



# ANGEBOT

ZUR STUDIE

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Entwicklungen, Trends  
und Strategien

Mai 2024

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Sehr geehrte Damen und Herren,

der momentane Wandel im Handel – die Transformation in neue Unternehmensformen, Formate und Systeme - wird sehr stark von **AUTOMATISIERUNG** vorangetrieben: einerseits um *Kosten sparen* zu können, andererseits aber auch um den Kunden mehr Service und ein *besseres Einkaufserlebnis* bieten zu können.

Die Automatisierung erfasst dabei alle Gebiete der Unternehmensführung vom Wareneingang bis zum Verkauf, im Hintergrund wie auch vor allem Front-End am Kunden. Einer der wesentlichen Aspekte neben einer eher mechanischen (1) und einer software-orientierten digitalen Automatisierung (2) ist der Einsatz von KI – Künstlicher Intelligenz (3). Vor allem damit werden dann auch voll-automatische Outlets ohne klassische Kassen und Personal möglich.

**Was alles kann wie automatisiert werden? Wie wird das gemacht? Welche Tools, welche Software oder auch Geräte/Mechaniken kommen dabei zum Einsatz? Wer stellt diese her, liefert sie? Welche Vorgehensweisen und Strategien sind dabei angesagt?**

Fragen über Fragen - und neue Entwicklungen gibt es reichlich.

In meiner aktuellen Studie

## **AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL**

Ca. 420 Seiten mit 88 Übersichten/Grafiken plus einer **LIEFERANTEN-MATRIX in EXCELL** von ca. 330 Firmen/Tools nach 26 Angebots-Segmenten („**Wer liefert was**“) -> s. vorletzte Seite

versuche ich Ihnen im Verbund mit den Forschungs-Ergebnissen von anderen Autoren/Beratern aufzuzeigen, was heute und in naher Zukunft wie automatisiert werden kann, aufgefächert nach obigen 26 Bereichen der Unternehmensführung im stationären Handel.

Lassen Sie sich von diesem Angebots überzeugen, ich freue mich auf Ihre Antwort und einen eventuellen Lieferauftrag! → Bis zum **31.05.2024** gilt ein **Frühbucher-Nachlass** (s. letzte Seite)!

→ Auslieferung sofort.

Viele Grüße aus Köln



Ulrich Eggert

UEC | Ulrich Eggert Consult + Research, Köln

**PS 1: Bis zum 31.05.2024 mit interessantem Frühbucher-Nachlass** (s. letzte Seite)!

**ZUKUNFT ERKENNEN – ZUKUNFT GESTALTEN**

## TEIL I: GRUNDLAGEN EINER AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

---

### A. KURZANALYSE DES THEMAS ..... S. 6

### B. RELEVANTE TRENDS UM DAS THEMA ..... S. 9

#### 1. Generelle aktuelle Technologie-Trends

1.1. Deloitte Tech-Trends 2023

1.2. Die zehn wichtigsten Tech-Trends 2024 lt. Gartner

1.3. Die 5 wichtigsten Technologietrends 2024, auf die Jeder vorbereitet sein muss

1.4. Aktuelle Tech-Trends im Hinblick auf die Wirtschaft

#### 2. Technologie-Trends rund um den Handel

2.1. Aktuelle Technologietrends in Handel und Vertrieb

2.2. Techniktrends im Handel: Kassenlose Stores, KI und Omnichannel

2.3. Diese 5 Tech-Trends könnten den Einzelhandel revolutionieren

2.4. Aktuelle Technologietrends im stationären Einzelhandel

### C. ZUM STATIONÄREN EINZELHANDEL ..... S. 39

#### 1. Wesentliche Problemkreise/Einflussfaktoren auf die absehbare künftige Entwicklung des Handels

#### 2. Erfolgsfaktoren und mehr für den Handel

2.1. Zehn Thesen vorab zur Entwicklung des Handels bis 2030

2.2. Was sind Erfolgsfaktoren?

2.2.1. Erfolgsfaktoren im stationären Einzelhandel generell

2.2.2. Digitalisierung, Automatisierung und KI werden als wichtige Erfolgsfaktoren den stationären Handel entscheidend verändern

2.3. Wesentliche Herausforderungen für den Handel in den nächsten Jahren

#### 3. Handelstrends und Perspektiven

3.1. Aktuelle wesentliche Handelstrends

3.2. Retail-Trends bis 2030 – Neue Store-Formate

3.3. „Kurz & knapp“: Wie sieht der Einzelhandel um 2035 aus?

