

Digitale Vertriebsstrategie: systematisch planen und professionell umsetzen (Präsenz)

Entwickle eine ganzheitliche Strategie für nachhaltiges Wachstum im B2B-Vertrieb

Wer im B2B-Vertrieb langfristig wachsen will, braucht mehr als einzelne digitale Tools oder vereinzelte LinkedIn-Aktivitäten. Es erfordert eine ganzheitliche Strategie, die Marketing, Vertrieb und After Sales als ein integriertes Revenue-System (Revenue Operations) denkt. In diesem Seminar entwickelst du die strategische Grundlage für deinen digitalen Vertrieb. Du lernst, wie du nicht nur neue Leads systematisch entwickelst, sondern auch deine Bestandskunden durch gezielte R/U/C-Strategien (Repeat, Upsell, Cross-Sell) strategisch ausbaust. Wir betrachten Account-Based Marketing (ABM) als zentralen Hebel für komplexe B2B-Entscheidungen und nutzen KI nicht nur operativ, sondern als mächtiges Werkzeug für Markt-, Wettbewerbs- und Persona-Analysen.

Inhalte

Einführung Digitalisierung im Vertrieb

- Bestandsaufnahme: Wo steht dein Unternehmen digital?
- Wettbewerbsanalyse: Wie digital ist dein Wettbewerb?
- KI-Reifegrad-Check: den Status deines Unternehmens in fünf Stufen („unbewusst“ bis „adaptiv“) bestimmen und die Zielstufe für die nächsten 12–24 Monate festlegen.

Weiterbildung nach KI-VO Art. 4 für die Nachweispflicht von KI-Kompetenz

Künstliche Intelligenz als strategischer Steuerungshebel

- KI als Betriebssystem denken, nicht als Feature – die strategische Grundentscheidung: erst Prozesse, Daten und Menschen, dann Technologie. Warum „KI als Kosmetik“ verpufft und „KI als Schicht über der Revenue Engine“ trägt.
- Die Wirkfelder priorisieren, statt Tools zu sammeln – entlang deiner Revenue Engine die zwei bis drei Stellen identifizieren, an denen KI den größten Hebel hat, und sie in eine Umsetzungssequenz bringen.
- Die drei KI-Arten orchestrieren, nicht nur einsetzen – analytische KI priorisiert (Scoring, CLV, Churn), generative KI erstellt und analysiert, agentische KI übernimmt wiederkehrende Prozesse; entscheidend ist, welche Art an welcher Stelle zusammenspielt.
- Generative KI als Sparringspartner deiner Strategie – Markt-, Wettbewerbs- und IST-Analysen verdichten, Strategie-Hypothesen bilden und den eigenen Plan kritisch prüfen lassen; dazu Content- und GEO-Sichtbarkeit strategisch verankern.
- Vom Reifegrad zur Roadmap – die Standortbestimmung in eine priorisierte KI-Roadmap übersetzen: Pilot in einem Quartal, messen, skalieren – KI als Führungs-, nicht als IT-Projekt.

Strategie-Fundament: Wunschkunden & Buyer Persona Advanced

- Buyer-Persona-Advanced-Konzept (Vertiefung)
- Nutzenmatrix Advanced & Positionierung
- Idealkundenprofil (ICP) für Account-Based Marketing

Dark Funnel und PreSales

- Der Dark Funnel: warum ein großer Teil der Kaufentscheidung unsichtbar reift – in Peer-Gesprächen, Communities, Bewertungsplattformen, LinkedIn und KI-Suchsystemen, lange bevor ein Lead im CRM auftaucht.
- Demand Creation statt nur Demand Capture: Nachfrage aktiv aufbauen und an den „Wasserlöchern“ deiner Wunschkunden präsent sein, statt nur bestehende Nachfrage abzugreifen.
- Die PreSales-Phase strategisch gestalten: die Zeit vor dem ersten Kontakt bewusst mit Content, Nutzenbeweisen und Buyer Enablement bespielen – damit du auf der Shortlist stehst, bevor der Kunde sich meldet.
- Vom anonymen Interesse zum bekannten Kontakt: Dark-Funnel-Signale (Intent-Daten, Engagement-Muster) erkennen und den Übergang in den sichtbaren Funnel gestalten.
- Messbarkeit im Dark Funnel: mit Proxy-Kennzahlen und Self-Reported Attribution steuern, was sich klassisch nicht attribuieren lässt.

