



# CURRICULUM: INDIREKTER EINKAUF

Der Indirekte Einkauf wurde in der Vergangenheit in vielen Unternehmen vernachlässigt, und das obwohl indirekte Einkaufskategorien je nach Sektor einen bedeutenden Anteil der Ausgaben repräsentieren können. Auch war und ist Maverick Buying in diesem Bereich noch immer sehr ausgeprägt. Die Folge: unnötig hohe Ausgaben und verschenkte Einsparpotenziale. Führende Unternehmen sind längst umgeschwenkt und gehen Einsparziele im Indirekten und Dienstleistungseinkauf strategisch und gut organisiert an.

Das Curriculum „Indirekter Einkauf“ bietet Ihnen umfassende Kenntnisse, die für professionelles Handeln im Indirekten Einkauf wesentlich sind: von den Zielen und Beschaffungsinstrumenten, über Strategien und Verhandlungskompetenzen, bis hin zu Vertragsfragen und Controlling.

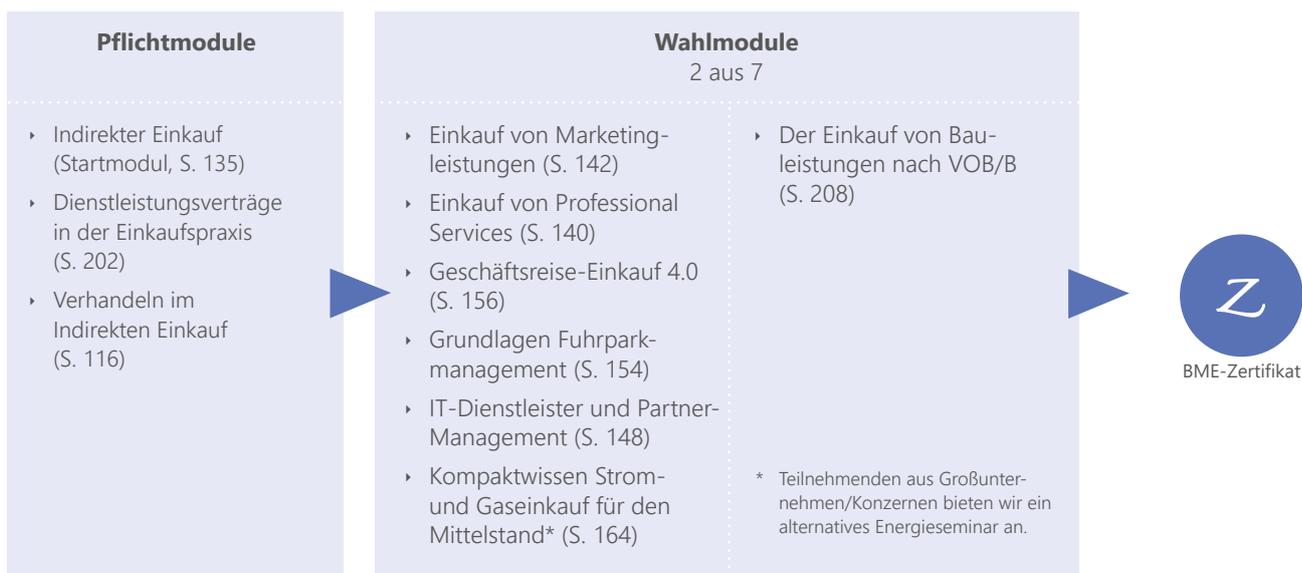
 [bme.de/ind-curriculum](https://www.bme.de/ind-curriculum)

Durch den modularen Aufbau in **Pflichtmodule** und **Wahlmodule** können Sie sich ein auf Sie zugeschnittenes Weiterbildungsprogramm zusammenstellen. Die Pflichtmodule bilden jeweils die Kernkompetenzen ab. Die Wahlmodule bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Wissen individuell und fachspezifisch zu vertiefen.

Um das Teilnahmezertifikat „Indirekter Einkauf“ zu erhalten, müssen Sie die in der Grafik angeführten **3 Pflichtmodule** sowie **2 Wahlmodule** innerhalb von 18 Monaten durchlaufen.

## IHRE VORTEILE

- + Sie stellen Ihre Schwerpunkte selbst zusammen!
- + Sie qualifizieren sich in den jeweiligen Kernkompetenzen!
- + Sie erhalten Kenntnisse in spezifischen Bereichen des Indirekten Einkaufs
- + Sie bekommen nach jeder erfolgreichen Modulteilnahme ein Teilnahmezertifikat sowie ein Gesamtzertifikat nach erfolgreicher Absolvierung des gesamten Curriculums!



## INFORMATIONEN

Genauer zu **Inhalten, Terminen** und **Preisen für die Einzelbuchung** der Module erhalten Sie auf der jeweils angegebenen Seminarseite, auf Anfrage oder unter

 [bme.de/ind-curriculum](https://www.bme.de/ind-curriculum)



### IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Anna Riedl  
Teamleiterin Seminare  
Telefon: 06196 5828-253  
E-Mail: [anna.riedl@bme.de](mailto:anna.riedl@bme.de)

%

### IHRE ERSPARNIS

Bei Buchung des Curriculums sparen Sie 15 % gegenüber einer Einzelbuchung der Kurse!



# INDIREKTER EINKAUF

## STRATEGISCHE ANSÄTZE FÜR EINEN STRUKTURIERTEN UND WERTSTEIGERNDEN INDIREKTEM EINKAUF

Ziel des Seminars ist es, alle bedeutenden Kategorien des Indirekten Einkaufs nach ihren wert-/preisbestimmenden Faktoren zu strukturieren. Da indirekte Einkaufskategorien je nach Sektor einen bedeutenden Anteil der Ausgaben repräsentieren können, zeigt das Seminar eine der Bedeutung angemessene strategische und organisatorische Umsetzung des Indirekten Einkaufs auf. Eine deutliche Abgrenzung zum Direkten Einkauf in Bezug auf die interne Kommunikation mit Fachbereichen, Bedarfsermittlung, Erfolgsmessung und Lieferantenmanagement wird vorgenommen. Erfolgreiche strategische Ansätze aus dem Direkten Einkauf werden auf den Indirekten Einkauf angepasst und zielgerichtet angewendet.

**ZIELGRUPPE:** Fach- und Führungskräfte in der Beschaffung indirekter Einkaufskategorien, deren Aufgabe in der systematischen Bearbeitung der Märkte und nachhaltigen Kostenreduzierung und Wertsteigerung des Indirekten Einkaufs besteht

**METHODIK:** Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Diskussion, Praxisbeispiele, Erfahrungsaustausch

**SEMINARLEITUNG:** Hanno Dettlof

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 135).