3.4. Perspektiven des Einzelhandels auf 2040/50

3.4.1. Quintessenz dazu

3.4.2. Detail-Ausführung

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

---

4. Zu den Digitalen Trends und Tools im stationären Einzelhandel
  - 4.1. Digitale Trends im stationären Einzelhandel
  - 4.2. Zu erwartende digitale System-Tools im stationären Handel
  - 4.3. Zugehörige ergänzende digitale Geräte (-Tools) für den künftigen stationären Handel
5. Visionen/Ideen zur längerfristigen Zukunft
  - 5.1. Zur heutigen Situation als Ausgangspunkt: „Moderne Formen“ des Einkaufens
  - 5.2. Konzeptionelle Visionen zum/über den Einzelhandel 2040ff
  - 5.3. Einkaufen im Jahr 2050: Eine Vision der Zukunft des Konsums

## **D. ZUM BEGRIFF DER AUTOMATISIERUNG ..... S. 79**

1. Was ist eigentlich Automatisierung?
  - 1.1. In aller Kürze
  - 1.2. Definition des Gabler-Wirtschaftslexikons
  - 1.3. Automatisierung im Detail erklärt – Definition, Beispiele und Vorteile
    - 1.3.1. Das Wichtigste in Kürze
    - 1.3.2. Definition
    - 1.3.3. Mechanisierung vs. Automatisierung
    - 1.3.4. Gründe für eine Automatisierung
    - 1.3.5. Entscheidende Vorteile der Automatisierung
    - 1.3.6. Praktische Beispiele von Automatisierung
    - 1.3.7. Herausforderungen der Automatisierung
    - 1.3.8. FAQ
2. ... und weshalb sollte man überhaupt automatisieren“
3. Was lässt sich generell denn überhaupt automatisieren?
4. Aktuelle Trends in der Automatisierung
5. Automatisierung und KI
  - 5.1. Zur Definition von KI – Künstliche Intelligenz
  - 5.2. Zur begrifflichen Einordnung von künstlicher Intelligenz
  - 5.3. Die Zusammenhänge von Automatisierung und KI
  - 5.4. Verwendung und Einstellungen zur KI
  - 5.5. Vorab: Wo und wie kann KI den stationären Einzelhandel überhaupt unterstützen?
  - 5.6. Wie der Handel mit Automatisierung und KI dem Personalmangel trotzt
6. Weg frei für KI-Regulierung in der EU

## E. AUTOMATISIERUNG UND (STATIONÄRER) EINZELHANDEL

...

..... S. 109

1. Trends speziell in der Handels-Automatisierung
2. Konsequenzen einer Handels-Automatisierung
  - 2.1. Generelle Konsequenzen
  - 2.2. Gesamtwirtschaftliche Konsequenzen
  - 2.3. Konsequenzen für die Kunden
3. In aller Kürze: Automatisierungs-Ideen für den stationären Einzelhandel
  - 3.1. Beispiel-Sammlung
  - 3.2. Was dürfte wohl in nächster Zeit automatisiert werden?
  - 3.3. Sortierung von Ideen nach sinnvollen Automatisierungs-Feldern sowie Wege und Methoden einer Automatisierung
4. Automatisierung im Handel mit oder ohne KI?
  - 4.1. Die Arten von KI
    - 4.2. Beispiele für Automatisierung im stationären Handel mit Hilfe von KI
    - 4.3. Beispiele für Automatisierung im stationären Handel ohne den Einsatz von KI
    - 4.4. ChatGPT im Einzelhandel – Kreativität auf Knopfdruck?
    - 4.5. Tipps für ChatGPT-Prompts
    - 4.6. Alternativen zu ChatGPT
      - 4.6.1. Ist Anthropic's KI-Modell besser als das von OpenAI?
      - 4.6.2. Weitere Alternativen