Neukundengewinnung & Lead Management

- Leadgenerierung strategisch planen: Inbound und Outbound gezielt kombinieren
- Customer Journey Mapping und Analyse für Neukunden
- Kaskadierende Nurturing-Prozesse (automatisierte Interessenten-Entwicklung) konzipieren
- Lead Scoring: Individuen und Accounts nach Kaufwahrscheinlichkeit und Intent-Signalen priorisieren

- Die Lead-Qualifizierungskette: vom MQL zum SQL - Übergabe zwischen Marketing und Vertrieb strategisch definieren

Bestandskundenentwicklung als Wachstumsstrategie

- Bestandskundenanalyse und -matrix
- R/U/C-Selling: Repeat, Upsell, Cross-Sell systematisch planen
- Kaskadierende Customer Journeys für Bestandskunden

Account-Based Marketing & Selling (ABM)

- ABM-Strategie: 1:1, 1:few, 1:many
- Das "Land, Expand, Explode"-Modell
- Das Buying Center strategisch adressieren

Kundenabwanderung verhindern (Churn)

- Abwanderungssignale früh erkennen: Nutzungsrückgang, ausbleibende Interaktion, Beschwerden
- Ursachen von Kundenabwanderung (Churn) verstehen und gezielt adressieren: Preis, Leistung, Beziehung, Wettbewerb
- Churn-Prediction mit analytischer KI: Abwanderungsrisiken frühzeitig prognostizieren
- Rückgewinnung und Bindung gefährdeter Kunden: Win-back und Eskalationspfade
- Retention als strategische Kennzahl in den Revenue Operations verankern

Contentstrategie

- Content-Audit: Was ist vorhanden, was fehlt?
- Content-Konzeption für die Digitalstrategie

Touchpoint- und Kanalstrategie

- Touchpointanalyse und -strategie
- Kanal-Mix on- und offline orchestrieren

Lernumgebung

In deiner Online-Lernumgebung findest du nach deiner Anmeldung nützliche Informationen, Downloads und Extra-Services zu dieser Qualifizierungsmaßnahme.

Dein Nutzen

- Du entwickelst eine ganzheitliche digitale Vertriebsstrategie, die Marketing, Vertrieb und After Sales als ein System (Revenue Operations) verbindet.
- Du lernst, wie du Account-Based Marketing (ABM) und das "Land, Expand, Explode"-Modell für komplexe B2B-Kunden strategisch aufbaust.
- Du weißt, wie du Bestandskunden durch systematische R/U/C-Strategien (Repeat, Upsell, Cross-Sell) zu einem zentralen Wachstumshebel machst.
- Du nutzt KI als strategisches Werkzeug für tiefgehende Markt-, Wettbewerbs- und Persona-Analysen.
- Du machst den Dark Funnel strategisch nutzbar: Du baust Nachfrage aktiv auf, gestaltest die PreSales-Phase vor dem ersten Kontakt und kommst auf die Shortlist, bevor sich dein Wunschkunde meldet.
- Du konzipierst kaskadierende Customer Journeys und Nurturing-Prozesse für Neukunden und Bestandskunden.
- Du erkennst Abwanderungsrisiken (Churn) frühzeitig und verankerst Kundenbindung (Retention) als strategische Kennzahl.

Methoden

Trainer-Input, strategische Fallbeispiele, Arbeit an der eigenen Unternehmensstrategie, Gruppenarbeiten, Diskussion, Erfahrungsaustausch, strategische Arbeitshilfen und Checklisten.

In der Veranstaltung kann folgendes Drittanbieter-Tool eingesetzt werden

KI-Tools

In diesem ausgewählten Seminar der Haufe Akademie spielen KI-Tools eine wichtige Rolle.

Für ein optimales Lernerlebnis ist bei einigen Tools eine Registrierung erforderlich. Die Registrierung ist freiwillig, eine Teilnahme an diesem Seminar ist auch ohne Registrierung möglich. Die Anbieter der Dienste verarbeiten die Daten in der Regel in eigener Verantwortung. Dies bedeutet, dass sie für die Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen und die Sicherheit der Verarbeitung verantwortlich sind. Die Haufe Akademie hat keine vertragliche Beziehung zum Anbieter, und die Teilnehmer:innen müssen selbstständig, z.B. Nutzungsbedingungen zustimmen.

