

Der Top-Jahreskongress für die Direktmarketing-Branche in Deutschland!

# 4. Deutscher Direktmarketing Kongress

Aufbruch – Erfolgreiches Direktmarketing für die Märkte von morgen!

23. und 24. Februar 2012 | Dorint Main Taunus Zentrum | Frankfurt am Main  
+ begleitende Fachaussstellung

## Im Fokus: Targeting – The Future of Direct Marketing!

### Die weiteren Themenfelder:

- **Direktmarketing 2012** – Status quo, Trends, Entwicklungen & Perspektiven
- **Best Practices B2B / B2C** – Was wir von den internationalen und nationalen Vorreitern lernen können
- **Direktmarketing auf neuen Wegen** – Wie sieht die Zukunft klassischer Mailings aus?
- **The Future of Targeting** – Wie kann Direktmarketing effizienter werden?
- **Content is in – Context is king!** – Storytelling als Erfolgstoos im Direktmarketing
- **Erfolg über alle Kanäle** – Wie Unternehmen in Zukunft crossmedial erfolgreich sind
- **Schlüsselfaktoren 2012** – Sicherheit, Technologie und neuer europäischer Datenschutz
- **Klassisch oder digital? Ganz persönlich oder in aller Öffentlichkeit?** – Wie das Direktmarketing von morgen aussehen wird
- **Direct Marketing Visions**  
Von Social Media, Mobile und Location Based Services bis hin zu Crowdsourcing – Wie wird sich das Direktmarketing verändern?

Jetzt anmelden  
und Plätze sichern:  
[www.conferencegroup.de/direktmarketing12](http://www.conferencegroup.de/direktmarketing12)  
Fax: 069 / 7595 - 30 30

### Es referieren und diskutieren, u.a.:

**Dirk Ploss**, Bereichsleiter Markenführung und Marketingkommunikation, OTTO | **Carl-Philipp Mauve**, Director Marketing, Ford | **Petra Bissbort**, Dialogmarketing-Spezialistin, HanseMercur | **Christian Uhrig**, Leiter Marketing, Land Rover Deutschland | **Andreas Müller**, Leiter Kommunikation & Marke, Yello Strom | **Timor Buchhorn**, Leiter Vertriebspartnerbetreuung, HAMBURG ENERGIE | **Kerstin Jourdan**, Ressortleiterin Direktwerbung, ING DiBA | **Georg Konjovic**, Director Premium Content, Axel Springer | **Marcella Gäb**, Produktmanagerin, Telekom Deutschland | **Marion Dalmyn**, Leiterin Direktmarketing, Postbank | **Dieter Weng**, Präsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV) | **Martin Nitsche**, Geschäftsführer, Solveta und Vizepräsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV) | **Alexander Ewig**, COO, Wunderman | **Stephan Vincent Nölke**, Geschäftsführer, comevis | **Christian Hoffmeister**, Geschäftsführer, Bulletproof Media | **Jürgen Seitz**, Geschäftsführer, United Internet Dialog | **Stephan Noller**, CEO, nugg.ad | **Wolfgang Bscheid**, Geschäftsführer, Mediascale | **Frederike Voss**, Director Account Management Europe, AudienceScience | **Dr. Ulrich Wuermeling**, Datenschutz-Experte, Latham & Watkins | **Alexander Wild**, Gründer und Vorstandsvorsitzender, feierabend.de | **Dr. Torsten Spandl**, Marketingleiter, Küchen & Co. | **Heike Lindner**, Country Manager, Mediaplex | **Heiko Kasper**, Director of Business Development, Mobile Space (sponsormob) | **Prof. Dr. Heinrich Holland**, Akademieleiter, DDA Deutsche Dialogmarketing Akademie | **Gaby Schmidt**, Leiterin Direktmarketing, Payback | **Markus Eberhard**, Head of Selfcare, Swisscom / CH | **Michael Buck**, Executive Director Globales Online-Marketing, Dell | **Tim Gentry**, Head of Optimisation and Effectiveness, The Guardian / UK | **Herbert Lechner**, Division Manager, GfK SE

Silber-Partner:



Partner:



Mit freundlicher Unterstützung von:



Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.