## F. BESONDERE TECHNIKEN/TECHNOLOGIEN DER HANDELS-AUTOMATISIERUNG UND IHRE LIEFERANTEN ..... S. 135

1. **Überblick** über wichtige Techniken zur Automatisierung im stationären Einzelhandel
  - 1.1. Die einzelnen Techniken
  - 1.2. Lieferanten-Auswahl dazu
2. **RFID** im stationären Einzelhandel
  - 2.1. Einsatzgebiete
  - 2.2. Lieferanten-Auswahl dazu
3. **Beacon**-Technologie
  - 3.1. Einsatzmöglichkeiten von Beacon in der Automatisierung des stationären Einzelhandels
  - 3.2. Schwerpunkte des Einsatzes von Beacon in der Automatisierung des stationären

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Einzelhandels

- 3.3. Lieferanten von Beacon-Technologie
- 4. Lieferanten für **Barcode-Scanner und SB-Kassen**
- 5. Lieferanten für **Automatisierte Lager- und Logistik-Systeme**
- 6. Lieferanten für **Predictive Analytics**
- 7. **Chatbots**
  - 7.1. Einsatzgebiete für Chatbots im stationären Handel
  - 7.2. Lieferanten-Auswahl Chatbots
- 8. Lieferanten-Auswahl für **Echtzeit-Inventurüberwachung**
- 9. Lieferanten für **Personalisierte Empfehlungssysteme**
- 10. Lieferanten für **Automatisierte Preisoptimierung**
- 11. Lieferanten für **Visual Recognition und Bildanalyse**
- 12. **Roboter** im stationären Einzelhandel
  - 12.1. Übersicht über Einsatzgebiete für Roboter
  - 12.2. Schwerpunkt-Einsatzgebiete für Roboter im stationären Einzelhandel
  - 12.3. Wer liefert die Lösungen, Produkte dazu?
  - 12.4. Weitere Lieferanten für den Einsatz von Robotern im stationären Einzelhandel
- 13. **KI – Künstliche Intelligenz**
  - 13.1. Einsatzgebiete für KI im stationären Einzelhandel
  - 13.2. Wer liefert die Lösungen, Produkte dazu?
  - 13.3. Was Conversational AI alles leisten kann
  - 13.4. KI-Anwendungen geschäftsfördernd kombinieren
  - 13.5. Was Sie von künstlicher Intelligenz im Jahr 2024 erwarten dürfen
  - 13.6. ABER I: KI gefährdet Content Marketing
  - 13.7. ABER II: KI sorgt in Deutschland vielfach für Verunsicherungen bei den Bürgern
  - 13.8. AM RANDE: 10 Tipps wie ChatGPT auch das *private* Leben leichter macht

## TEIL II: MÖGLICHKEITEN, WEGE UND METHODEN EINER AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL NACH BEREICHEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG

.....

### **G. HINTERGRUND-AUTOMATISIERUNG ..... S. 179**

- 1. Beispiele und Möglichkeiten zur Hintergrund-Automatisierung im stationären Einzelhandel

2. Möglichkeiten, Wege, Methoden
3. Generelle Lieferanten dazu
4. *Am Rande:* Automatisierung in der FINANZPOLITIK

## **H. AUTOMATISIERUNG der BESCHAFFUNG ..... S. 187**

1. Auflistung diverser Möglichkeiten
2. Schwerpunkte einer Automatisierung in der Beschaffung
3. Lieferanten der Produkte/Lösungen/Systeme

## **I. AUTOMATISIERUNG IM VERKAUFSRAUM ..... S. 193**

1. Ein erster Überblick
2. Automatisierung eher für die Kunden
  - 2.1. Die einzelnen M/W/M
  - 2.2. Lösungen und Lieferanten dazu
3. Automatisierung primär für den Handel selbst
  - 3.1. Die einzelnen M/W/M
  - 3.2. Lösungen und Lieferanten dazu

## **J. AUTOMATISIERUNG DES KUNDENKONTAKTS ..... S. 202**

1. Vielfältige Beispiele zur Kundenkontakt-Automatisierung im stationären Einzelhandel
2. Möglichkeiten, Wege, Methoden
3. Generelle Lieferanten dazu

