiedenen Events wirklich einen Mehrwert erbringen, wann der Nutzen die Kosten überschreitet und wie mit Events letztlich auch das erdachte Ziel erreicht werden kann, darüber werden wir uns auf der 4. Martini-Tagung unterhalten: Wir wollen über die Möglichkeiten und Risiken bei der Eventplanung und beim Eventmanagement informieren und Erfahrungen mit Praktikern und Wissenschaftlern diskutieren. So hoffen wir, Sie mit diesem interessanten Angebot auch im Jahr 2018 zu einem anregenden Austausch bei der Martini-Tagung begrüßen zu dürfen.

11.00 h **Check-In**

11.30 h **Begrüßung**

Dr. Bernhard Kräußlich & Bürgermeister Roland Eichmann

11.50 h **Keynote I:**

Vielfältige Events – vielfältige Wirkungen?

Typische Stolpersteine im Eventmanagement und wie man sie umgehen kann

Prof. Dr. Marc Redepenning, Universität Bamberg

Welche Effekte haben Events als Instrumente zur Attraktivitätssteigerung von Metropolen und Mittelstädten auf die Stadt insgesamt und auf ihre Gesellschaft? Und wie beeinflussen Events die Zukunftsfähigkeit von Kommunen? Der Vortrag zeigt die unterschiedlichen Facetten von Events und erörtert kritisch ihre konkreten Wirkungen auf einzelne Dimensionen der Stadtgesellschaft, wie etwa Einzelhandel, Wohlbefinden, Sauberkeit, Eigentypik der Stadt oder lokale Wertschöpfung. Es wird gezeigt, welche Fallstricke bei der Planung und Durchführung von Events sichtbar werden und wie diese durch eine kommunikative Planung seitens der Kommune sowie der Bürgergesellschaft reduziert werden können.

12.20 h **Keynote II:**

Kürzer, ganzheitlicher, schlanker!

Standortentwicklung neu denken: Thesen und Beispiele

Dr. Peter Markert, imakomm AKADEMIE

Die Besucherzahl allein ist wertlos. Qualifizierte Besucherfrequenz muss das Ziel sein! Und dafür sind Events ein wesentliches, aber eben nur ein Mittel, denn die Standortentwicklung braucht in ihren vielfältigen Facetten heutzutage auch neue Inhalte und neue Vorgehensweisen. Dass es sich - auch und gerade bei Events - nicht immer um komplexe Methodiken handeln muss, sondern die gesetzten Ziele oft auch pfiffig und verhältnismäßig einfach realisierbar sein können, beweisen nicht wenige Kommunen bereits heute. Und diese Handlungsansätze sind oftmals auch auf andere Städte und Gemeinden übertragbar.

12.50 h Wechsel in die Fachsitzungen mit einer kurzen Kaffeepause

13.15 h Fachsitzung 1

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Leitung: Laura Turbany und Philipp Friedsmann, DVAG

Fachsitzung 2

STADT- UND REGIONALMARKETING

Leitung: Ramona Riederer und Sebastian Dold, DVAG

13.20 h Impuls 1:

Vom Event zur Marke

Johannes Hofner, KUS Landkreis Pfaffenhofen a.d. Ilm

Die Vernetzung von Entscheidungsträgern unterschiedlicher Unternehmen schafft Kooperationen und verbesserte Wertschöpfungsketten. Sie ist damit ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaftsförderung. Aber: Welche Veranstaltungsformate eignen sich am besten dazu und mit welchen Themen können viele Teilnehmer gewonnen werden? Wie können Veranstaltungen etabliert werden? Und wie generieren sie nachhaltig einen Mehrwert für Unternehmen? Der praxisnahe Vortrag gibt Tipps und Tricks zum Eventmanagement in der Wirtschaftsförderung.

Impuls 1:

Street Food-Märkte als regionale Events entdecken

Kinan Salameh, Street Food Augsburg GbR

Kulinarik und Regionalität – zwei mittlerweile untrennbare Begriffe, die seit einigen Jahren eine neue Bühne in sogenannten Street Food-Märkten gefunden haben. Sie sind aber mehr als nur der „Wochenmarkt 2.0“, sie sind vor allem erlebnisorientiert und bieten dabei nicht nur verschiedene Gaumenfreuden, sondern auch einen kreativen Festivalrahmen. Die Street Food Augsburg GbR organisiert seit einigen Jahren erfolgreich das „Schmeckfestival“ und ist damit in verschiedenen deutschen Städten zu Gast.