Medienpartner:



Eine Veranstaltung von:

**HORIZONT**  
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

**the conference group**  
worldwide business events

### Vorsitz und Moderation:

**Prof. Dr. Heinrich Holland**, Akademieleiter, DDA Deutsche Dialogmarketing Akademie GmbH

### Direktmarketing 2012 – Status quo, Trends, Entwicklungen & Perspektiven

**09.30 – 09.45** Begrüßung durch den Moderator und Einführung in den Kongress

#### Die Zukunft des Direktmarketings: Trends & Perspektiven

**Prof. Dr. Heinrich Holland**, Akademieleiter, DDA Deutsche Dialogmarketing Akademie GmbH

### Direktmarketing für die Märkte von morgen –

#### Kreation, Innovation & Emotionalisierung als Erfolgsfaktoren der Zukunft

**09.45 – 10.10** Praxisbeispiel

#### Auf innovativen und kreativen Wegen zum Kunden –

#### Wie die Zukunft des Direktmarketings bei Ford aussieht

**Carl-Philipp Mauve**, Director Marketing, Ford-Werke GmbH

**10.10 – 10.40** Praxisbeispiel

#### Dialog ist keine Einbahnstraße – OTTO Kommunikation in einer vernetzten Welt

**Dirk Ploss**, Bereichsleiter Markenführung und Marketingkommunikation, OTTO (GmbH & Co KG) (EDDI-Gewinner 2011)

**10.40 – 11.10** Praxisbeispiel

#### Zukunft ist, wo der Kunde ist – Der effektivste Weg zum Verbraucher

- Weshalb die heutige Informationsflut eine gezielte Ansprache erzwingt
- Wie man Kunden dort anspricht, wo sie sich wirklich wohl fühlen
- Warum nur effektives Targeting die Akzeptanz beim Verbraucher steigert
- Best Practice Aral

**Gaby Schmidt**, Leiterin Direktmarketing, Payback GmbH

**11.10 – 11.40 Kommunikations- und Kaffeepause**

### Best Practices – Was wir von den Vorreitern lernen können

**11.40 – 12.10** Praxisbeispiel

#### Yello Strom neu verfohnt – Wie man mit 200 Models crossmedial gelben Strom verkauft

**Andreas Müller**, Leiter Kommunikation & Marke, Yello Strom GmbH

**12.10 – 12.40** Praxisbeispiel

#### Mit dem Kooperationskunden im Dialog – Wie Dialogmarketing bei HanseMerkur/ DAK-Gesundheit effizient umgesetzt wird

**Petra Bissbort**, Dialogmarketing-Spezialistin/Abteilung Kooperationen (K), HanseMerkur Krankenversicherung AG

**12.40 – 13.10** Praxisbeispiel

#### „Wenn Kommunikation ganz einfach ist, dann ist es DiBaDu“

Erfolgsfaktoren des Direktmarketing der ING-DiBa

**Kerstin Jourdan**, Ressortleiterin Direktwerbung, ING-DiBa AG

**13.10 – 14.15 Kommunikations- und Mittagspause**

### Klassik erfindet sich neu – Wie sieht die Zukunft klassischer Mailings aus?

**14.15 – 14.45** Impulsreferat

#### Was setzt sich durch: Klassik oder digital?

- Direct Mail vs. eMail vs. Online-Werbeausgaben
- Mischt das Online-Marketing die Märkte auf?
- Zukunft der Adresse im digitalen Zeitalter?

**Herbert Lechner**, Division Manager, GfK SE

**14.45 – 15.15** Praxisbeispiel

#### „Rock me I'm British“ – die preisgekrönte 360° Kampagne von Land Rover

- Effizienz: Das Mailing als Erfolgsfaktor einer integrierten Kampagne
- Xmedial: Mailings als wichtiger Baustein der Land Rover Marketing-Strategie
- Ausblick: Sind Mailings noch en vogue?

