

Der zertifizierte

# CSR- UND SUSTAINABILITY MANAGER

**ÜBERNEHMEN SIE VERANTWORTUNG!**

**IHR KOMPAKT-LEHRGANG ZUM NACHHALTIGKEITS-EXPERTEN IM UNTERNEHMEN**

**INTENSIV** 2 plus 3 Tage Training in 5 Modulen mit Lernintervall zur Wissensfestigung  
**PRAXISNAH** Arbeiten Sie konkret am CSR-Konzept Ihres Unternehmens  
**EFFIZIENT** Begrenzte Teilnehmerzahl ermöglicht intensiven Austausch mit den Referenten

## Ihr Business Case Sustainability

- ▶ Wie sich Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen wirklich lohnt

## Stakeholder Engagement

- ▶ Wen Sie auf Ihrem Weg mitnehmen sollten und wie Ihnen das gelingt

## Standards und Managementsysteme

- ▶ Wie Sie CSR und Nachhaltigkeit im Managementprozess verankern

## CSR- und Sustainability-Reporting

- ▶ Wie Sie nicht nur „Gutes tun und darüber reden“, sondern auch korrekt darüber berichten

## PLUS: CSR-Konzeptwerkstatt – Mit dem eigenen Konzept in die Praxis!

- ▶ Entwickeln Sie Ihr CSR-Konzept im Austausch mit Teilnehmern und Referenten

## AKADEMIE

Module 1 und 2: 24. und 25. April 2012, Düsseldorf  
Module 3 bis 5: 14. bis 16. Mai 2012, Berlin

Knowledge Partner:



## RESPONSIBILITY MATTERS!

Unternehmerische Verantwortung und nachhaltiges Wirtschaften sind zentrale Herausforderungen strategischer Unternehmenspolitik. Und doch sind die damit verbundenen Anforderungen wie auch die praktische Umsetzung häufig unklar: An welchen Stellen im Unternehmen wird das Thema Nachhaltigkeit verankert? Welche Strategie steht dahinter und welche Maßnahmen erwachsen daraus? Und: Wie lassen sich soziale und ökologische Anforderungen mit wirtschaftlichen Zielen in Einklang bringen?

Ein gutes und konsequent in die Praxis umgesetztes Nachhaltigkeitskonzept lohnt sich nicht nur für Mensch und Umwelt, sondern ist auch umsatzrelevant. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Innovationstreiber in Wirtschaft und Gesellschaft. Doch für Unternehmen ist Nachhaltigkeits-Engagement kein Allheilmittel. Unzulänglich geplante und umgesetzte CSR-Maßnahmen werden öffentlich schnell als nicht authentisch wahrgenommen und handeln sich deshalb den Vorwurf des „Greenwashings“ ein.

Wie Nachhaltigkeit nachhaltigen Erfolg verspricht, lehrt diese Akademie kompakt in nur fünf Tagen – mit Top-Referenten und erfolgreichen Beispielen aus der Praxis. Werden Sie zum Experten für CSR und Nachhaltigkeit im Unternehmen!

### An wen richtet sich die Akademie?

Branchenübergreifend an Entscheidungsträger und Führungskräfte aus Unternehmen und Institutionen, die sich direkt oder in Querschnittsfunktionen mit den Themen Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit befassen, insbesondere aus den Bereichen:

- Geschäftsleitung
- Corporate Social Responsibility (CSR)/Corporate Citizenship (CC)
- Sustainability Management/Nachhaltige Unternehmensentwicklung
- Personalentwicklung/Human Resources
- Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit
- Investor Relations/Stakeholder Relationship Management
- Public Affairs/Unternehmenspolitik
- Einkauf/Procurement/Supply Chain Management
- Qualitäts- und Umweltmanagement
- Marketing

Zusätzlich angesprochen sind Kanzleien, Beratungsunternehmen, Agenturen, Verbände und Dienstleister, die ihre Expertise in den Bereichen CSR und Nachhaltigkeit ausbauen und professionalisieren wollen.

### CSR und Nachhaltigkeit: Vom diffusen Ziel zum konkreten Plan

#### Warum es sich lohnt, nachhaltig zu wirtschaften: Ihr Business Case Sustainability.



Prof. Dr. Rüdiger Hahn, Juniorprofessor für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Sustainability und Corporate Responsibility, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Welche Vorteile hat es für ein modernes Unternehmen, auf Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zu setzen? Welche Chancen und welche Herausforderungen ergeben sich, wenn zu den ökonomischen Kennzahlen auch ökologische und soziale Anforderungen hinzukommen? Welchen gesellschaftlichen Ansprüchen hat sich ein Unternehmen heute überhaupt zu stellen? Wo sind die Grenzen von CSR und Nachhaltigkeit? Diskutieren Sie diese und weitere Fragen im Rahmen des ersten Akademietages.