[bme.de/bek-ind](http://bme.de/bek-ind)

### SEMINARINHALTE

#### Abgrenzung und Definition des Indirekten Einkaufs

- › Typische Einkaufskategorien/Einkaufsklassen
- › Unterschiede zum Direkten Einkauf
- › Qualifikation für den Indirekten Einkauf
- › Organisatorische Varianten
- › Herausforderung „Maverick Buying“, Spendmanagement

#### Einbindung des Einkaufs

- › Stakeholdermanagement, Stakeholdermatrix
- › Rolle des Einkaufs in der Kommunikation mit Fachbereichen
- › Argumentationstechnik, Fragetechnik
- › Bedeutung des Projektmanagements im Indirekten Einkauf
- › Verhandlungsaspekte intern und extern

#### Portfolio-Management im Indirekten Einkauf

- › Abgrenzung zu direkten Einkaufsstrategien
- › Wirkungsvolle Einkaufshebel für den Indirekten Einkauf
- › Strategieableitung und Beispiele für die Road Map
- › Normstrategien
- › eProcurement: Hürden und Nutzen
- › Potenzialanalysen

#### Problematik qualitativer Lieferantenbewertungen

- › Typische Bewertungskataloge
- › Leistungsbewertung vs. Lieferantenbewertung
- › Erstellung von Kriterienkatalogen zur Auswahl und Bewertung
- › Nutzwertanalytik
- › Lieferantenentwicklungsmaßnahmen

#### Erfolgsmessung und Zieldefinitionen für den Indirekten Einkauf

- › Warum wird so wenig gemessen?
- › Gibt es echte „Savings“ im Indirekten Einkauf?
- › Was ist der Wertbeitrag des Indirekten Einkaufs?
- › Was sind sinnvolle KPIs?
- › Welche Einkaufsziele sind sinnvoll?
- › Definition bereichsübergreifender Ziele

#### Ansätze für das Warengruppenmanagement an ausgewählten Beispielen

- › Interne und externe Bedarfsanalyse
- › Kostensenkungsfelder
- › Erfolgsfaktoren bei der Ausschreibung
- › Fallstricke der Umsetzung
- › An den Beispielen:
  - Einkauf von Reisedienstleistungen
    - Kostenelemente, Richtlinien, Bestellprozess
  - Marketingeinkauf (hier: Agentureinkauf)
    - Pitch, Auswahlkriterien, Kommunikationsregeln, Kostentreiber
  - Beratungseinkauf (hier: Managementberatung)
    - Skillmatrix, Vorzugslieferanten, Auswahlprozess, Kompetenzmatrix, Erfolgsmessung
  - Facility Management (hier: Reinigungsdienstleistungen)
    - Ausschreibungsform, Kostenelemente, Service Level Agreements
  - C-Material (hier: Verpackung)
    - Komplexitätsmanagement, Lagerhaltungsform, Pay-per-Use-Konzepte, Kostentreiber



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



17. – 18.06.2024  
15. – 16.10.2024  
10. – 11.12.2024



**HAMBURG**  
**FRANKFURT**  
**ONLINE**



352406029  
352410016  
382431207



zzgl.  
MwSt.

**1.495,-**  
**1.495,-**  
**1.395,-**



**PRÄSENZ/ONLINE:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



[anmeldung@bme-akademie.de](mailto:anmeldung@bme-akademie.de)



[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)



# DIENSTLEISTUNGSVERTRÄGE IN DER EINKAUFSPRAXIS

## OPTIMIERTE VERTRAGSARBEIT UND UMSETZUNGSHILFEN

Sie lernen verschiedene Kategorien von Dienstleistungsverträgen kennen. Hierbei werden die jeweiligen rechtlichen Besonderheiten sowie deren unterschiedliche Gewichtungen aufgezeigt. Sie erhalten ein Gespür für Lösungsmöglichkeiten in der Praxis und sind in der Lage, beim Vertragsabschluss kompetent mitzuwirken.

**ZIELGRUPPE:** Fachkräfte im Einkauf, die für den Abschluss von Dienstleistungsverträgen verantwortlich sind, sich in den Bereich einarbeiten oder/und diese in der Abwicklung betreuen.

Grundlegende Kenntnisse im Einkaufsrecht sind wünschenswert.

**METHODIK:** Vortrag, Gruppenarbeit, Erörtern konkreter Fälle, Besprechung Ihrer Beispiele

**SEMINARLEITUNG:** RA Claudia Zwilling-Pinna

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 135).



### SEMINARINHALTE

#### Dienstleistungsverträge rechtlich einordnen, zielführend vorbereiten

- › Einfluss der Dienstleistungsart auf vertragsrechtliche Vorschriften
- › Aufbau der Vertragsarbeit über Angebotseinholung, Bestellungen und/oder Einbindung dieser in Rahmenverträge
- › Einsatz Geheimhaltungsvereinbarung
- › Zielrichtung von Angebotsunterlagen
- › Bedeutung der Einordnung als Werkverträge, Dienstverträge, Geschäftsbesorgung, Abgrenzung zur Arbeitnehmerüberlassung
- › Besonderheit bei gemischten Verträgen
- › Lage vor Vertragsabschluss, wenn Leistungen schon erbracht werden

- › Einfluss auf Haftungsklauseln bei Einsatz Allgemeiner Geschäftsbedingungen
- › Versicherbare Risiken, Deckungssummen
- › Vertragslaufzeit, Kündigung
- › Wege der Streitbeilegung



- + Hohe Praxisnähe der Referentin
- + Umfangreiche Dokumentation
- + Checkliste über die wesentlichen Vertragsinhalte
- + Einbindung einzelner Vertragsbeispiele

#### Berührungspunkte zu einem besonderen rechtlichen Umfeld erkennen und berücksichtigen

- › Gewerblicher Rechtsschutz, IP-Rechte
- › Urheberrecht



#### Sinnvollen Vertragsaufbau wählen, um gefährliche Abgrenzungen, Lücken und Unklarheiten zu verhindern

- › Reihenfolge und Einbeziehung von Anlagen in Verträge
- › Haupt- und Nebenpflichten der Vertragspartner
- › Einschaltung von Subunternehmern oder Free-Lancern durch Auftragnehmer
- › Einfluss von Mitwirkungspflichten
- › Formalisiertes Änderungsverfahren
- › Möglichkeiten der Leistungsbemessung durch Nachweise, Abnahmeverfahren
- › Preis – Abrechnung – Zahlung
- › Gesetzliche Haftung des Dienstleisters
- › Haftungsmerkmale und Einfluss bei Mitverschulden des Bestellers
- › Verantwortung bei Nichteinhaltung zeitlicher Vorgaben, Verzug, Vertragsstrafen
- › Gewährleistung bei mangelhafter Dienstleistungserbringung?
- › Möglichkeiten/Risiken der Begrenzung der Haftung

ANÜ-Verträge sowie sozialversicherungs- und gewerberechtliche Fragestellungen werden in diesem Seminar nicht behandelt. Dazu bieten wir Ihnen die Seminare „Aktuelles Arbeitnehmerüberlassungsgesetz“ (Seite 199) und „Rechtssicherheit bei verschiedenen Einsatzformen von Fremdfirmen und Selbstständigen“ (Seite 198).

Jetzt auch als **Online-Training:**

#### Dienstleistungsverträge – Rechtliche Grundlagen und Tipps für Abschluss und Inhalte

Mehr Informationen auf Seite 201 oder unter [bme.de/rec-dlv](http://bme.de/rec-dlv)



09. – 10.04.2024  
27. – 28.08.2024  
18. – 19.11.2024



KÖLN  
HAMBURG  
FRANKFURT



352404005  
352408007  
352411033



1.495,-  
1.495,-  
1.495,-



**PRÄSENZ:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



# VERHANDELN IM INDIREKTEM EINKAUF

Verhandlungen im Indirekten Einkauf/Dienstleistungseinkauf haben eigene Regeln und sehr verschiedene Verhandlungspartner:innen. Die Verhandlungsgegenstände sind nicht immer vergleichbar und manchmal befinden sich diese auch in einem monopolistischen Markt. Diese Regeln zu erkennen und sich auf die besonderen Verhandlungssituationen einzustellen und damit sicherer und erfolgreicher zu verhandeln, ist das Seminarziel. Besonderer Wert liegt auf dem Übungsteil: Hier haben Sie die Möglichkeit, Ihr erlerntes Wissen in Übungen zu festigen.