**Christian Uhrig**, Leiter Marketing, Land Rover Deutschland GmbH  
(1. Platz beim Mailing Wettbewerb der Deutschen Post 2011)

### Erfolg über alle Kanäle – Die Herausforderung des Multichannel-Dialogs

**15.15 – 15.45**

#### Innovationspotenziale durch Direktmarketing erschließen

**Marcella Gäb**, Produktmanagerin, Telekom Deutschland GmbH

**15.45 – 16.10** Praxisbeispiel

#### Neue Ansätze des Community-Marketings in spitzen Zielgruppen

- Senioren 2.0: Wie die neuen Medien das Rentnerleben verändern
- Herausforderungen des Multichannel-Dialogs mit speziellen Zielgruppen
- Mit der Community im Dialog: Katalog, Mailing, Internet, Partner
- Die Bedürfnisse der Kunden erkennen: Die Entstehung der „Komfortwunder-Küche“

**Alexander Wild**, Gründer und Vorstandsvorsitzender. feierabend.de / Feierabend Online Dienste für Senioren AG

**Dr. Torsten Spandl**, Marketingleiter, Küchen & Co. GmbH

**16.10 – 16.35 Kommunikations- und Kaffeepause**

### Content is in – Context is king!

#### Warum der Inhalt für die Zielgruppenansprache immer wichtiger wird

**16.35 – 17.05** Praxisbeispiel

#### „Wenn, dann...“-Beziehungen: Wie halte ich den Kunden im Kaufprozess?

Wie Storytelling und Direktmarketing zusammenhängen – Best Cases

**Heike Lindner**, Country Manager, Mediaplex DACH

**17.05 – 17.35** Praxisbeispiel

#### Vom Transaktions- zum Beziehungsmarketing – Wie Axel Springer durch E-Publishing Kunden auf verschiedenen Endgeräten gewinnt und bindet

**Christian Hoffmeister**, Geschäftsführer, Bulletproof Media GmbH

**Georg Konjovic**, Director Premium Content, Axel Springer AG

**17.35 – 18.00**

#### Know who your audience is – Crowdsourcing als Tool zur Kundenbindung

Durch Involvement Kunden binden und Business Impact generieren

**Alexander Ewig**, COO, Wunderman GmbH

### Im Anschluss Get-Together

Im Anschluss an einen informativen und erlebnisreichen Kongresstag laden Sie die Veranstalter herzlich ein, in geselliger Atmosphäre Kontakte mit Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen und zu vertiefen.



Petra Bissbort

Wolfgang Bscheid

Michael Buck

Univ.-Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff

Marion Dalmyn

Markus Eberhard

Alexander Ewig

Marcella Gäb

Tim Gentry

Christian Hoffmeister

Kerstin Jourdan

Heiko Kasper

Georg Konjovic

### Moderation:

**Martin Nitsche**, Geschäftsführer, Solveta GmbH und  
Vizepräsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV)

**09.00 – 09.05**

**Eröffnung des 2. Kongresstages durch den Moderator**

### Schlüsselfaktoren 2012 – Rechtliche Rahmenbedingungen im Wandel

**09.05 – 09.35**

**Neuer europäischer Datenschutz: Direktmarketing wird verboten?**

- Bedeutet die Reform der Datenschutzverordnung das Ende des Direktmarketings?
- Welche Konsequenzen hätte die Umsetzung für die Direktmarketing-Branche in Europa und in Deutschland?
- Was können Unternehmen heute schon tun, um optimal auf die Veränderungen vorbereitet zu sein?

**Dr. Ulrich Wuermeling**, Datenschutz-Experte, Latham & Watkins

**09.35 – 10.00** Q & A-Session

**Neuer europäischer Datenschutz: Was verändert sich?**

Die Experten stellen sich den Fragen des Publikums

**Dr. Ulrich Wuermeling**, Datenschutz-Experte, Latham & Watkins

**Dieter Weng**, Präsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV)

Top aktuell

### Im Fokus: Targeting – The Future of Direct Marketing!

**10.00 – 10.25**

**Predictive Behavioral Targeting – Taking Direct Marketing to the Next Level**

**Stephan Noller**, CEO, nugg.ad AG

**10.25 – 10.50** Internationales Praxisbeispiel

**Global Transformation Through Targeting**

Best Practice: The Guardian

**Frederike Voss**, Director Account Management Europe, AudienceScience

**Tim Gentry**, Head of Optimisation and Effectiveness, The Guardian / UK

(Vortrag in englischer Sprache)

**10.50 – 11.15** Kommunikations- und Kaffeepause

**11.15 – 11.40** Praxisbeispiel

**Targeting und personalisiertes Dialogmarketing der Postbank**

Neue Wege im Kampf um die Aufmerksamkeit der Kunden

**Marion Dalmy**, Leiterin Direktmarketing, Deutsche Postbank AG

**11.40 – 12.05**

**Data driven Dialogmarketing – Mehr Relevanz in der digitalen Kommunikation**

- Digital Touchpoints: Reflektoren für Verbraucherinteressen und Aktionspunkte für intelligenten digitalen Dialog
- Relevanz: Chancen und Herausforderungen im digitalen Dialog mit den Kunden
- Neue Dialogmöglichkeiten aus der ganzheitlichen Betrachtung von Customer Insights und Media Insights