#### CSR & Nachhaltigkeit: Eine Einführung

- Klare Konzepte oder Begriffsverwirrung?
- Unternehmerisches Handeln – Fallbeispiele
- Charakterisierung und Einführung zur Nachhaltigkeit
- Charakterisierung und Einführung zu CSR
- Gesellschaftliche Realitäten – Momentaufnahmen

#### Sollen Unternehmen Verantwortung übernehmen – und wenn ja, wofür?

- Können Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung haben?
- CSR und Philanthropie
- Globalisierungserscheinungen als Triebfedern
- Der Business Case für Nachhaltigkeit
- Chancen nutzen, Risiken vermeiden

#### Unternehmen & Öffentlichkeit: Herausforderungen für CSR-Management

- Akzeptanzverlust und die „License to operate“
- Positiv gemeint vs. positiv wahrgenommen
- Akteure auf dem Weg zur Nachhaltigkeit
- Gefangen zwischen Wertvorstellungen und Empirie?
- Unternehmerische Reaktionen und Anpassungspfade

#### Nachhaltigkeit und CSR: Ein komplexes Geschäft

- Warum ist CSR nicht gleich CSR?
- Funktionsspezifische Perspektiven
- Branchenspezifische Perspektiven
- Regionale Perspektiven
- Nachhaltigkeit zwischen „Win-Win“ und „Trade-Offs“



Am Abend des ersten Akademietages laden wir Sie herzlich zu einem gemeinsamen Umtrunk ein. Nutzen Sie die Gelegenheit zum Austausch in entspannter Atmosphäre!

## MODUL 2

» 25. April 2012

### Stakeholder Engagement

Wen Sie auf Ihrem Weg mitnehmen sollten und wie Ihnen das gelingt.



**Dr. Ingo Schoenheit**, Geschäftsführender Gesellschafter der imug Beratungsgesellschaft und Vorstand des imug Instituts für Markt-Umwelt-Gesellschaft an der Leibniz Universität Hannover

Interne und externe Stakeholder zu verstehen und erfolgreich mit ihnen zu kooperieren – ohne stets klein beizugeben – ist eine zentrale Herausforderung. Vom Lieferanten über NGOs bis hin zu den Medien – häufig ist unklar, wie mit der Vielzahl und Dynamik von gesellschaftlichen Ansprüchen und Herausforderungen umgegangen werden soll. In Modul 2 erfahren Sie, welche Stakeholder für Ihr nachhaltiges Engagement zentral sind und wie Sie mit ihnen in Kontakt treten.

#### Stakeholder-Identifikation und -Analyse

- Welche Stakeholder stellen welche Ansprüche an Ihr Unternehmen?
- Wie unterscheiden sich ihre Erwartungen?
- Wie beurteilen Sie „wichtige“ Stakeholder?
- Stakeholder-Mapping: Wie geht es, wann lohnt es?

#### Formen und Formate des Stakeholder-Dialogs

- Ziel-Analyse und -Konkretisierung
- Proaktive und reaktive, operative und strategische Ziele
- Was unterscheidet Information, Dialog und Engagement?
- Wie treten Sie mit kritischen Stakeholdern in Kontakt?
- Was kostet ein vernünftiger Stakeholder-Dialog?

#### Do's & Don'ts im Stakeholder Engagement

- Wer ist zu beteiligen, einzubeziehen, zu informieren?
- Was ist im Prozess zu beachten?
- Welche Formen der Management-Einbindung sind wünschenswert?
- Welche Erfolgskontrolle ist sinnvoll und machbar?

#### BEST PRACTICES

- Stakeholder Engagement Strategie der Deutschen Telekom
- Internationale Standards & Guidelines AA 1000/ISO 26000
- Zertifizierung des Stakeholder Engagements?
- Unternehmensdialoge: Procter & Gamble
- Branchendialoge: Wasch- und Reinigungsmittelindustrie
- Produktentwicklung: Nachhaltige Produkte



Die ersten zwei Akademietage sind geschafft. Nehmen Sie Ihre ersten Learnings mit ins Unternehmen, holen Sie Feedback ein und arbeiten Sie an Ihren Konzeptideen!