13.40 h Impuls 2:

Events & Digitalisierung:

Statt Buzz Words echten Mehrwert bieten

Andrea Henkel, Netzwerkmanagement Digitales Zentrum Schwaben

Wie können Unternehmen effektiv bei der Digitalisierung und beim Einsatz neuer Technologien unterstützt werden? Events, wie beispielsweise Kongresse und Foren, aber auch neue Formate wie BarCamps bieten dazu vielfältige Möglichkeiten. Entscheidend für den Erfolg ist aber, dass die Inhalte der Zielgruppe und dem Wissenslevel entsprechen. Der Vortrag informiert, worauf es bei der Konzeption ankommt, zeigt praktische Beispiele und gibt Tipps aus der Praxis.

Impuls 2:

Durch Festivals die regionale Jugendkultur fördern

Frank Büschel, Abteilung Öffentlichkeitsarbeit/Kultur/Sport,

Stadt Friedberg

Festivals, wie Rock im Park oder das Chiemsee Summer Festival erleben seit vielen Jahren einen ungebrochenen Hype. Aktuell werden auch insbesondere kleine, regionalbezogene Festivals immer beliebter. Sie bestechen durch musikalische Alternativen, ehrenamtliches jugendliches Engagement und vor allem durch ihre Regionalität. Sie werden deshalb auch für das Regional- und Stadtmarketing immer interessanter. Ein gutes Beispiel ist das Südufer-Festival am Friedberger See.

14.00 h Impuls 3:
Wertschätzend – So wird ein Event daraus!
Christoph Winkelkötter, gwt Starnberg GmbH
Seit 2007 vergibt die Wirtschaftsförderung des Landkreises Starnberg den Wirtschaftspreis. Jedes Jahr wird in einer anderen Kategorie ein Preisträger gesucht. Dabei steht aber nicht nur die Preisverleihung im Vordergrund, sondern auch die Arbeit der Jury, um alljährlich einen Preisträger zu finden. Der Vortrag zeigt, wie mit diesem Event die Wirtschaftsförderung effektiv und wertschätzend betrieben werden kann – und das ohne große finanzielle Ressourcen!

14.20 h **Diskussion**

14.40 h Wechsel der Fachsitzung mit einer kurzen Kaffeepause

15.05 h Fachsitzung 3:
TOURISMUS
Leitung: Franziska Schier und Niklas Völkening, DVAG

15.10 h Impuls 1:
Events als Besuchermagnet und Identitätsverstärker
Simon Frank, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
Veranstaltungen erzählen Geschichten, stellen Städte ins Schaufenster und machen sie für Bürger und Touristen gleichermaßen attraktiv. Sie tragen dazu bei, die Identifikation der Bürger mit dem Ort zu steigern und sie so zu Botschaftern zu machen. Die Ergebnisse einer Umfrage aus dem Jahr 2017 zeigen Trends, Praxisbeispiele, Herausforderungen und Chancen der Veranstaltungsorganisation im Stadtmarketing und im Tourismus auf.

15.30 h Impuls 2:
Regionale Attraktivität durch Events steigern
Angelika Tittl, Donautal-Aktiv e.V.
Im Rahmen des Donautal-Radelspaß entdecken einige tausend Teilnehmer jedes Jahr aufs Neue die Landkreise Dillingen und Günzburg. Entlang der Strecke bieten örtliche Vereine und lokale Anbieter ein abwechslungsreiches Programm. Der Vortrag zeigt, wie durch eine gute Abstimmung zwischen allen Beteiligten die Anziehungskraft dieser Großveranstaltung sichergestellt und damit der Freizeitwert der Region gesteigert wird.

15.50 h Impuls 3:
Wie klappt die Eventorganisation durch Kommune und Verein?
Ira Wild, Landsberg a. L. / Tobias Wohlfahrt, Ruethenfestverein e.V.
Für die meisten Klein- und Mittelstädte sind große Events ohne die Unterstützung Freiwilliger und die Einbindung örtlicher Vereine oft nicht zu stemmen. Am Beispiel des Ruethenfestes, einem der größten Kinderfeste in Bayern, zeigt der Vortrag, wie eine erfolgreiche Kooperation zwischen Kommune und Verein funktioniert und was dabei zu berücksichtigen ist. Dabei werden auch die Vor- und Nachteile eines nicht-annualen Events thematisiert.