**Jürgen Seitz**, Geschäftsführer, United Internet Dialog GmbH

**12.05 – 12.45** Diskussion

**Die Grenzen des Targetings**

**Ist der Weg zum individualisierten Direktmarketing wirklich langfristig erfolgreich?**

- Die Skepsis der Kunden gegenüber personalisierter Werbung ist hoch – noch?
- Wirkung des Targetings: Lohnt sich tatsächlich der Aufpreis, den Unternehmen für den Zuschnitt auf spezielle Zielgruppen zahlen?
- Inwieweit kann Targeting bei der Imageaufbesserung, bei der Wettbewerbspositionierung und bei der Steigerung der Verkaufszahlen unterstützen?
- Datenschutz & Targeting: Wie kann dem vorherrschenden Misstrauen begegnet werden?
- Wie werden Cookies im Direktmarketing eingesetzt?

**Wolfgang Bscheid**, Geschäftsführer, Mediascale GmbH & Co. KG

**Marion Dalmy**, Leiterin Direktmarketing, Deutsche Postbank AG

**Stephan Noller**, CEO, nugg.ad AG

**Frederike Voss**, Director Account Management Europe, AudienceScience

**Jürgen Seitz**, Geschäftsführer, United Internet Dialog GmbH

**12.45 – 13.45** Kommunikations- und Mittagspause

### Mobile – Social – Local – Sensorial: Visionen für ein neues Direktmarketing

**13.45 – 14.15** Praxisbeispiel

**Multisensorische Verführung nach Noten – Direktmarketing mit allen Sinnen**

- Sense-Check: Orchestrierung der Sinne und warum Klang im Fokus steht?
- Direct-Check: Wie und wo klingt Ihre Marke? Welchen Nutzwert bietet Audio Marketing? Warum ist Tone of Voice ein Schlüsselinstrument?
- Case-Check: Kluges Service-Design im Direktmarketing begeistert Kunden! Wie machen es führende Marken?

**Stephan Vincent Nölke**, Geschäftsführer, comevis GmbH & Co. KG

**Timor Buchhorn**, Leiter Vertriebspartnerbetreuung, HAMBURG ENERGIE GmbH

**14.15 – 14.45** Praxisbeispiel

**Social Media – Das Mitmachnetz: Vom direkten zum öffentlichen Dialog**

- Welcher organisatorische Wandel ist durch Social Media im Direktmarketing notwendig?
- Dialog in Reinform: Der Kundendialog über Social Media
- Wie wird sich der Kundendialog durch Social Media nachhaltig verändern?

**Michael Buck**, Executive Director Globales Online-Marketing, Dell GmbH

**14.45 – 15.15** Internationales Praxisbeispiel

**Kunden helfen Kunden – Social Media und Support**

Die Möglichkeiten des Web 2.0 für Swisscom

**Markus Eberhard**, Head of Selfcare, Swisscom (Schweiz) AG / CH

**15.15 – 15.45** Praxisbeispiel

**Sprechen Sie Mobile! Neue Wege im Direktmarketing**

**Heiko Kasper**, Director of Business Development, Mobile Space Ltd. (sponsormob)

+ Referenzkunde (in Abstimmung)

**15.45 – 16.10** Ausblick und Abschluss durch den Moderator

**Direktmarketing 2020: Alte Wahrheiten – Neue Regeln!**

- Auswirkungen der „schönen, neuen Welt“ auf die Konsumenten
- Wie sich die Wege, um Beziehungen einzugehen und zu pflegen, ändern werden

**Martin Nitsche**, Geschäftsführer, Solveta GmbH und

Vizepräsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV)

**Ca. 16.10** Ende des 4. Deutschen Direktmarketing Kongresses

### + begleitende Fachausstellung

Parallel zum **4. Deutschen Direktmarketing Kongress 2012** findet eine begleitende Fachausstellung statt. Nutzen Sie die Chance, dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen.