## MODUL 3

» 14. Mai 2012

### Standards und Managementsysteme

Wie Sie CSR und Nachhaltigkeit im Managementprozess integrieren und verstetigen.



**Dr. Michael Walther**, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Fachgebiet Nachhaltige Unternehmensführung, Universität Kassel

Verschiedene prüf- und belegbare Standards unterstützen verantwortliches und nachhaltiges Management. Diese Standards anzuerkennen bedeutet jedoch häufig noch nicht, sie auch erfolgreich und langfristig im Unternehmen umzusetzen. Welche Vorgaben gibt es und wie gehen Sie als Unternehmen konkret damit um? Welche Brancheninitiativen und Zertifikate sind vertrauenswürdig, welche Verhaltenskodizes funktionieren? Am dritten Tag der Akademie erfahren Sie, an welchen Stellschrauben Sie konkret ansetzen müssen.

#### KICK-OFF: Ökologisch, sozial, transparent – erfolgreich! Wie sich nachhaltiges Wirtschaften lohnt (siehe S. 5)

**Dr. Christoph von Carlowitz**, Bereichsleiter Gesamtbanksteuerung, GLS Gemeinschaftsbank eG

#### Codes of Conduct und Standardisierte Managementsysteme

- Der Dschungel nachhaltigkeitsorientierter Normensysteme
- Anforderungskataloge: sozial – ökologisch – nachhaltig?
- Welcher Standard, warum und für welches Unternehmen?

#### Anforderungen und Nutzen

- Selbstverpflichtungen und Anforderungskataloge
- Selbstüberprüfung, Zertifizierung, Validierung
- Normensysteme zwischen Risikoabwehr und Nachhaltigkeitsleistung

#### Einführung von und Arbeit mit Managementsystemen

- Implementierung von Managementsystemen
- Organisation, Unternehmenspolitik und Strategie
- Zentrale Unternehmensakteure und ihre Rolle
- Kulturelle Passung und Mitarbeiterbindung
- Praxiserfahrungen – Kosten, Nutzen und Nachhaltigkeitswirkungen

#### Die ISO 26000 als System zum CSR- und Nachhaltigkeitsmanagement

- ISO 26000: Idee, Anforderungen, Organisation – Zertifizierung?



Würdigen Sie das Wiedersehen nach getaner Arbeit beim gemeinsamen Umtrunk! Eine gute Möglichkeit, die Erfahrungen der letzten Wochen zu reflektieren.

## CSR- und Sustainability-Reporting

Wie Sie CSR und Nachhaltigkeit glaubwürdig, zielgruppenorientiert und effizient kommunizieren.



**Priv.-Doz. Dr. habil. Ralf Isenmann**,  
Vertretungsprofessor, Fachgebiet Nachhaltige  
Unternehmensführung, Universität Kassel

Für den Erfolg Ihrer CSR-Aktivitäten ist entscheidend, wie Sie diese kommunizieren. Doch welche Inhalte gehören in einen überzeugenden Report? Was ist zu beachten, wenn Sie Rechenschaft ablegen über ökologische und soziale Anforderungen entlang der Wertschöpfungskette? Mit welchen Formaten erreichen Sie Ihre Adressaten? Wie gelangen Sie zum „Integrierten Reporting“, das über gedruckte Berichte hinausgeht? Bewältigen Sie die Last der Berichtspflicht und kommunizieren Sie proaktiv und erfolgreich!

### CSR- und Sustainability-Reporting im Überblick

- Was sind die zentralen Treiber beim Reporting?
- Welche Chancen bietet ein professionelles Reporting?
- Welche Strategien stehen beim Reporting offen?
- Aktuelle Trends und Fallbeispiele aus der Praxis

### Über CSR und Sustainability berichten: Maßgeschneidert und effizient

- Anforderungen, Standards und Leitlinien durch GRI & Co.
- Stakeholder-Bedürfnisse und -Präferenzen einbeziehen
- Interne Anforderungen, Prozesse und Verantwortlichkeiten
- Ressourcen einplanen: Personal und Organisation
- Informations- und Datenmanagement, Automatisierung

### CSR und Sustainability transparent kommunizieren

- Wie Sie Stakeholder-Dialoge fördern
- Zielgruppenorientierung und Individualisierung
- Wie viel Interaktivität und Partizipation ist möglich?
- Glaubwürdigkeit sichern und erhöhen
- Neue Wege im Social Web:  
Sustainability Reporting goes online