**ZIELGRUPPE:** Mitarbeiter:innen im Indirekten Einkauf, die Verhandlungen führen

**METHODIK:** Kurzreferate, Gruppenarbeiten, Fallstudien, Praxisbeispiele und Rollenspiele mit einer Video-Feedbackanalyse

**SEMINARLEITUNG:** Bernd Sehnert

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Indirekter Einkauf“ zu wählen (Seite 135).



## SEMINARINHALTE

### Voraussetzungen für die Verhandlung

- › Mein Rollenverständnis im Beschaffungsprozess
- › Bestelle ich oder kaufe ich ein?
- › Struktur einer Einkaufsverhandlung
- › Analyse der Angebote – wo stecken die Preistreiber?

### Ziele der Einkaufsverhandlung

- › Welche Ziele habe ich, welche meine internen Kunden?
- › Maximal-Ziel, Minimal-Ziel
- › Das Gesetz der Reziprozität
- › Mentale Ziele, denn mein Denken beeinflusst die Verhandlung

### Was lässt sich verhandeln?

- › Preisverhandlungen
- › Wenn beim Preis nichts mehr geht – nicht nur Preise sind verhandelbar
- › Die Preisgrenzen der Gegenseite ausloten

### Besonderheiten des Indirekten Einkaufs

- › Komplexität verringern
- › Versteckte Kosten in die Verhandlung einbeziehen
- › Spezielles Wording
- › Marktmacht stärken durch mehrere Angebote
- › Vergleichbarkeiten herstellen

### Monopole und Jahresgespräche

- › Jahresgespräche, die eine Langzeitwirkung haben
- › Monopole erkennen und langfristig bearbeiten
- › Besondere Verhandlungsformen im Monopol-/Oligopol-Markt



- + Praktische Übungen zur Festigung des Erlernten
- + Übertragbare Beispiele aus den Bereichen: Agentur, Beratung, Reiseleistung, Bauleistung
- + Eigene Beispiele sind willkommen
- + Erarbeiten einer individuellen Verhandlungcheckliste



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



01. – 02.07.2024  
18. – 19.09.2024  
03. – 04.12.2024



ONLINE  
MÜNCHEN  
HAMBURG



382430702  
352409030  
352412007



1.395,-  
1.495,-  
1.495,-



**PRÄSENZ/ONLINE:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



# EINKAUF VON MARKETINGLEISTUNGEN

## AGENTURAUSSWAHL – VERGÜTUNGSMODELLE – ERFOLGSFAKTOREN DER ZUSAMMENARBEIT

In diesem Grundlagenseminar lernen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, den Einkauf von Marketingleistungen mit Fokus auf Agenturleistungen zu optimieren. Sie erfahren, wo wesentliche Optimierungspotenziale im Marketingeinkauf liegen und wie Sie diese heben. Sie lernen, wie Sie die passende Marketingagentur finden, wie Sie zielführend ausschreiben, wie Sie die Angebote vergleichen und auswerten. Sie lernen außerdem verschiedene Vergütungsmodelle kennen und erfahren, welche wesentlichen rechtlichen und vertragsrelevanten Aspekte zu beachten sind. Zahlreiche Praxisbeispiele veranschaulichen die Seminarinhalte und liefern Ihnen praktische Tipps für Ihre Arbeit.

**ZIELGRUPPE:** Mitarbeiter:innen aus den Bereichen Einkauf und Marketing, die neu mit der Beschaffung von Marketingleistungen, besonders von Agenturleistungen, betraut sind oder betraut sein werden

**METHODIK:** Kurzvorträge, Praxisbeispiele, Bewertungsmatrix

**SEMINARLEITUNG:** Andrea Münch



### SEMINARINHALTE

#### Der Markt für Marketingleistungen: ein kurzer Überblick

- Begriffe und Definitionen – kleines Marketing-Glossar
- Kreativ- versus Nicht-Kreativleistungen
- Marketingleistungen: Messen, Events, (neue) Medien, Corporate Design/Corporate Identity, Direktmarketing, Callcenter, Drucksachen, Werbemittel, Kreativ-/Agenturleistungen etc.
- Commodity-Definition

#### Kostenaspekte und Optimierungspotenziale

- Interne Bedarfsbestimmung – welche Marketingleistungen werden beschafft? Und von wem?
- Wo liegen (versteckte) Kosten?
- Abstimmung interner und externer Prozesse
- Erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Fachabteilung (Marketing)
- Auftragsbündelung – so gelingt sie beim Einkauf von Marketingleistungen
- Vermeidung von Maverick Buying als wesentliches Element

#### Die richtige Marketingagentur: So findet man sie

- Die Landschaft der Marketingagenturen: Agenturvielfalt, Leistungsspektrum, Agenturprofile
- Vorauswahl: Ermittlung der Profile und Stärken der Agenturen
- Der Ausschreibungsprozess
- Die exakte Definition der ausgeschriebenen Leistung – so erhalten Sie klare Angebote und vermeiden Aufschläge und Nachverhandlungen
- Auswahlkriterien – welche sind wichtig und brauchbar?
- Angebotsvergleich und Auswahl der Agentur
- Entscheidungsfindung: Probeauftrag oder Wettbewerbspräsentation?

#### Erfolgreiche Zusammenarbeit mit der Marketingagentur

- Effektives Lieferantenmanagement
- Sichtweise der Agentur
- Typische Schwierigkeiten und Lösungsvorschläge
- Der richtige Umgangston mit Agenturen
- Briefings als wichtige Grundlage für eine gute Zusammenarbeit: Aufgabe, Ziel, Inhalt und Aufbau des Briefings
- Informationen, die die Agentur haben muss, haben kann oder besser nicht haben sollte

#### Erfolgsmessung und Vergütung von Agenturleistungen

- So kalkuliert die Marketingagentur
- Definition und Gewichtung von Leistungskriterien – wann hat eine Agentur gut gearbeitet?
- Messbarkeit von Agenturleistungen – Bewertung von Agenturen
- Regelmäßiges Feedback über die (Un-)Zufriedenheit
- Verschiedene Vergütungsmodelle: Pauschalhonorare, aufwandsbezogene und erfolgsabhängige Vergütung, Provisionen etc.
- Tipps für die Verhandlung mit der Agentur

#### Umgang der Marketingagenturen mit Subkontraktoren

- Hat der Einkauf Einflussmöglichkeiten auf die Auswahl der Subkontraktoren?
- Sicherung der Qualität
- Direkte Verhandlung mit dem Subkontraktor – sinnvoll?