## **K. AUTOMATISIERUNG DER WERBUNG ..... S. 209**

1. Beispiele/Möglichkeiten zur Automatisierung der Werbung
  - 1.1. Generell
  - 1.2. Speziell im stationären Einzelhandel
2. KEY-Möglichkeiten, Wege, Methoden
3. Generelle Lieferanten dazu
4. Automatisierung von schriftlichem, akustischem und visuellem Content
  - 4.1. Grundsätzliche Möglichkeiten und Wege der Content-Automatisierung
  - 4.2. Techniken und Lieferanten dazu
  - 4.3. Automatische Content-Erstellung: Innovationen und Herausforderungen
    - 4.3.1. Methoden der automatisierten Content-Erstellung
    - 4.3.2. Technologien und Tools für die automatisierte Content-Erstellung

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

---

4.4. Lieferanten von Tools und Systemen

5. Wie und was kann man am Couponing automatisieren? Lieferanten dazu

## **L. AUTOMATISIERUNG IN DER PR ..... S. 226**

1. M/W/M der Automatisierung

2. Lieferanten dazu

## **M. AUTOMATISIERUNG DER VERKAUFSFÖRDERUNG S. 230**

1. Beispiele und Möglichkeiten

2. Lieferanten dazu

## **N. AUTOMATISIERUNG DER DISTRIBUTIONSPOLITIK S. 235**

1. Beispiele und Möglichkeiten

2. Schwerpunkte

3. Lieferanten dazu

## **O. AUTOMATISIERUNG DER PREISPOLITIK ..... S. 241**

1. Das Pricing der Zukunft – eine allzu nahe Vision

2. Die Automatisierung des Pricings

2.1. Grundlagen, Herausforderungen, Chancen und Implikationen einer Automatisierung im Pricing

2.2. Was lässt sich in der Preispolitik beispielsweise automatisieren?

2.3. Möglichkeiten, Wege und Methoden der Automatisierung der Preispolitik

2.4. Dynamic Pricing: Neue Chancen durch KI

3. Lieferanten von Verfahren und sonstigen Lösungen

4. Ergänzung: Die Automatisierung des Payments

## **P. AUTOMATISIERUNG DES KUNDENSERVICES ..... S. 257**

1. Kundenservice und Kompetenzen

2. Einzelne Wege, Methoden und Möglichkeiten der Automatisierung des Kunden-Service im stationären Handel

3. Techniken und Lieferanten zur Automatisierung des Kunden-Service im stationären Einzelhandel

4. KI-Revolution (?) - So sieht der neue Kundenservice 2024 aus

## **Q. AUTOMATISIERUNG IN DER MARKENPOLITIK / IM BRANDING ..... S. 270**

1. Automatisierungs-Ansätze
2. Mögliche Lieferanten

## **R. AUSGEWÄHLTE ÜBERWACHUNGS-METHODEN UND -SYSTEME ..... S. 275**

1. Systeme zur automatischen Diebstahlerkennung und -prävention
  - 1.1. Ausgewählte Systeme und Lieferanten
  - 1.2. Weitere Systeme
2. Systeme zur automatischen Videoüberwachung
  - 2.1. Ausgewählte Systeme und Lieferanten
  - 2.2. Weitere Video-Überwachungssysteme
3. Gesichtserkennung
  - 3.1. Wie funktioniert Gesichtserkennung?
  - 3.2. Anbieter von Gesichtserkennungssystemen

## **S. EHER SUMMARISCH: MARKETING-AUTOMATION – DIE AUTOMATISIERUNG DES MARKETINGS ..... S. 284**

0. Vorab
  - 0.1. Warum Marketing der Kern einer jeden Wachstumsstrategie ist
  - 0.2. Anregende Marketing-Trends
1. Zur Definition von Marketing-Automation
2. Zu den Möglichkeiten, Wegen und Methoden einer Marketing-Automation
  - 2.1. Keine Handelszukunft ohne Automatisiertes Marketing - Automation ist (Über-) Lebenselixier für stationäre Händler
  - 2.2. Auflistung von Möglichkeiten, Wegen und Methoden
3. Ausgewählte Technologien
4. Schwerpunkte der Marketing-Automatisierung
5. Wie kann man Personalisierung automatisieren?
6. Anbieter/Lieferanten von Lösungen und Tools
  - 6.1. Die Vorteile einer Marketing-Automation-Software
  - 6.2. Auf diese Punkte sollten Sie bei der Auswahl von Marketing-Automation-Tools achten
  - 6.3. Eine Auswahl von Anbietern