Es wird empfohlen, eine E-Mail-Adresse zu verwenden, die keine Rückschlüsse auf eine Person zulässt.

Details zur Verarbeitung sind in der Datenschutzerklärung des jeweiligen Tools wie z.B. [ChatGPT](#), [Gemini](#), [HeyGen](#), [Perplexity](#) etc. zu finden.

Teilnehmer:innenkreis

Fach- und Führungskräfte, die für die strategische Ausrichtung und Prozessgestaltung verantwortlich sind.

Das Seminar baut ideal auf den operativen Grundlagen des Seminars "**Digitalisierung und Künstliche Intelligenz im Vertrieb**" (1970) auf und richtet sich an Fach- und Führungskräfte, aus Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung im B2B-Umfeld, die Prozesse, Systeme und Strategien für ihr Unternehmen strategisch planen und implementieren wollen bzw. für die diestrategische Ausrichtung und Prozessgestaltung verantwortlich sind.

Diese Veranstaltung ist auch als Modul buchbar von:

Zertifizierte:r Digital Sales Manager:in

Zertifizierte:r Vertriebsmanager:in / Sales Manager

Open Badges - Zeige auch digital, was du kannst.

Open Badges sind anerkannte, digitale Teilnahmezertifikate. Diese verifizierbaren Nachweise sind der aktuelle Standard für die Einbindung in Karrierenetzwerken wie z.B. LinkedIn.

Damit zeigst du digital, über welche Kompetenzen du verfügst.

Nach erfolgreichem Abschluss erhältst du von uns ein Open Badge.

Mehr erfahren kannst du unter:

<https://www.haufe-akademie.de/seminare-lehrgaenge/trending-topics/open-badges>



Trainer:in

Norbert Schuster

Ich unterstütze Unternehmen mit Marketing- und Sales Automation, das Potenzial der Digitalisierung im Vertrieb und Marketing zu aktivieren, damit sie für die Zukunft gerüstet sind



und ihren Vertriebserfolg steigern.
Mich motiviert es ständig Neues zu lernen und in jeder Beratung und jedem Seminar neue Themen, Herausforderungen, Branchen und Lösungen kennenzulernen und Vermarktungslösungen dafür zu finden.

Mit jahrelanger Erfahrung und praxiserprobten Frameworks helfe ich Unternehmen ihre (komplexen) Themen relevant und zielorientiert an die richtigen Wunschkunde online und offline zu kommunizieren.

Details zur Weiterbildung

Training | Präsenz

2 Tage

Zahl der Teilnehmenden begrenzt

Termine

28.-29.04.2027

München/Eching

Veranstaltungsort

Olymp Munich

Tage & Uhrzeit

Mittwoch, 28.04.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Donnerstag, 29.04.2027

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Aktuelle Termine und weitere Informationen findest du unter www.haufe-akademie.de/3763

Teilnahmegebühr

€ 1.540,- zzgl. MwSt.

€ 1.832,60 inkl. MwSt.

Die angegebene Teilnahmegebühr beinhaltet

- ein gemeinsames Mittagessen pro vollem Seminartag,
- Pausenverpflegung und
- umfangreiche Arbeitsunterlagen.

Die Übernachtungskosten im Hotel werden von den Teilnehmenden direkt mit dem Hotel abgerechnet. Für die Hotelbuchung findest du in deiner Lernumgebung ein Reservierungsformular.

Deine Anmeldemöglichkeiten

Online: www.haufe-akademie.de/3763

E-Mail: anmelden@haufe-akademie.de

Buche deine Weiterbildung einfach und schnell online. Gib sonst bitte unbedingt den Namen des Teilnehmenden und die vollständige Rechnungsanschrift mit Telefonnummer sowie E-Mail-Adresse an.

In unserem Bereich Fragen & Antworten (FAQ) findest du alle Antworten auf die häufigsten Fragen rund um unsere Weiterbildungen:

<https://www.haufe-akademie.de/faqs>

Unsere ausführlichen Teilnahmebedingungen findest du auch im Internet unter www.haufe-akademie.de/agb oder im Gesamtprogramm.