#### Einige rechtliche Aspekte bei der Beschaffung von Marketingagenturleistungen

- Urheberrecht, Lizenzrecht
- Geheimhaltungsvereinbarung
- Optimale Absicherung von Nutzungsrechten
- Möglicher Vertragsaufbau
- Wichtige Vertragsbestandteile
- Einbindung von Subkontraktoren
- Änderungsvorbehalte zum Leistungsumfang



- + Konkrete Fallbeispiele
- + Intensiver Erfahrungsaustausch
- + Zeit für individuelle Fragestellungen
- + Bewertungsmatrix



11. – 12.07.2024  
26. – 27.11.2024



MÜNCHEN  
BONN



352407016  
352411054



zzgl.  
MwSt.

1.495,-  
1.495,-



**PRÄSENZ:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



# EINKAUF VON PROFESSIONAL SERVICES

Professional Services sind wissensintensive Dienstleistungen. Entsprechend komplex sind der Einkauf sowie das Management dieser Dienstleistungen. Nur ein standardisierter und optimierter Anfrage-, Auswahl- und Vergabeprozess gewährleistet Compliance, Qualität und Kosteneffizienz. Vor diesem Hintergrund erfahren Sie im Seminar sämtliche Prozessschritte für den erfolgreichen Einkauf von Professional Services. Basierend auf einer initialen Reifegradanalyse identifizieren Sie im Seminar Optimierungspotenziale. Sie lernen anhand von Praxis-Beispielen die notwendigen Methoden kennen und lernen, wie Sie mit den Fachabteilungen effizient zusammenarbeiten, Bedarfe richtig formulieren und nach welchen Kriterien Service-Anbieter bewertet und ausgewählt werden. Sie erhalten Expertenwissen zur Erhöhung des Reifegrads beim Einkauf von Professional Services.

**ZIELGRUPPE:** Fach- und Führungskräfte im Einkauf oder aus Fachabteilungen, die Professional Services und Beratungsleistungen einkaufen, insbesondere: Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung, IT-Beratung, Personalberatung, Rechtsberatung, Ingenieursdienstleistungen, Coaching

**METHODIK:** Initiale Reifegradanalyse (vorab/online), Kurzvorträge, Fallbeispiele, Checklisten, Methoden & Werkzeuge, Gruppenarbeit

**SEMINARLEITUNG:** Gregory N. Vider



## SEMINARINHALTE

### Professional Services im geschäftlichen Alltag

- › Definition „wissensintensive Dienstleistungen“
- › Abgrenzung zu weiteren Dienstleistungen
- › Out- vs. In-Sourcing

### Beschaffungsprozesse professionalisieren

- › Unterschiede beim Einkauf von Gütern und Dienstleistungen
- › Rolle von Einkauf und Fachabteilung
- › Wachsende Bedeutung von Compliance

### Bedarfs- und Leistungsbeschreibung

- › Zusammenspiel zwischen Einkauf und internen Bedarfsträgern
- › Spezifische vs. Allgemeine Leistungsbeschreibung
- › Zieldefinition

### Dienstleistervorauswahl

- › Effiziente Anbieterrecherche
- › Das eigene Netzwerk
- › Auswahl- und Bewertungskriterien

### Der effiziente Anfrageprozess

- › Aufbau und Inhalte einer professionellen Anfrage
- › Bedeutung eines verbindlichen Anfragezeitplans
- › Umgang mit Nachfragen der Dienstleister
- › Vor- und Nachteile möglicher Vergütungsmodelle
- › Vergleichbarkeit von Angeboten gewährleisten
- › Konzepte kollaborativ bewerten
- › Beauty Contests erfolgreich einsetzen
- › Feedback an die Dienstleister
- › Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen

### Von Maverick Buying zum strategischen Dienstleistermanagement

- › Strategisches Dienstleistermanagement
- › Aufbau eigener Datenbanken
- › Nutzung internen Wissens
- › Kundenzufriedenheit steigern
- › Durchlaufzeiten verkürzen
- › Compliance sichern

### Leistungsüberwachung und Qualitätssicherung

- › Der Wert von kontinuierlicher Leistungsüberwachung
- › Projekt- und Dienstleisterportfolio überwachen
- › Controlling und Reporting (Kennzahlen)
- › Kommunikation und Eskalation
- › Abschlussbericht

### Hinweise zur Vertragsgestaltung aus Praxisicht

- › Das eigene Briefpapier
- › Geheimhaltung und Wettbewerbsklauseln
- › Rahmen- und Projektverträge
- › Umgang mit Leistungsanpassungen
- › Vergütungsmodelle und Zahlungskonditionen
- › Haftungsfragen
- › Umgang mit Konflikten



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



16. – 17.04.2024  
26. – 27.06.2024  
04. – 05.09.2024  
06. – 07.11.2024



BERLIN  
ONLINE  
WIESBADEN  
ONLINE



352404020  
382430627  
352409008  
382431103



zzgl.  
MwSt.

1.495,-  
1.395,-  
1.495,-  
1.395,-



**PRÄSENZ:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr  
**ONLINE:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 09.00 – 17.00 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



[anmeldung@bme-akademie.de](mailto:anmeldung@bme-akademie.de)



[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)



# GESCHÄFTSREISE-EINKAUF 4.0

## GESCHÄFTSREISEN EFFIZIENT EINKAUFEN, DIGITAL BUCHEN UND SMART ABRECHNEN

Das Seminar bietet einen Überblick über den Markt der Geschäftsreisen sowie über die einzelnen Player wie Luftverkehrsgesellschaften, Bahn, Hotels und Mietwagengesellschaften. Preisbildung und Einsparmöglichkeiten werden pro Leistungsart dargestellt. Ein weiteres zentrales Thema ist die Abbildung der Geschäftsreisebuchung und -abrechnung als digitalen Prozess im Unternehmen. Im Fokus stehen hier Tools zur Buchung von Flügen, Bahnfahrkarten, Hotelübernachtungen und Mietwagen. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Bezahlung und Abrechnung von Geschäftsreisen mithilfe digitaler Tools in einem durchgängigen Prozess. Eine zentrale Rolle insbesondere während und nach der Reise spielen mobile Apps. Marktgängige Tools und Best-Practice-Prozesse werden dargestellt.

Schließlich wird das Thema Geschäftsreisevermeidung in Hinblick auf Nachhaltigkeitsaspekte, Verringerung von Stress für die Mitarbeiter:innen und aus aktuellem Anlass das Risikomanagement in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen während der Geschäftsreise aufgenommen.

**ZIELGRUPPE:** Alle, die sich mit dem Einkauf und der Organisation von Reiseleistungen bei Geschäftsreisen befassen

**METHODIK:** Präsentation, interaktive Internet-Live-Demonstration, Checklisten, Musterausschreibung

**SEMINARLEITUNG:** Rüdiger Mahnicke



### SEMINARINHALTE

#### Geschäftsreisemarkt und seine Marktteilnehmer

- › Überblick über den Geschäftsreisemarkt
- › Reservierungssystem
- › Leistungsträger und Preisbildung

- › Einsatz mobiler Apps für die Buchung und Abrechnung von Geschäftsreisen
- › Direktvertrag oder Resellervertrag über das Reisebüro?
- › Schnittstellen zu IT-Systemen im Unternehmen
- › Reiserichtlinie