### Do's & Don'ts im CSR- & Sustainability-Reporting

- Fallstricke des (Online)-CSR- und Sustainability-Reporting
- So verzahnen Sie Ihr Reporting mit Ihrem Kerngeschäft
- Reporting à la carte: Auf dem Weg zum Integrierten Report
- Reporting day to day: Ihre Checkliste für die Praxis



Erst die Arbeit, dann das Vergnügen: Kurz vor dem Akademie-Endspurt haben wir uns eine Überraschung für Sie einfallen lassen. Seien Sie gespannt, was Sie am Abend in Berlin erwartet!

## Die CSR-Konzeptwerkstatt: Ihr Konzept für die Praxis

Arbeiten Sie am CSR-Konzept Ihres Unternehmensfokussiert und zukunftsorientiert.



**Dr. Nadine Pratt**, Teamleiterin Sustainable Business  
and Entrepreneurship, UNEP/Wuppertal Institute  
Collaborating Centre on Sustainable Consumption  
and Production (CSCP)

Jetzt sind Sie an der Reihe: Sie haben Ihr CSR-Handwerkzeug beisammen und Lehren gezogen, wie Sie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung im eigenen Unternehmen verankern können. Heute haben Sie die Gelegenheit, Ihre Konzept-Ideen auszuprobieren und zu verfeinern. Ihre Sparringspartner dabei: Ihre Trainerin und die Akademie-Teilnehmer. Im Dialog erhalten Sie wertvolle Tipps und Anregungen, umgehen eventuelle Fallstricke und gelangen zu Kernelementen eines konkreten Konzepts für die Unternehmenspraxis.

### KICK-OFF: CSR- und Sustainability-Champions – heute und morgen

- Wer sind die CSR- und Nachhaltigkeits-Champions?
- Was sind ihre Erfolgsfaktoren?
- Welche Trends im Bereich CSR und Sustainability stoßen sie an?

### Ihr CSR- und Nachhaltigkeitskonzept

- Was bedeutet Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen, für Ihre Produkte und Ihre Konsumenten?
- Ihr spezifischer Business Case Sustainability
- Die strategische Verankerung von CSR mit Produktion und Konsum
- CSR in 5 Bildern: Visualisierung von CSR

### Personal Empowerment

- Schlüsselqualifikationen des CSR- und Sustainability-Managers
- Welche Netzwerkpartner helfen Ihnen, Ihre CSR-Strategie voranzutreiben?

### Reality Check im Dialog

- Analyse der Stärken und Schwächen des Konzepts
- Wichtige Weichenstellungen für Ihr Konzept
- Welche Partner & Netzwerke sind zentral für Ihr Konzept?
- Konkrete nächste Schritte: Ihr 12-Monatskalender CSR!

### Abschließend:

**Freiwillige schriftliche Kurzprüfung zur Zertifizierung.**



Sie haben es geschafft! Mit viel neuem Know-how und einem handfesten Konzept kehren Sie zurück an den Arbeitsplatz. Ihr Zertifikat erhalten Sie nach der Auswertung der Prüfung auf postalischem Wege.



# BEST PRACTICE » 14. Mai 2012

## Kick-Off zum 2. Teil der Akademie

Ökologisch, sozial, transparent – erfolgreich!  
Wie sich nachhaltiges Wirtschaften lohnt.



Dr. Christoph von Carlowitz, Bereichsleiter  
Gesamtbanksteuerung, GLS Gemeinschaftsbank eG

Die GLS Bank arbeitet in einem Netzwerk nachhaltig wirtschaftender Unternehmen und Initiativen und finanziert über 11.500 zukunftsweisende Projekte – mit dem Ziel, Sinn, Gewinn und Sicherheit zu verbinden. Wie das im Kosmos von Bankern, Bonds und Boni funktioniert, beschreibt dieses Praxisbeispiel.

## KNOWLEDGE PARTNER:



### UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP)

Das Trainingskonzept für diese Akademie wurde u.a. in Zusammenarbeit mit dem UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) entwickelt.

## IHRE BENEFITS:



### CSR-Konzept für Ihr Unternehmen

Im Rahmen der fünftägigen Akademie erarbeiten Sie Schritt für Schritt die Säulen eines CSR-Konzepts, das Sie mit in die berufliche Praxis nehmen. Durch das Lernintervall zwischen den Modulen 2 und 3 haben Sie die Gelegenheit, Ihre Konzept-Ideen zwischenzeitlich im Unternehmen vorzustellen und erstes Feedback einzuholen.