16.10 h **Diskussion**

16.30 h **Ende**

Impuls 3:
Regionale Identität und Vielfalt durch Events stärken
Maja Schmidt, Regionalmanagement Landratsamt Kitzingen
Aus Sicht des Regionalmarketings zeigen einmalig organisierte Events meist nur einen zeitlich begrenzten Mehrwert und können zudem die gesamte regionale Vielfalt nicht widerspiegeln. Regelmäßige Veranstaltungsformate hingegen helfen dabei, regionale Identität nachhaltig zu stärken. Die Veranstaltungsreihe „Kulturzeichen Kitzinger Land“ in Unterfranken präsentiert mit jährlichen Themenschwerpunkten die vielfältigen Seiten der Region: Ganz im Sinne der Marke „Kitzinger Land“!

Diskussion

Fachsitzung 4:
CITYMANAGEMENT
Leitung: Alessa Merz und PD Dr. Markus Hilpert, DVAG

Impuls 1:
Zum Nutzen von Events in kleinen und mittleren Städten
Alessa Merz, Universität Augsburg
Im Rahmen einer von der IHK Schwaben beauftragten Studie hat die Fachgruppe Standortentwicklung der Universität Augsburg untersucht, welche Arten von Events dem Einzelhandel in kleinen und mittleren Städten des ländlichen Raumes nützen und welche ihm sogar schaden. Dazu wurden bisherige Studien miteinander verglichen, Experteninterviews geführt und Fallbeispiele analysiert. Die Befunde liefern überraschende Ergebnisse!

Impuls 2:
Innenstadt-Events: Brot und Spiele für das Volk?
Reinhard Skusa, Citymanagement Aalen
Frage: „Sind Events das Allheilmittel für mehr Frequenz und steigende Umsätze in der City?“ Antwort: „Nein!“: Wie im klassischen Marketing-Mix führt nur die richtige Mischung zum Erfolg. Trotzdem bieten Events gute Möglichkeiten, einen wichtigen Beitrag zu einem erfolgreichen Citymarketing zu leisten. Am Beispiel der Aalener Sommeraktionen wird eine Auswahl erfolgreicher Veranstaltungen präsentiert.

Impuls 3:
Retail: Wie wird der Einkauf zum Ereignis?
Guido Schmitz, Raumform33
Von der Couch zurück in den Laden – Können Events wirklich helfen, die Kunden zurück in die Geschäfte zu holen? Was sind dabei die neuesten Trends und die aktuellsten Event-Formate? Und welche davon machen für den stationären Einzelhandel auch wirklich Sinn? Und schließlich: Was müssen Handel und Städte bei der Konzeption und Planung von Events beachten? Der praxisnahe Vortrag zeigt die wichtigsten Do's and Don'ts.

Diskussion

Keynote



Prof. Dr. Marc Redepenning
Institut für Geographie
Otto-Friedrich-Universität Bamberg
Am Kranen 12
96047 Bamberg
marc.redepenning@uni-bamberg.de

Prof. Dr. Marc Redepenning hat Geographie, Soziologie, Politikwissenschaft und Öffentliches Recht an den Universitäten Trier und Münster studiert. Er wurde 2004 in Leipzig promoviert und habilitierte sich an der Universität Jena mit einer Arbeit zu Figuren des Ländlichen im Jahr 2011. Seit 2012 hat er den Lehrstuhl Geographie I (Kulturgeographie) an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg inne. Forschungsschwerpunkte: Herausforderungen für Ländliche Räume, Fragen der Neuen Ländlichkeit, räumliche Konflikte um lokale Kultur und lokale Besonderheiten sowie systemtheoretische Sozialgeographie.