#### Einsparungshebel für Flug, Bahn, Hotel und Mietwagen

- › Flug – der optimale Flugpreis
  - Ausnutzung des „Best Buy“
  - Einfluss des Buchungsverhaltens auf den Flugpreis
  - Direktvertrieb und NDC
  - Wann machen Firmenabkommen Sinn?
  - Bonusprogramme der Airlines
  - Sinnvolle Definition der Reisetandards
- › Hotel – Verhandlungsmöglichkeiten
  - Eigenverhandelte Raten
  - Preisbildung bei Portalen, Homepages und Brokern
  - Einführung von Höchstgrenzen
- › Mietwagen – beste Konditionen
  - Verschiedene Quellen für Raten
  - Besonderheiten bei den Verträgen
  - Kurzzeitmiete
- › Bahn
  - Rentabilitätsrechnung für die verschiedenen BahnCards
  - Großkundenrabatt auch für mittelständische Unternehmen
  - Einsatz des DB Navigators

#### Der Vertriebsweg Reisebüro

- › Überblick über den Reisebüromarkt in Deutschland und aus globaler Sicht
- › Start-ups und der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Start-ups
- › Der Rollenwechsel des Reisebüros vom Buchungsdienstleister zum Technik- und Serviceprovider
- › Das Account Management des Reisebüros: Leistung und Nutzen

#### Reisekosten-Controlling: Daten und Kennzahlen

- › Reportingstruktur und Datenquellen
- › Wie verschaffe ich mir den Überblick?
- › Kennzahlen zu Leistungsarten: Flug, Bahn, Mietwagen, Hotel

#### Ausschreibungen und Vergabeprozesse

- › Ausschreibungs-/Vergabeunterlagen
  - Lastenheft
  - Fragenkatalog
  - Preisabfrage
  - Evaluierung und Gewichtung von Zuschlagskriterien

#### Abbildung des Geschäftsreiseprozesses im Unternehmen

- › Die einzelnen Prozess-Schritte: von der Reiseplanung bis zur Reisekostenabrechnung
- › Umsetzungsmöglichkeiten in einer digitalen „end-to-end“-Lösung oder Buchungs- und Abrechnungstool getrennt?
- › Marktüberblick über Online Booking Engines und andere Apps für die Buchung
- › Marktüberblick über Reisekostenabrechnungstools
- › Bezahlung von Reisemitteln
  - Firmenkreditkarten
  - Zentrale Zahlungsmittel für Hotels

#### Rechtliche Rahmenbedingungen und Fürsorgepflicht des Unternehmens

- › Datenschutzbestimmungen bei Verträgen mit OBEs und Reisebüros
- › Einbindung von Sicherheitsdienstleistern
- › Möglichkeiten der Abbildung der A1-Bescheinigung
- › Geschäftsreisen und Nachhaltigkeit
- › Vermeidung von Geschäftsreisen

10. – 12.06.2024 22. – 23.10.2024	<b>ONLINE MAINZ</b>	382430609 352410025	zzgl. MwSt. <b>1.395,- 1.495,-</b>	<b>PRÄSENZ:</b> 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr  <b>ONLINE:</b> 1. – 3. Tag: 09.00 – 13.00 Uhr



# GRUNDLAGEN FUHRPARKMANAGEMENT

Im Rahmen dieses Seminars erhalten Sie grundlegende Informationen zum Aufbau und Management einer ökonomisch sinnvollen Fuhrparkflotte. Sie erfahren, wie Sie einen PKW-Fuhrpark gemäß Vorgaben und Nachhaltigkeitskriterien auf- bzw. umbauen und diesen anschließend effizient steuern. Darüber hinaus erhalten Sie Einblicke in die Themen Controlling sowie Finanzierungskonzepte und Outsourcing.

**ZIELGRUPPE:** Mit dieser Veranstaltung richten wir uns an Neu- und Quereinsteiger:innen aus den Bereichen Fuhrpark- bzw. Flottenmanagement sowie Einkäufer:innen, die für die Beschaffung von Fuhrparkleistungen sowie das Management einer Fahrzeugflotte innerhalb eines Unternehmens verantwortlich sind.

**METHODIK:** Fachvortrag, Fallbeispiele, Diskussion, praktische Übungen

**SEMINARLEITUNG:** André Horl



## SEMINARINHALTE

### Grundlagen, Organisation und Analysen

- Fuhrparkmanagement innerhalb der Unternehmensorganisation
- Aufgaben des Fuhrparkmanagements
- Personalpolitische Anforderungen
- Fuhrparkanalysen: Bestands-, Reparatur- und Prozessanalysen
- Fuhrparkorganisation: Fuhrparkverwaltung und Fuhrparklösungen
- Vorlagen für eine virtuelle Fahrzeugakte/Dokumentation von Fahrzeugunterlagen

### Bedarfsermittlung, Beschaffung und Steuerung

- Unternehmensspezifische Bedarfsermittlung
- Nachhaltigkeitsanforderungen und rechtliche Rahmenbedingungen
- Auswahl und Formen der Beschaffung
- Gestaltung von Ausschreibungen und Empfehlungen für Großkundenverträge
- Vor- und Nachteile sowie Vergleich von Teil- bzw. Full-Service-Angeboten
- Auswahl geeigneter Geschäftspartner
- Einsparpotenziale im Fuhrpark: Fahrzeugauslastung, Kostentreiber, verhandelbare Elemente

### Finanzierungskonzepte, Outsourcing und Controlling

- Kauf, Leasing oder Miete – Fuhrparkfinanzierungskonzepte auf dem Prüfstand
- Gestaltungsmöglichkeiten zu Kilometer- oder Restwertverträgen mit und ohne Kaufoption
- Vergleichsrechnung der Finanzierungsformen
- Verhandelbare Elemente in Leasingverträgen
- Die Entscheidung: Make or Buy
- Betriebswirtschaftliche Analyse: Aufteilung von fixen und variablen Fahrzeugkosten
- Kalkulationsmethoden
- Kosten- und Leistungsrechnung
- Tools für ein sinnvolles Controlling und Reporting

### Dienstwagenordnung

- Bedeutung einer Car Policy
- Definition eines Nutzerberechtigtenkreises
- Nutzungsumfang und Überlassungsbedingungen
- Abstimmungen zu Fahrzeugen und Ausstattung
- Fahrzeugübergabe, Nutzungsdauer und Fahrzeugrückgabe
- [Mögliche Inhalte einer Dienstwagenordnung](#)

### Risiko- und Schadenmanagement

- Bedeutung Risk- und Schadenmanagement
- Fahrzeugschäden: Einsatz von Smart Repair und freien Werkstätten
- Ladungssicherung
- Reifenmanagement
- Tankkartenmanagement
- Mietwagenmanagement



### Sie sparen 295,- €

Buchen Sie diesen Kurs gemeinsam mit dem Seminar „Basiswissen Fuhrparkrecht“ (Seite 155) zu unserem Paketpreis.



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



10. – 11.07.2024  
09. – 10.10.2024  
27. – 28.11.2024



ONLINE  
MÜNCHEN  
BONN



382430708  
352410009  
352411058



zzgl.  
MwSt.

1.395,-  
1.495,-  
1.495,-



### PRÄSENZ/ONLINE:

1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



# IT-DIENSTLEISTER UND PARTNER MANAGEMENT

Sie lernen erfolgreiche Strategien und Möglichkeiten der Kostenbeeinflussung kennen. Sie erfahren, wie Sie bei IT-Sourcing-Projekten Dienstleister und Partner effizient bewerten, auswählen und managen. Sie erfahren, wie Sie sich vor Risiken schützen und zu einem interessengerechten Ergebnis mit strategischen Lieferanten kommen.