Die vollständigen Datenschutzbestimmungen findest du unter www.haufe-akademie.de/datenschutz.

Haufe Akademie GmbH & Co. KG

Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg, www.haufe-akademie.de, Beratung: Tel.: +49 761 595339-00, service@haufe-akademie.de

Digitale Vertriebsstrategie: systematisch planen und professionell umsetzen (Live-Online)

Entwickle eine ganzheitliche Strategie für nachhaltiges Wachstum im B2B-Vertrieb

Wer im B2B-Vertrieb langfristig wachsen will, braucht mehr als einzelne digitale Tools oder vereinzelte LinkedIn-Aktivitäten. Es erfordert eine ganzheitliche Strategie, die Marketing, Vertrieb und After Sales als ein integriertes Revenue-System (Revenue Operations) denkt. In diesem Seminar entwickelst du die strategische Grundlage für deinen digitalen Vertrieb. Du lernst, wie du nicht nur neue Leads systematisch entwickelst, sondern auch deine Bestandskunden durch gezielte R/U/C-Strategien (Repeat, Upsell, Cross-Sell) strategisch ausbaust. Wir betrachten Account-Based Marketing (ABM) als zentralen Hebel für komplexe B2B-Entscheidungen und nutzen KI nicht nur operativ, sondern als mächtiges Werkzeug für Markt-, Wettbewerbs- und Persona-Analysen.

Inhalte

Einführung Digitalisierung im Vertrieb

- Bestandsaufnahme: Wo steht dein Unternehmen digital?
- Wettbewerbsanalyse: Wie digital ist dein Wettbewerb?
- KI-Reifegrad-Check: den Status deines Unternehmens in fünf Stufen („unbewusst“ bis „adaptiv“) bestimmen und die Zielstufe für die nächsten 12–24 Monate festlegen.

Weiterbildung nach KI-VO Art. 4 für die Nachweispflicht von KI-Kompetenz

Künstliche Intelligenz als strategischer Steuerungshebel

- KI als Betriebssystem denken, nicht als Feature – die strategische Grundentscheidung: erst Prozesse, Daten und Menschen, dann Technologie. Warum „KI als Kosmetik“ verpufft und „KI als Schicht über der Revenue Engine“ trägt.
- Die Wirkfelder priorisieren, statt Tools zu sammeln – entlang deiner Revenue Engine die zwei bis drei Stellen identifizieren, an denen KI den größten Hebel hat, und sie in eine Umsetzungssequenz bringen.
- Die drei KI-Arten orchestrieren, nicht nur einsetzen – analytische KI priorisiert (Scoring, CLV, Churn), generative KI erstellt und analysiert, agentische KI übernimmt wiederkehrende Prozesse; entscheidend ist, welche Art an welcher Stelle zusammenspielt.
- Generative KI als Sparringspartner deiner Strategie – Markt-, Wettbewerbs- und IST-Analysen verdichten, Strategie-Hypothesen bilden und den eigenen Plan kritisch prüfen lassen; dazu Content- und GEO-Sichtbarkeit strategisch verankern.
- Vom Reifegrad zur Roadmap – die Standortbestimmung in eine priorisierte KI-Roadmap übersetzen: Pilot in einem Quartal, messen, skalieren – KI als Führungs-, nicht als IT-Projekt.

Strategie-Fundament: Wunschkunden & Buyer Persona Advanced

- Buyer-Persona-Advanced-Konzept (Vertiefung)
- Nutzenmatrix Advanced & Positionierung
- Idealkundenprofil (ICP) für Account-Based Marketing

Dark Funnel und PreSales

- Der Dark Funnel: warum ein großer Teil der Kaufentscheidung unsichtbar reift – in Peer-Gesprächen, Communities, Bewertungsplattformen, LinkedIn und KI-Suchsystemen, lange bevor ein Lead im CRM auftaucht.
- Demand Creation statt nur Demand Capture: Nachfrage aktiv aufbauen und an den „Wasserlöchern“ deiner Wunschkunden präsent sein, statt nur bestehende Nachfrage abzugreifen.
- Die PreSales-Phase strategisch gestalten: die Zeit vor dem ersten Kontakt bewusst mit Content, Nutzenbeweisen und Buyer Enablement bespielen – damit du auf der Shortlist stehst, bevor der Kunde sich meldet.
- Vom anonymen Interesse zum bekannten Kontakt: Dark-Funnel-Signale (Intent-Daten, Engagement-Muster) erkennen und den Übergang in den sichtbaren Funnel gestalten.
- Messbarkeit im Dark Funnel: mit Proxy-Kennzahlen und Self-Reported Attribution steuern, was sich klassisch nicht attribuieren lässt.