#### Für wen ist die Fachausstellung von Interesse?

Sind auch Sie Spezialist für Direktmarketing, unterstützen Sie die Werbemacher und Agenturen bei der Umsetzung von Konzepten für erfolgreiche Sales-Maßnahmen und bei der Erstellung von Werbemitteln?

#### Sie sind interessiert, als Partner oder Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie bitte unverbindlich weitere Informationen an bei Frau Nadine Binder, **Telefon: 069 / 7595 - 3021** oder per **E-Mail: nadine.binder@conferencegroup.de** oder füllen Sie einfach das auf der Rückseite stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende **Faxnummer: 069 / 75 95 - 3020**.

Follow us:  [www.facebook.com/conferencegroup.de](http://www.facebook.com/conferencegroup.de)

 [#direktmarketing12](https://twitter.com/direktmarketing12)

Weitere Informationen:



Heike Lindner

Carl-Philipp Mauve

Martin Nitsche

Stephan Vincent Nölke

Stephan Noller

Dirk Ploss

Gaby Schmidt

Jürgen Seitz

Dr. Torsten Spandl

Christian Uhrig

Frederike Voss

Alexander Wild

Dr. Ulrich Wuermeling

## Sehr geehrte Damen und Herren,

die Direktmarketingbranche in Deutschland hat 2010 über 12 Mrd. Euro Umsatz erzielt. Vor allem Einzelhändler, Versandhändler und Finanzdienstleister sind große Kunden der Branche. Unter den Top 5 Spendern befanden sich 2010 gemäß Nielsen Media Research allein drei Versandhändler: Otto, Tchibo und Weltbild.

Noch entfällt dabei der größte Teil der Werbeausgaben auf klassische Mailings. Doch die gewaltigen Veränderungen in der digitalen Welt haben die Direktmarketingbranche in den letzten Jahren auf den Kopf gestellt. Premium Mailings auf der einen Seite und crossmediale Kampagnen, die vor allem auf digitales Targeting setzen, auf der anderen Seite, bilden die jeweiligen Pole im Markt.

Individuelles Targeting über alle Kanäle, die dem veränderten Mediennutzungsverhalten Rechnung tragen, wird mehr und mehr zur Königsdisziplin im Direktmarketing.

Wie kann man in diesem Szenario morgen noch erfolgreich Direktmarketing betreiben?

Die Conference Group hat diese Entwicklungen zum Anlass genommen, den **Deutschen Direktmarketingkongress 2012** unter das Motto zu stellen:

### Aufbruch – Erfolgreiches Direktmarketing für die Märkte von morgen!

Top-Experten der Branche stellen Ihnen beim **4. Deutschen Direktmarketing Kongress** am **23. und 24. Februar 2012 in Frankfurt** die Key Trends im Direktmarketing 2012 vor.

Das klassische Direktmarketing steht vor weitreichenden Veränderungen, die vor allem von gravierenden technologischen Innovationen geprägt sind. Die rasante Zunahme der digitalen Kanäle, von sozialen Netzwerken und mobilen Medien in immer neuen Formen, ist nur ein besonders spürbarer Ausdruck dieses Wandels. Und die Vielfalt wird in Zukunft noch weiter zunehmen.

Der Kampf um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers wird zum entscheidenden Nadelöhr. Direktmarketing muss daher zukünftig noch kreativer, emotionaler und effizienter werden. Diskutieren Sie zu Jahresbeginn mit namhaften Experten aus dem Dialogmarketing die aktuellen Strategien der führenden Unternehmen. Werfen Sie einen Blick auf zukünftige Entwicklungen und treffen Sie Ihre Partner und Kunden aus der Dialogbranche.

Wir hinterfragen die Relevanz und Zukunftschancen von Mailings einerseits – als bisher wichtigstes Medium im Direktmarketing – und zeigen Ihnen andererseits auch auf, wie Sie in Zukunft crossmedial auf allen Kanälen erfolgreich sein können.

Der **Deutsche Direktmarketing Kongress 2012** wird Sie als Kompass durch die neue Unübersichtlichkeit der Direktmarketinglandschaft führen.