**ZIELGRUPPE:** Mitarbeiter:innen aus den Bereichen IT-, Software- und Hardware-Einkauf, Technischer Einkauf, Global Procurement und Materialwirtschaft sowie Lizenz- und IT-Management

**METHODIK:** Vortrag, Behandlung praxisnaher Fälle, Gruppenübung, Diskussion

**SEMINARLEITUNG:** Dr. Uwe Wildt

Sie haben auch die Möglichkeit, dieses Seminar als Bestandteil des umfassenden Curriculums „Professioneller IT-Einkauf“ zu wählen (Seite 147).



## SEMINARINHALTE

### Strategischer und operativer Einkauf von IT-Leistungen

- › Ablauf- und Aufbauorganisationsformen des IT-Einkaufs
- › Entwicklung und Umsetzung effizienter Sourcingstrategien
- › Bündelung und Konsolidierung von IT-Dienstleistern

### Erfolgreiche Beschaffungsstrategien in IT-Projekten

- › Aspekte der Beschaffungsmarktforschung
- › Einschränkungen und Restriktionen bei der Vergabe
- › Konsolidierung der Lieferanten

### Gründliche Verhandlungsvorbereitung als Erfolgsfaktor der Beschaffung

- › Analyse der Wettbewerbssituation
- › Festlegung der strategischen Ausrichtung
- › Ausarbeitung des Ablaufs der Verhandlung

### Auswahl und Bewertung von Systemanbietern bzw. Dienstleistern

- › Global vs. Local Sourcing
- › Kriterien zur Lieferantenauswahl und -bewertung
- › Festlegung der Bewertungskriterien
- › Welche Vorgehensweisen zur Auswahl gibt es?
- › Praxistipps

### Fallbeispiel: Beschaffung von Hardware in der Praxis

- › Spezifikation der Anforderungen
- › Festlegung der Bieterliste
- › Ablauf der Verhandlungen
- › Weitere Schlussfolgerungen für zukünftige Vorhaben

### Ansätze zur Steuerung der Kosten im IT-Bereich

- › Kostenvergleich: Ist billig gleich besser?
- › Controlling-Regelkreise
- › Benchmarking und Monitoring der laufenden Kosten im Projekt

### Preisverhandlung mit Lieferanten und Anbietern

- › Verhandlungsspielraum und Verhandlungsführung
- › Wie erzielen Sie günstige Konditionen?

# %

### Sie sparen 195,- €

Buchen Sie diesen Kurs gemeinsam mit dem Seminar „Recht beim Einkauf von IT-Leistungen“ (Seite 149) zu unserem Paketpreis.



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



22.04.2024  
07.10.2024  
25.11.2024



BERLIN  
ONLINE  
DÜSSELDORF



352404032  
382431002  
352411049



895,-  
845,-  
895,-



PRÄSENZ/ONLINE:  
09.00 – 17.00 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



[anmeldung@bme-akademie.de](mailto:anmeldung@bme-akademie.de)



[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)



# KOMPAKTWISSEN STROM- UND GASEINKAUF FÜR DEN MITTELSTAND

Sie erhalten einen Überblick über den Strom- und Gasmarkt inkl. geltenden Verordnungen. Sie erfahren, welche Möglichkeiten Ihnen bei der Strom- und Gasbeschaffung zur Verfügung stehen und wie Sie mögliche Einsparpotenziale heben bzw. steigenden Energiepreisen entgegenwirken können.

**ZIELGRUPPE:** Fach- und Führungskräfte aus mittelständischen Unternehmen, die sich mit der Thematik der Energiebeschaffung vertraut machen bzw. ihr vorhandenes Wissen vertiefen möchten

**METHODIK:** Fachvorträge, Praxisbeispiele, Übungen, Diskussion  
Eigene Beispiele aus Ihrem Arbeitsalltag und Fragen zu bestehenden Strom- und Erdgasvereinbarungen (mit entspr. Unterlagen) sind willkommen.

**SEMINARLEITUNG:** Rainer Hertel



## SEMINARINHALTE

### Energiepreise und deren Zusammensetzung

- › Bestandteile der Strompreise, deren Berechnung und Optimierung
  - Sämtliche Kostenumlagen und gesetzliche Abgaben
  - Stromsteuer
  - Netznutzungsentgelte
  - Energiekosten
- › Bestandteile der Erdgaspreise, deren Berechnung und Optimierung
  - Sämtliche Kostenumlagen und gesetzliche Abgaben
  - Erdgassteuer
  - Netznutzungsentgelte
  - Energiekosten
- › Sonderregelungen und deren Anwendung
  - Besondere Ausgleichsregelung EEG
  - Individuelles Netzentgelt
  - Spitzenausgleich Strom und Erdgas
  - Konzessionsabgabenverordnung

### Vom Gasmarkt zu den Einkaufsstrategien für Erdgas

- › Grundlagenwissen Erdgas
- › Struktur des Gasmarktes in Deutschland
- › Öl- und Gaspreisentwicklung
- › Beschaffungsstrategien im Vergleich
  - Vollversorgung zum Festpreis
  - Formelindizierte Beschaffung
  - Horizontale und vertikale Tranchenbeschaffung
  - Tranchenbeschaffung mit Monats- und Spotmarktanteil
  - Portfoliomanagement und weitere Einkaufsstrategien
- › Notwendige Anfragedaten
- › Bewertung der eigenen Verbrauchsstruktur
- › Erstellung von Bedingungen für Anfrage und Vergabe
- › Anfragevorbereitung und -durchführung, Angebotsbewertung
- › Benchmarking eigene Konditionen vs. Marktentwicklung

### Vom Kyoto-Protokoll zur Energieeffizienz

- › Das Kyoto-Protokoll und seine Eckpunkte
- › Kyoto – flexible Mechanismen
- › Energieeffizienz mit Praxisbeispielen

### Contracting

- › Grundbegriffe des Contracting
- › Anwendungsbeispiele

### Vom Strommarkt zu den Einkaufsstrategien für Strom

- › Grundlagenwissen Strom
- › Struktur des Strommarktes in Deutschland
- › Handelsplätze und -plattformen
- › Strompreisentwicklung
- › Beschaffungsstrategien im Vergleich
  - Vollversorgung zum Festpreis
  - Indexorientierte Beschaffung
  - Horizontale und vertikale Tranchenbeschaffung
  - Tranchenbeschaffung mit Monats- und Spotmarktanteil
  - Portfoliomanagement und weitere Einkaufsstrategien
- › Notwendige Anfragedaten
- › Bewertung der eigenen Verbrauchsstruktur
- › Erstellung von Bedingungen für Anfrage und Vergabe
- › Anfragevorbereitung und -durchführung, Angebotsbewertung
- › Benchmarking eigene Konditionen vs. Marktentwicklung

### Optimierung des Energieeinkaufs durch Bündelung

- › Voraussetzungen für die erfolgreiche Bündelung
- › Konzeptbeispiele
- › Erfahrungen aus der Praxis



Rechtliche Fragestellungen behandelt das Seminar „Rechtsfragen Energieeinkauf“ (Seite 168).



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



17. – 18.04.2024  
11. – 12.09.2024



STUTTGART  
HANNOVER



352404030  
352409019



zzgl.  
MwSt.