Neukundengewinnung & Lead Management

- Leadgenerierung strategisch planen: Inbound und Outbound gezielt kombinieren
- Customer Journey Mapping und Analyse für Neukunden
- Kaskadierende Nurturing-Prozesse (automatisierte Interessenten-Entwicklung) konzipieren
- Lead Scoring: Individuen und Accounts nach Kaufwahrscheinlichkeit und Intent-Signalen priorisieren

- Die Lead-Qualifizierungskette: vom MQL zum SQL - Übergabe zwischen Marketing und Vertrieb strategisch definieren

Bestandskundenentwicklung als Wachstumsstrategie

- Bestandskundenanalyse und -matrix
- R/U/C-Selling: Repeat, Upsell, Cross-Sell systematisch planen
- Kaskadierende Customer Journeys für Bestandskunden

Account-Based Marketing & Selling (ABM)

- ABM-Strategie: 1:1, 1:few, 1:many
- Das "Land, Expand, Explode"-Modell
- Das Buying Center strategisch adressieren

Kundenabwanderung verhindern (Churn)

- Abwanderungssignale früh erkennen: Nutzungsrückgang, ausbleibende Interaktion, Beschwerden
- Ursachen von Kundenabwanderung (Churn) verstehen und gezielt adressieren: Preis, Leistung, Beziehung, Wettbewerb
- Churn-Prediction mit analytischer KI: Abwanderungsrisiken frühzeitig prognostizieren
- Rückgewinnung und Bindung gefährdeter Kunden: Win-back und Eskalationspfade
- Retention als strategische Kennzahl in den Revenue Operations verankern

Contentstrategie

- Content-Audit: Was ist vorhanden, was fehlt?
- Content-Konzeption für die Digitalstrategie

Touchpoint- und Kanalstrategie

- Touchpointanalyse und -strategie
- Kanal-Mix on- und offline orchestrieren

Lernumgebung

In deiner Online-Lernumgebung findest du nach deiner Anmeldung nützliche Informationen, Downloads und Extra-Services zu dieser Qualifizierungsmaßnahme.

Dein Nutzen

- Du entwickelst eine ganzheitliche digitale Vertriebsstrategie, die Marketing, Vertrieb und After Sales als ein System (Revenue Operations) verbindet.
- Du lernst, wie du Account-Based Marketing (ABM) und das "Land, Expand, Explode"-Modell für komplexe B2B-Kunden strategisch aufbaust.
- Du weißt, wie du Bestandskunden durch systematische R/U/C-Strategien (Repeat, Upsell, Cross-Sell) zu einem zentralen Wachstumshebel machst.
- Du nutzt KI als strategisches Werkzeug für tiefgehende Markt-, Wettbewerbs- und Persona-Analysen.
- Du machst den Dark Funnel strategisch nutzbar: Du baust Nachfrage aktiv auf, gestaltest die PreSales-Phase vor dem ersten Kontakt und kommst auf die Shortlist, bevor sich dein Wunschkunde meldet.
- Du konzipierst kaskadierende Customer Journeys und Nurturing-Prozesse für Neukunden und Bestandskunden.
- Du erkennst Abwanderungsrisiken (Churn) frühzeitig und verankerst Kundenbindung (Retention) als strategische Kennzahl.

Methoden

Trainer-Input, strategische Fallbeispiele, Arbeit an der eigenen Unternehmensstrategie, Gruppenarbeiten, Diskussion, Erfahrungsaustausch, strategische Arbeitshilfen und Checklisten.

In der Veranstaltung kann folgendes Drittanbieter-Tool eingesetzt werden

KI-Tools

In diesem ausgewählten Seminar der Haufe Akademie spielen KI-Tools eine wichtige Rolle.