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

6.4. Ergänzende Auswahl

6.5. Spezielle KI-Programme für Marketing

7. (Generative) KI im Marketing

7.1. Erfolgsthesen für KI im Marketing

7.2. Wo KI das Marketing unterstützen kann

7.3. Einsatzmöglichkeiten

7.3.1. Ausgewählte wesentliche Einsatzmöglichkeiten

7.3.2. Wie Künstliche Intelligenz E-Mail-Marketing verändern wird

7.3.3. Wie KI das Influencer-Marketing beflügelt

7.3.4. Wie KI in Retail Media Streuverlust verringern kann

7.4. Wie kann kreative KI eingesetzt werden? – 8 Beispielhafte Anwendungen/Prompts im Content-Marketing

7.5. Ausgewählte KI-Programme für Marketing

7.6. SORA, HAIPER & Co.

7.6.1. SORA - Die neue KI für Videoclips

7.6.2. Haiper: Neues KI-Videogenerierungstool vorgestellt

7.6.3. Google macht mit Vlogger Videos aus Bildern

7.6.4. Adobe testet Musik-KI

7.6.5. Robotics, das nächste KI-Kapitel: OpenAI pflanzt ChatGPT in den Kopf des humanoiden Roboters Figure1

8. Marketing Automation gekonnt einsetzen – 5 Beispiel-Szenarien

9. Marketing Automation kann auch nach hinten losgehen

## TEIL III: QUINTESSENZ: AUTONOME ZUKUNFTSFORMATE

.....

## T. AUTOMATISIERUNG DES VERKAUFS: AUTONOME ZUKUNFTSFORMATE IM HANDEL - OHNE KASSE UND PERSONAL ..... S. 335

1. Hat der Handel der Zukunft kein Personal? – Von Automaten, Automatenläden sowie teil- und voll-automatisierten Läden

1.1. Hat der Handel der Zukunft kein Personal? 24/7 offen und keine Kassen

1.2. Kennzeichen, Definitionen und Beschreibungen

1.2.1 Allgemeine Kennzeichen

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

- 1.2.2 Wie funktionieren autonome Shops?
- 1.2.3. I.d.R. erforderliche Techniken für den Betrieb autonomer Einzelhandelsgeschäfte
- 1.2.4. Wer liefert die Technologien für autonome Shops?
- 1.2.5. Kennzeichen nach DHBW
- 1.2.6. Typologien autonomer Shops
- 2. Einige ausgewählte Beispiele für Verkauf per Automaten
- 3. (Voll-) automatisierte/autonome Läden
  - 3.1. Grundsätzliches
  - 3.2. Im Detail: wesentliche Aspekte von autonomen Einzelhandelsgeschäften
  - 3.3. Wer liefert dazu die Lösungen/Tools?
  - 3.4. Beispiel Amazon GO: Das wohl zuerst realisierte Konzept
  - 3.5. Palette von über 20 Beispielen zu (Voll-) Automatisierten Shop-Konzepten
  - 3.6. Wie deutsche (Discount)-Unternehmen aktuell ihre autonomen Läden optimieren
  - 3.7. Fachmetzger erregt mit Autonom-Supermarkt Aufsehen
- 4. Hybrid-Konzepte
  - 4.1. „Alt-Modell“ Metro Future-Store
  - 4.2. Das Hybride REWE-Konzept „Pick & Go“
  - 4.3. Einzelhandels-Studie: Ist die Hybrid-Filiale die Zukunft?
  - 4.4. Interessanter Aspekt: Target begrenzt Self-Checkout auf wenige Produkte
  - 4.5. Eine Nummer kleiner: Teilautonome Märkte sichern 24/7-(Nah-)Versorgung

## **U. ANSTATT EINER ZUSAMMENFASSUNG ..... S. 415**

- 1. Next Level Future Retail**
- 2. Die Zukunft des Stationären Einzelhandels – Automatisierung und ihre Auswirkungen**
- 3. Tipps zur Implementierung**

.....