1.495,-  
1.495,-



#### PRÄSENZ:

1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



# STRATEGISCHE ENERGIEBESCHAFFUNG (STROM UND ERDGAS) FÜR INDUSTRIELLE GROSSKUNDEN UND KONZERNE

Sie lernen, in einem sich ständig verändernden Marktumfeld eine zielgerichtete Beschaffungsstrategie in Bezug auf Strom- und Erdgaslieferungen zu entwickeln. Das Seminar vermittelt ein gutes Marktverständnis und zeigt auf, wie eine erfolgreiche Energiebeschaffung Aspekte der Kostenoptimierung, der Nachhaltigkeit und einer länderübergreifenden Organisation berücksichtigen kann. Sie erhalten außerdem praxisnahe Beispiele für die Konzeption einer erfolgreichen Energieausschreibung in Ihrem Unternehmen.

**ZIELGRUPPE:** Dieses Grundlagenseminar richtet sich an Einkäufer:innen für Strom und Erdgas aus Industrieunternehmen und Konzernstrukturen. Es ist besonders geeignet für Energieeinkäufer:innen, die neu in diesem Bereich sind oder sich in der Vergangenheit nur bedingt mit der Energiebeschaffung beschäftigen konnten.

**METHODIK:** Fachvortrag, Fallbeispiele, Übungen, Diskussion, Checklisten

**SEMINARLEITUNG:** Dr. Holger Graetz, Dennis Warschewitz



## SEMINARINHALTE

### Energiemärkte: Entstehung und Funktionsweise

- › Liberalisierung und Unbundling in der Energiewirtschaft
- › Strom- vs. Erdgasmarkt: Gemeinsamkeiten und Unterschiede
- › Handel und Physik einer Energielieferung
- › Lastgang- und Lastprofilkunden
- › Handelsmechanismen und Preisbildung

### Vertragsumsetzung und Liefervoraussetzungen

- › Vertragsarten in der Energieversorgung
- › Grundsätze einer erfolgreichen Vertragsverhandlung
- › Lieferantenwechselprozesse
- › Rechtsbezug, Rechtsquellen
- › Energiedatenmanagement für Ausschreibungen

### Preisgestaltung für Strom und Erdgas

- › Feste, ermäßigte und verhandelbare Preisbestandteile
- › Dienstleistungsvergütung
- › Leistungsverzeichnisse im Energieeinkauf
- › Gestaltungsmöglichkeiten bei Preisabfragen

### Beschaffungsmodelle

- › Festpreis- bzw. Stichtagsbeschaffung
- › Indexbeschaffung
- › Tranchenbeschaffung
- › Strukturierte Beschaffung bzw. Portfoliomanagement
- › Einbindung von Eigenerzeugungsanlagen und Drittmengen

### Nachhaltigkeit im Energieeinkauf

- › Energieeffizienz
- › Contracting
- › CO<sub>2</sub>- bzw. EUA-Handel
- › Grün- oder Ökostrom
- › Biogas bzw. klimaneutrales Erdgas
- › Labels und Herkunftsnachweise
- › Verfügbarkeit, Preisstrukturen und Handelsmechanismen

### Planung und Durchführung von Ausschreibungen, Erfolgscontrolling

- › Datenquellen
- › Wichtige Ausschreibungsinhalte
- › Realistische Zeitplanung
- › Ausschreibungsbestandteile
- › Bewertungs-/Auswertungsmöglichkeiten
- › Dokumentation und Risikohandbuch
- › Erfolgsmessung bei fallenden bzw. steigenden Handelspreisen

### Optimierung von Einkaufszeitpunkten durch technische Analyse

- › Wie denkt und arbeitet ein Energiehändler?
- › Wie sieht es „hinter den Kulissen“ des Energiehandels aus?
- › Grundgedanken zur technischen Analyse
- › Live-Analyse der Strom- und Gasmärkte
- › Realtime-Preise von Energiebrokern vs. zeitverzögerte Daten der EEX
- › Trenderkennung und wichtige Signalmarken
- › Gleitende Durchschnitte und ihre Anwendbarkeit bei der Tranchenbeschaffung
- › Positionierung im Hedge-Kanal
- › Definition eines Beschaffungs-Setups für offene Tranchen bei Strom und Gas
- › Bewertung des Preisrisikos offener Tranchen



Rechtliche Fragestellungen behandelt das Seminar „Rechtsfragen Energieeinkauf“ (Seite 168).



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



11. – 12.06.2024  
19. – 20.08.2024  
12. – 13.11.2024



HAMBURG  
ONLINE  
FRANKFURT



352406020  
382430801  
352411025



1.495,-  
1.395,-  
1.495,-



**PRÄSENZ/ONLINE:**  
1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299



[anmeldung@bme-akademie.de](mailto:anmeldung@bme-akademie.de)



[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)



# DER EINKAUF VON BAULEISTUNGEN NACH VOB/B

Sie lernen die Chancen und Risiken der VOB/B speziell im Hinblick auf den Einkauf von Bauleistungen kennen. Sie erlangen Rechtssicherheit für den Abschluss von VOB-Bauverträgen und lernen, Haftungsrisiken bei der Durchführung von Bauverträgen zu vermeiden.

**ZIELGRUPPE:** Fach- und Führungskräfte aus Einkauf oder Beschaffung, die für den Abschluss und/oder die Durchführung von Bauverträgen zuständig sind

**METHODIK:** Vortrag, Behandlung praxisnaher Fälle, Gruppendiskussion, Checkliste zur Durchführung von Bauvorhaben

**SEMINARLEITUNG:** RA Berthold Bockamp



## SEMINARINHALTE

### Allgemeines zur VOB/B

- › Inhalt der VOB/B
- › Was ist die VOB/B?
- › Wann gilt die VOB/B?
- › Wann liegen Bauleistungen im Sinne der VOB/B vor?

### Die VOB/B und das AGB-Recht

- › Sind die Regelungen der VOB/B Allgemeine Geschäftsbedingungen?
- › Wann findet eine Kontrolle durch das AGB-Recht statt?
- › Auswirkungen auf die VOB/B, wenn in Bauverträgen von den Regelungen der VOB/B abgewichen wird

### Vergütung nach der VOB/B

- › Einheitspreis-/Pauschalpreisvertrag
- › Wie wirken sich Mengenabweichungen aus?
- › Leistungsänderungen und zusätzliche Leistungen
- › Nachtragsmanagement – wann sind Nachträge berechtigt?
- › Leistungen ohne Auftrag
- › Stundenlohnverträge

### Mängelansprüche des Auftraggebers vor der Abnahme

- › Wann liegt ein Mangel i.S.d. VOB/B vor?
  - Anpassung des Mangelbegriffs an die Schuldrechtsreform
- › Welche Bedeutung haben die anerkannten Regeln der Technik?
- › Welche Ansprüche hat der Auftraggeber bei Vorliegen eines Mangels vor der Abnahme?
- › Formale Fallstricke der VOB/B

### Bauverzögerung

- › Rechte des Auftraggebers bei Nichteinhaltung der Ausführungsfristen
- › In welchem Umfang stehen dem Auftraggeber Schadensersatzansprüche zu?
- › Unter welchen Voraussetzungen kann der Auftraggeber den Bauvertrag kündigen?
- › Bauzeitverlängerung/Behinderungsanzeigen
- › Wirksamkeit und Auswirkungen von vereinbarten Vertragsstrafen

### Besonderheiten der VOB/B hinsichtlich der Abnahme

- › Förmliche Abnahme
- › Fallstricke der fiktiven Abnahme
- › Wirkungen der Abnahme
- › Wann darf die Abnahme verweigert werden?
- › Folgen unberechtigter Nichtabnahme

### Mängelansprüche nach der Abnahme

- › Nachbesserung, Ersatzvornahme
- › Wann darf der Auftragnehmer die Nachbesserung verweigern?
- › In welchem Umfang stehen dem Auftraggeber Schadensersatzansprüche zu?
- › Inwieweit darf der Auftraggeber bei Mängeln seine Zahlung zurückbehalten?
- › Wann verjähren die Mängelansprüche nach der VOB/B?