Für ein optimales Lernerlebnis ist bei einigen Tools eine Registrierung erforderlich. Die Registrierung ist freiwillig, eine Teilnahme an diesem Seminar ist auch ohne Registrierung möglich. Die Anbieter der Dienste verarbeiten die Daten in der Regel in eigener Verantwortung. Dies bedeutet, dass sie für die Einhaltung der geltenden Datenschutzbestimmungen und die Sicherheit der Verarbeitung verantwortlich sind. Die Haufe Akademie hat keine vertragliche Beziehung zum Anbieter, und die Teilnehmer:innen müssen selbstständig, z.B. Nutzungsbedingungen zustimmen.

Es wird empfohlen, eine E-Mail-Adresse zu verwenden, die keine Rückschlüsse auf eine Person zulässt.

Details zur Verarbeitung sind in der Datenschutzerklärung des jeweiligen Tools wie z.B. [ChatGPT](#), [Gemini](#), [HeyGen](#), [Perplexity](#) etc. zu finden.

Teilnehmer:innenkreis

Fach- und Führungskräfte, die für die strategische Ausrichtung und Prozessgestaltung verantwortlich sind.

Das Seminar baut ideal auf den operativen Grundlagen des Seminars "**Digitalisierung und Künstliche Intelligenz im Vertrieb**" (1970) auf und richtet sich an Fach- und Führungskräfte, aus Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung im B2B-Umfeld, die Prozesse, Systeme und Strategien für ihr Unternehmen strategisch planen und implementieren wollen bzw. für die diestrategische Ausrichtung und Prozessgestaltung verantwortlich sind.

Open Badges - Zeige auch digital, was du kannst.

Open Badges sind anerkannte, digitale Teilnahmezertifikate. Diese verifizierbaren Nachweise sind der aktuelle Standard für die Einbindung in Karrierenetzwerken wie z.B. LinkedIn.

Damit zeigst du digital, über welche Kompetenzen du verfügst.

Nach erfolgreichem Abschluss erhältst du von uns ein Open Badge.

Mehr erfahren kannst du unter:

<https://www.haufe-akademie.de/seminare-lehrgaenge/trending-topics/open-badges>



Trainer:in



Norbert Schuster

Ich unterstütze Unternehmen mit Marketing- und Sales Automation, das Potenzial der Digitalisierung im Vertrieb und Marketing zu aktivieren, damit sie für die Zukunft gerüstet sind und ihren Vertriebs Erfolg steigern. Mich motiviert es ständig Neues zu lernen und in jeder Beratung und jedem Seminar neue Themen, Herausforderungen, Branchen und Lösungen kennenzulernen und Vermarktungslösungen dafür zu finden.

Mit jahrelanger Erfahrung und praxiserprobten Frameworks helfe ich Unternehmen ihre (komplexen) Themen relevant und zielorientiert an die richtigen Wunschkunde online und offline zu kommunizieren.

Details zur Weiterbildung

Training | Online

2 Tage
Zahl der Teilnehmenden begrenzt

Starttermine

19.-20.10.2026

Live-Online

Durchführung

zoom

Modulzeiten

Montag, 19.10.2026

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Dienstag, 20.10.2026

09:00 Uhr - 17:00 Uhr

Aktuelle Termine und weitere Informationen findest du unter www.haufe-akademie.de/3211

Teilnahmegebühr

€ 1.540,- zzgl. MwSt.

€ 1.832,60 inkl. MwSt.

Deine Anmeldemöglichkeiten

Online: www.haufe-akademie.de/3763

E-Mail: anmelden@haufe-akademie.de

Buche deine Weiterbildung einfach und schnell online. Gib sonst bitte unbedingt den Namen des Teilnehmenden und die vollständige Rechnungsanschrift mit Telefonnummer sowie E-Mail-Adresse an.

In unserem Bereich Fragen & Antworten (FAQ) findest du alle Antworten auf die häufigsten Fragen rund um unsere Weiterbildungen:

<https://www.haufe-akademie.de/faqs>

Unsere ausführlichen Teilnahmebedingungen findest du auch im Internet unter www.haufe-akademie.de/agb oder im Gesamtprogramm.

Die vollständigen Datenschutzbestimmungen findest du unter www.haufe-akademie.de/datenschutz.

Haufe Akademie GmbH & Co. KGMunzinger Straße 9, 79111 Freiburg, www.haufe-akademie.de, Beratung: Tel.: +49 761 595339-00, service@haufe-akademie.de