### Zertifizierter Abschluss

Stellen Sie im Rahmen einer schriftlichen Kurzprüfung Ihr erlerntes Wissen unter Beweis! Nach der Auswertung erhalten Sie ein aussagekräftiges Zertifikat, das Ihren Lernerfolg detailliert dokumentiert.

## METHODIK DER AKADEMIE:



### Intensiver Austausch mit Referenten und Teilnehmern

Die Teilnehmerzahl der Akademie ist begrenzt. So haben Sie Gelegenheit, Ihre Ideen und Beispiele im Rahmen der Akademie einzubringen und sich tiefgehend auszutauschen.



### Kompaktes Curriculum

Die Akademie ist auf das knappe Zeitbudget von Entscheidungsträgern ausgerichtet: Sie lernen in fünf Tagen zum Thema Nachhaltigkeit, was für den beruflichen Alltag entscheidend ist und was Ihr Unternehmen weiterbringt.



### Wissenstransfer und Lernerfolg

Alle Module greifen inhaltlich ineinander und bauen durch Leitfragen und Key-Results aufeinander auf. So erwerben Sie sukzessive neues Wissen und bauen Ihre CSR-Kompetenz kontinuierlich aus.



### Antworten auf Ihre Fragen:

Senden Sie uns im Vorfeld der Akademie und im Rahmen des Lernintervalls Ihre Fragen zu – wir leiten sie an die Referenten weiter und Sie erhalten vor Ort individuelle Antworten.

## INFOLINE: 02 11/96 86 – 35 16

Haben Sie Fragen zu dieser Akademie?  
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

**Konzeption und Inhalt:** Cliff Lehnen, Konferenz-Manager  
**Organisation:** Simone Seidemann, Konferenz-Koordinatorin  
E-Mail: simone.seidemann@euroforum.com

## ZEITPLAN

9.00	Empfang mit Kaffee und Tee, Check-In
9.30	Beginn des Akademietages
13.00	Gemeinsames Mittagessen
17.00	Fragen, Reflexion, Diskussion
17.30	Ende des Akademietages

**Module 2 und 5** von 8.30 bis 16.30 Uhr.

Vor- und nachmittags ist jeweils eine Kaffeepause eingeplant.

[Kenn-Nummer]



**INFOPOST**  
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

- Ja, ich nehme teil an der 5-tägigen EUROFORUM-Akademie**  
zum Preis von € 3.499,- p.P. zzgl. MwSt. [P1105390M015]  
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.  
Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]  
[Auf Anfrage sind die Module auch separat buchbar. Sprechen Sie uns hierzu gerne an.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.  
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Name
Position/Abteilung
Telefon
Fax
E-Mail
Geb.-Datum (TTMMJJJJ)

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail:  Ja  Nein Zusendung per Fax:  Ja  Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat
Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst  
oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  
 251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

## Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40  
 telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-35 16 [Simone Seidemann]  
 Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00  
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE  
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf  
 per E-Mail: anmeldung@euroforum.com  
 info@euroforum.com  
 im Internet: www.euroforum.de/csr-manager

### 24. und 25. April 2012

#### NH Düsseldorf City-Nord

Münsterstraße 230-238, 40470 Düsseldorf, Tel.: 02 11/23 94 86 - 0

### 14. bis 16. Mai 2012

#### Hotel Concorde Berlin

Augsburger Straße 41, 10789 Berlin, Tel.: 0 30/80 09 99 - 0

**Teilnahmebedingungen.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**Datenschutzinformation.** Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**Zimmerreservierung.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

#### Ihre Tagungshotels.

Die Veranstaltung im NH Düsseldorf City-Nord ist ein „Ecometing“. Mit einem „Ecometing“ garantiert NH Hoteles den respektvollen Umgang mit Energieressourcen und die Nutzung von Produkten mit einem geringen Umwelteinfluss sowie von Fair Trade-Produkten. Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das NH Düsseldorf City-Nord herzlich zu einem Umtrunk ein.

Das Hotel Concorde Berlin trägt das international anerkannte „Green Globe“-Zertifikat, mit dem nachhaltiges Wirtschaften (soziale, ökologische und ökonomische Aspekte) ausgezeichnet wird. Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt Sie das Hotel Concorde Berlin herzlich zu einem Umtrunk ein.



Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40