### Zahlungen

- › Abschlagszahlungen
- › Schlussrechnung
- › Prüffrist
- › Zahlungsverzug

### Gegenüberstellung VOB/B und das neue Bauvertragsrecht seit 2018

- › Reform des Werk- und Bauvertragsrechts
- › Vor- und Nachteile des VOB/B-Bauvertrags gegenüber dem BGB



Möchten Sie dieses Seminar als INHOUSE-Schulung buchen? Sprechen Sie uns an unter [inhouse@bme.de](mailto:inhouse@bme.de) oder 06196 5828-251



25. – 26.04.2024  
 13. – 14.06.2024  
 19. – 20.08.2024  
 26. – 27.09.2024  
 21. – 22.11.2024



ONLINE  
 HAMBURG  
 DÜSSELDORF  
 ONLINE  
 MAINZ



382430421  
 352406027  
 352408001  
 382430927  
 352412014



1.395,-  
 1.495,-  
 1.495,-  
 1.395,-  
 1.495,-



**PRÄSENZ/ONLINE:**  
 1. Tag: 09.30 – 17.00 Uhr  
 2. Tag: 08.30 – 16.30 Uhr



06196 5828-200



06196 5828-299

[anmeldung@bme-akademie.de](mailto:anmeldung@bme-akademie.de)[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)

# ANMELDUNG

 06196 5828-299  anmeldung@bme-akademie.de

Ja, ich melde mich an wie folgt:

Veranstaltungs-/Produkt-Titel .....

Veranstaltungs-Nr.  .....

Ort ..... Datum .....

Teilnehmer:in 1  Ich bin damit einverstanden, Informationen per E-Mail zu erhalten.

Name ..... Vorname .....

Position ..... Abteilung .....

Telefon ..... Fax ..... E-Mail .....

Teilnehmer:in 2  Ich bin damit einverstanden, Informationen per E-Mail zu erhalten.

Name ..... Vorname .....

Position ..... Abteilung .....

Telefon ..... Fax ..... E-Mail .....

Firma .....

Branche .....

Straße/Postfach ..... PLZ/Ort .....

Telefon ..... Fax .....

 Datum/Unterschrift .....

Abweichende Rechnungsanschrift .....

Abteilung .....

Straße/Postfach ..... PLZ/Ort .....

## Teilnahmegebühren

Die Teilnahmegebühr für Seminare zzgl. Mehrwertsteuer ist fällig nach Erhalt der Rechnung, spätestens jedoch 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn. 20 % Rabatt für den zweiten und alle weiteren Teilnehmenden werden nur bei Buchung des gleichen Seminars zum gleichen Veranstaltungstermin und bei gleichzeitiger Buchung gewährt. Rabatte sind nicht kombinierbar. In der Teilnahmegebühr sind enthalten: Dokumentationsunterlagen sowie bei Präsenzveranstaltungen Mittagessen, Kaffee/Tee und Erfrischungsgetränke. **Mit Erscheinen dieses Kataloges verlieren alle bisherigen Veröffentlichungen ihre Gültigkeit.**

## Anmeldebestätigung

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung. Bitte überprüfen Sie die korrekte Schreibweise Ihres Namens und Ihrer Firmierung. Bei Präsenzveranstaltungen sind der Anmeldebestätigung die Anschrift, Telefon-/Faxnummer des Tagungshotels sowie die Rechnung beigelegt. Geben Sie bei Online-Veranstaltungen für den weiteren Schriftverkehr bitte unbedingt die E-Mail-Adresse des Teilnehmenden an. Die Zugangsdaten zum Online-Training gehen Ihnen kurz vor Veranstaltung per E-Mail zu.

## Hotelbuchungen

Im jeweiligen Tagungshotel haben wir für Sie ein begrenztes Zimmerkontingent reserviert. Die Zimmerreservierung nehmen Sie bitte selbst unter dem Stichwort „BME Akademie GmbH“ vor. Die Anschrift des Hotels entnehmen Sie bitte Ihrer Anmeldebestätigung. Bitte beachten Sie, dass Zimmerbuchungen nur zeitlich befristet und im Rahmen der verfügbaren Kontingente möglich sind. Für Stornierung oder Umbuchung sind die Teilnehmenden selbst verantwortlich. Sollte das Zimmerkontingent ausgeschöpft oder abgelaufen sein, ist es u.U. günstiger, wenn Sie bei Ihrer Hotelbuchung auf ein Online-Portal zurückgreifen.

## Änderungsvorbehalte

Die BME Akademie ist berechtigt, notwendige organisatorische, inhaltliche und methodische Änderungen der Veranstaltung vorzunehmen, soweit diese den Nutzen für die Teilnehmende nicht wesentlich ändern. Das beinhaltet auch, die Veranstaltung digital durchzuführen. Darüber hinaus ist die BME Akademie befugt, den vorgesehenen Referierenden im Falle von Krankheit, Unfall oder sonstigen unvorhergesehenen Gründen durch Referierende mit gleicher Qualifikation zu ersetzen, um eine Absage der Veranstaltung zu vermeiden.

## Rücktritt/Stornierung

Bei Rücktritt bis 2 Wochen vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr von 15 % der Teilnahmegebühr fällig. Bei späteren Absagen wird die gesamte Teilnahmegebühr berechnet, sofern nicht von Ihnen im Einzelfall der Nachweis einer abweichenden Schadens- oder Aufwandshöhe erbracht wird. Nur in Fällen von höherer Gewalt oder Restriktionen durch den Gesetzgeber, welche die Durchführung der Veranstaltung unmöglich machen, entfällt die Bearbeitungsgebühr. Zur Fristwahrung muss der Rücktritt schriftlich erfolgen. Rücktrittsgebühren fallen nicht an, wenn eine Ersatzperson gestellt wird.

## Urheberrecht

Die im Rahmen unserer Veranstaltungen ausgehändigten Arbeitsunterlagen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht – auch nicht auszugsweise – ohne Einwilligung der BME Akademie GmbH und der jeweiligen Referierenden vervielfältigt oder gewerblich genutzt werden.

## Datenschutz

Informationen, wie wir mit Ihren personenbezogenen Daten umgehen, erhalten Sie unter [www.bme.de/datenschutz](http://www.bme.de/datenschutz).

## AGB

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der BME Akademie, zu finden unter [www.bme.de/agb](http://www.bme.de/agb).

Änderungen vorbehalten.

Bildquellen: BME-Bildarchiv, iStock.com, shutterstock.com, stock.adobe.com, fotolia.de

[www.bme-akademie.de](http://www.bme-akademie.de)