### **ANHANG I:**

**-> ALPHABETH. LIEFERANTEN-LISTUNG ..... S. 421**

### **ANHANG II:**

**-> PORTRAIT ULRICH EGGERT ..... S. 458**

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Die Studie umfasst etwa **420 Seiten** o. Anhänge

mit **68 Abbildungen** bzw. Übersichten

sowie zusätzlich einer

**LIEFERANTEN-MATRIX in EXCELL (s.u.)**

(„Wer liefert was“)

**+ von ca. 330 Lieferanten/Tools (s. Anhang I)**

**+und 26 Angebots-/Anwendungs-Segmenten (s**

1. Barcode-Scanner, SB-Kassen und POS-Systeme
2. Beacon, QR-Codes, Mobile-Apps
3. Beschaffung
4. Chatbots
5. Distributionspolitik
6. Personalisierung/ personalisierte Empfehlungssysteme
7. Finanzpolitik
8. Hintergrund-Automatisierung incl. Personal und Rechtliches
9. Bestandsmanagement/Inventurüberwachung in Echtzeit
10. Kundenkontakt, -Bindung, -Verwaltung/Feedback
11. Kundenservice
12. Lager- und Logistikwesen/Regaloptimierung
13. Markenpolitik/Branding
14. Marketing (-Automation)
15. (Predictive) Analytics und Reporting
16. Pricing/Preis-Optimierung/-Politik und Payment
17. PR
18. RFID
19. Roboter
20. Überwachung/Sicherheit
21. Verkauf ohne Personal/autonome EH-Technologie
22. Verkaufsförderung
23. Verkaufsraum-Automatisierung
24. Visual Recognition und Bildanalyse/Gesichtserkennung und Digital Signage
25. Werbung/Werbeautomation und Content
26. KI – Künstliche Intelligenz/IoT-Internet of Things

Nr.	Firma	5 Distributionspolitik	6 Personalisierung/ personalisierte Empfehlungssysteme	7 Finanzpolitik	8 Hintergrund- Automatisierung incl	9 Bestandsmanagement /Inventurüberwachung in Echtzeit	10 Kundenkontakt, - Bindung, - Verwaltung/Feedback
1	7 Learnings						
2	ABB Ltd	X			X	X	
3	Accenture				X		
4	ActiveCampaign						X
5	Adobe Experience Cloud						X
6	Adobe PhoneGap						
7	Adobe Premiere Rush						
8	Adobe Sensei		X				
9	Adobe Target		X				
10	ADT						
11	Advantech Co., Ltd						
12	Adyen			X			
13	Aethon (ST Engineering)						
14	Ahrefs						
15	AiFi						
16	AirTailor						X
17	Aislelabs		X				X
18	Alien Technology						
19	Alteryx						
20	Altierre				X		
21	Amazon Alexa		X				
22	Amazon Go				X		

## Auftragscoupon

UEC | ULRICH EGGERT CONSULT+RESEARCH

An der Ronne 238

50859 Köln

Telefax: 02234 9 48 95 33

Telefon: 02234 94 39 37

E-Mail: [mail@ulricheggert.de](mailto:mail@ulricheggert.de)

Internet: [www.ulricheggert.de](http://www.ulricheggert.de)

Trend- und Strategie-Studie

# AUTOMATISIERUNG IM STATIONÄREN EINZELHANDEL

Entwicklungen, Trends und Strategien; Lieferanten

Ca. 420 Seiten mit 88 Übersichten und einer MATRIX von ca. 330 LIEFERANTEN

nach 26 Angebots-/Anwendungs-Segmenten („Wer liefert was“)

Hiermit bestellen wir zur **sofortigen Lieferung** o. g. Studie(n) in **elektronischer Version als Download bzw. per Mail-Anlage** zum Preis von:

- ➔ 645,- € plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung bis zum **31.05.2024 (Frühbucher)**
- ➔ 745,-€ plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung danach

Der Rechnungsbetrag ist abzugsfrei nach Lieferung und Rechnungserhalt sofort fällig. Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:

Vor- und Zunahme: .....

Firma: .....

Abteilung/Stellung: .....

Straße: .....

PLZ + Ort: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

UStID. / VAT No. (Ausland): .....

Wir bitten um *zusätzliche* Lieferung der **Übersichten/Charts der Studie in offener PPT-Version** für **85,- € bis 31.05.2024**, danach 120,-€ plus gesetzl. MwSt. (**bitte ankreuzen, wenn gewünscht**).

Datum/Unterschrift: .....