Dr. Peter Markert
Geschäftsführender Gesellschafter
imakomm AKADEMIE GmbH
Ulmer Straße 130 (Wi.Z)
73431 Aalen
info@imakomm-akademie.de

Dr. Peter Markert ist studierter Diplom-Geograph mit dem Nebenfach Betriebswirtschaftslehre. Seit 2004 ist er Geschäftsführender Gesellschafter der imakomm AKADEMIE GmbH mit Standorten in Aalen und Stuttgart. Zuvor war er zwischen 1997 und 2000 Mitarbeiter in der regionalen Wirtschaftsförderung und von 2000 bis 2004 in der Unternehmens- und Kommunalberatung einer regionalen Bank tätig. Schwerpunkte seiner Arbeit sind: Markt- und Standortanalysen, Strategische Kommunalentwicklung sowie Markenstrategien für Kommunen. Parallel übt er Dozententätigkeiten u.a. an der Universität Augsburg und der DHBW Mannheim (Wirtschaftsförderung) aus.

Veranstalter & Partner



Der Deutsche Verband für Angewandte Geographie e.V. (DVAG) ist die Vereinigung der Berufsgeographen in Deutschland. Bedingt durch immer raschere Entwicklungen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sowie einer gestiegenen Bedeutung von Umweltfragen, müssen Geographen ihr Fachwissen stetig ausbauen und sich über aktuelle raumbedeutsame Entwicklungen auf dem Laufenden halten. Mit dem DVAG Regionalforum steht dem Berufsstand der Geographinnen und Geographen in Schwaben ein Rahmen zur Weiterbildung und zum Austausch zur Verfügung.

DVAG Regionalforum Schwaben
Dr. Bernhard Kräußlich
Sprecher
Hinter den Gärten 23
86157 Augsburg
willkommen@dvag-schwaben.de
www.dvag-schwaben.de



Die Fachgruppe Standortentwicklung am Lehrstuhl für Humangeographie der Universität Augsburg arbeitet an der Schnittstelle von Lehre, Forschung und Anwendung. Sie betreut das Nebenfach Standortentwicklung im Bachelor- und Masterstudiengang Geographie, forscht zu aktuellen Fragestellungen (z.B. Einzelhandel, Stadt- und Regionalentwicklung, Wirtschaftsförderung, Innovationsmanagement, Placebranding) und kooperiert dabei sehr eng mit Praxispartnern aus Wirtschaft, Kommunen, Consulting und Verbänden.

Institut für Geographie,
Universität Augsburg
PD Dr. Markus Hilpert
Sprecher
Alter Postweg 118
86159 Augsburg
markus.hilpert@geo.uni-augsburg.de
www.geo.uni-augsburg.de



Die imakomm AKADEMIE GmbH – das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – wurde 2004 gegründet und betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen. Unser Institut steht für Kompetenz, Seriosität, aber auch für Leidenschaft und frischen Wind – dies bestätigen uns unsere Kunden immer wieder.

imakomm AKADEMIE GmbH
Dr. Peter Markert
Geschäftsführender Gesellschafter
Ulmer Straße 130 (Wi.Z)
73431 Aalen
info@imakomm-akademie.de
www.imakomm-akademie.de



Die Herzogstadt Friedberg ist bekannt für das intakte historische Altstadtensemble und das rundum sanierte Wittelsbacher Schloss. Bürgerschaftlich getragene kulturelle, gesellschaftliche und sportliche Events zeigen das dynamische und einfallreiche Friedberg. Die mittelständisch geprägte Stadt mit dem Leitspruch „Friedberg beflügelt“ verfügt über einen vielfältigen Branchenmix und positioniert sich als zukunftsorientierter Wirtschaftsstandort.

Stadt Friedberg
Dipl.-Geogr. Thomas David
Wirtschaftsbeauftragter/
Citymanager
Marienplatz 5
6316 Friedberg (Bayern)
thomas.david@friedberg.de
www.friedberg.de

Organisation

Veranstaltungsort

Wittelsbacher Schloss
Schlossstraße 21
86316 Friedberg (Bayern)

Datum

Donnerstag, 08. November 2018
11.30 bis 16.30 Uhr

Anreise mit der Bahn / ÖPNV

Ab Augsburg Hauptbahnhof:
Regionalbahn Richtung Friedberg im 15-Minuten-Takt.
Die aktuellen Fahrplaninformationen entnehmen Sie bitte
dem Internet unter www.bahn.de

Anreise mit dem Auto

Friedberg liegt günstig zwischen Augsburg und München
an der A 8 Ausfahrt Friedberg

Hotelempfehlung

Hotel zum Brunnen
Bauernbräustraße 4
86316 Friedberg
www.hotelzumbrunnen.de

Landhotel Kussmühle
Pappelweg 14
86316 Friedberg
www.kussmuehle.de

Veranstalter / Kontakt

Deutscher Verband für Angewandte Geographie e.V.
Regionalforum Schwaben
Ansprechpartner: Dr. Bernhard Kräußlich
willkommen@dvag-schwaben.de
www.dvag-schwaben.de

Fachgruppe Standortentwicklung am Institut für Geographie,
Universität Augsburg
Ansprechpartner: PD Dr. Markus Hilpert
markus.hilpert@geo.uni-augsburg.de
www.geo.uni-augsburg.de/standortentwicklung.html

Tagungsort / Parken



Parken in Friedberg

Wer im Zentrum oberirdisch parkt, zahlt pro angefangene 15 Minuten 20 Cent Parkgebühr. Die Höchstparkdauer beträgt hier 2 ½ Stunden. Für die Tagung empfehlen wir daher die Parkgaragen Ost und West. Die Tarifgestaltung ist dort folgendermaßen: Die Parkgebühr beträgt dort pro angefangene 10 Minuten nur 10 Cent und die Parkscheinautomaten zahlen Wechselgeld zurück. Die Höchstparkdauer beträgt in den ersten Untergeschossen 3 Stunden und in den zweiten Untergeschossen 6 Stunden. Gebührenpflichtige Zeit ist von 08.00 bis 18.00 Uhr.

Handyparken

Handyparken ist auf allen Parkplätzen und in den Garagen Ost und West möglich. Auf der Internetseite finden Sie unter www.friedberg-parken.de oder telefonisch unter der Nummer 0821 4504-1111 alle Informationen zum Handyparken. Vorteil beim Handyparken: Die Parkgebühren werden minutengenau abgerechnet. Es ist kein genaues Vorausplanen der Parkzeit notwendig.

Bildnachweis:
Mit freundlicher Genehmigung der Werbeagentur Elke Reiser,
Friedberg, 2018

Events für Städte und Regionen

Wie Standorte mit passgenauen Veranstaltungen wirklich Mehrwerte schaffen

08. November 2018

ANMELDUNG

Wittelsbacher Schloss - Friedberg (Bayern)

Bitte senden Sie die Anmeldung vollständig ausgefüllt bis 25. Oktober 2018 an

per Fax 0049 (0) 821 267 14 809

per E-Mail anmeldung@dvag-schwaben.de

- Ich nehme an der Fachtagung am 08. November 2018 teil (Eintrittsgebühr: 95 Euro)
- EARLY BIRD Vorteil für Früh anmelder bis 28. September 2018 (Eintrittsgebühr: 75 Euro)
- Ich bin Mitglied beim DVAG (Eintrittsgebühr 50 Euro, EARLY BIRD 40 Euro)
- Ich bin Student / in (ermäßigte Eintrittsgebühr 25 Euro)

Bitte geben Sie hier die für die Rechnungsstellung relevanten Kontaktdaten an. Die Rechnung erhalten Sie per E-Mail.

Name

Vorname

Funktion

Firma / Institution

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

E-Mail

Die untenstehenden Teilnahmebedingungen und die Teilnahmegebühr erkenne ich an.

Ort, Datum, Unterschrift

Teilnahmebedingungen

Die verbindlichen Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Nach Eingang der Anmeldung wird die Teilnahmegebühr sofort in Rechnung gestellt. Das Tagungsprogramm entspricht dem Stand der Drucklegung. Änderungen bleiben vorbehalten. Mit Ihrer schriftlichen Anmeldung erteilen Sie uns die Einwilligung, Ihre Angaben elektronisch zu speichern. Die gespeicherten Daten unterliegen den Datenschutzbestimmungen, über die Sie sich im Internet unter <https://geographie-dvag.de/datenschutz/> informieren können. Bei der Veranstaltung werden Bilder und ggf. Filmaufnahmen zur Veröffentlichung gemacht. Sollten Sie nicht damit einverstanden sein, melden Sie sich bitte am Veranstaltungstag bei der Registrierung. Die Teilnahmegebühr umfasst Kaffee, Erfrischungsgetränke und einen kleinen Imbiss während der Veranstaltung.

Stornierung/Umbuchung

Bei Stornierung oder Nichterscheinen werden 100 % der Teilnahmegebühr als Stornierungsgebühr erhoben/ einbehalten. Eine Ersatzperson kann benannt werden.