Wir freuen uns, Sie Ende Februar in Frankfurt begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Erhard Bost  
Geschäftsführender Gesellschafter  
The Conference Group GmbH

Franziska Thiele  
Bereichsleitung  
The Conference Group GmbH

## Die Partner des Kongresses

### Silber-Partner:



Durch die Verknüpfung von Dialogmarketing und Klassik bringt Trebbau Ihre Werbung genau dorthin, wo Ihre Zielgruppe sie erwartet! Konzept, Media, Listbroking, Datenoptimierung, Produktion, Laserprint und Lettershop – alles aus einer Hand!  
[www.treibbau.com](http://www.treibbau.com)

### Partner:



**direct.punkt** bietet seit 1992 Serviceleistungen rund um das Dialogmarketing an: Projektplanung, One-to-One Marketing, Digitaldruck & Bildpersonalisierung, Individualisierung in Farbe und schwarz/weiß, Druck, Lettershop, Fullservice. Kompetente Betreuung und gezielte Abstimmung der einzelnen Dialogmarketing-Aktivitäten auf Ihre Bedürfnisse und die Ihrer Kunden sichern Ihren Erfolg.  
[www.directpunkt.de](http://www.directpunkt.de)



### Gewinnen Sie neue Kunden mit topaktuellen Adressen-Potenzialen!

Qualifizierte Entscheider in über 100 Funktionen aus D, A und CH wie z. B. Marketingleiter oder Sekretärinnen. Adressen von wirtschaftsaktiven/direktmarketingaffinen Unternehmen oder Privatadressen nach Interessenschwerpunkten. Zielgruppenberatung, E-Mail-Marketing, Produktion von Mailings und Qualifizierung Ihrer Adressen.  
[www.adressen-selektion.de](http://www.adressen-selektion.de)

### Mit freundlicher Unterstützung von:



Die **DDA** bietet deutschlandweit berufsbegleitende Weiterbildung im Dialog- und Online Marketing an: Fachwirt/in Dialogmarketing DDV und Fachwirt/in Online Marketing BVDW mit European Diploma sowie Fachwirt/in Social Media BVDW. Zertifikatskurse zum Dialog- bzw. Online Marketing Manager, Seminare und Inhouse-Schulungen.  
[www.dda-online.de](http://www.dda-online.de)



Der **Deutsche Dialogmarketing Verband (DDV)** ist der größte nationale Zusammenschluss von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa und einer der Spitzenverbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Er vertritt die Interessen der gesamten Dialogmarketingbranche, von Dienstleistern und werbungstreibenden Unternehmen gleichermaßen.  
[www.ddv.de](http://www.ddv.de)

### E-Mail-Partner:



## Fax-Anmeldung: 069 / 7595 - 30 30

**Ja**, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **4. Deutschen Direktmarketing Kongress 2012** am 23. und 24. Februar 2012 in Frankfurt an.  
Der Teilnahmepreis beträgt **1.190,- Euro** zzgl. MwSt. pro Person.

**Abonnenten von HORIZONT** erhalten einen Rabatt von 100,- Euro auf die Kongressteilnahme.  
(Bitte ankreuzen und Kundennummer angeben!)

Kundennummer: \_\_\_\_\_

**Ja**, wir sind interessiert an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten**. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 399,- Euro zzgl. MwSt. (199,- Euro zzgl. MwSt. für Studenten).

**-15%**

1. Name | Vorname

Position

Firma

Straße | Hausnummer

PLZ | Ort

Telefon | Fax

E-Mail-Adresse

2. Name | Vorname

Position

Firma

Straße | Hausnummer

PLZ | Ort

Telefon | Fax

E-Mail-Adresse

3. Name | Vorname

Position

Firma

Straße | Hausnummer

PLZ | Ort

Telefon | Fax

E-Mail-Adresse

Datum Firmenstempel Unterschrift

**Ja**, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich per E-Mail oder Brief über neue Angebote von HORIZONT und The Conference Group informieren.

### So melden Sie sich an:

per Post: The Conference Group GmbH  
Mainzer Landstraße 251  
60326 Frankfurt am Main  
per Telefax: 069 / 7595 - 3030  
per E-Mail: anmeldung@conferencegroup.de  
per Internet: www.conferencegroup.de/direktmarketing12  
Telefon für Rückfragen: 069 / 7595 - 3013

### Termin und Ort:

23./24. Februar 2012  
**Dorint Main Taunus Zentrum**  
Am Main Taunus Zentrum 1, 65843 Frankfurt/Sulzbach  
Tel.: 06196 / 763-0, Fax: 06196 / 729 96  
E-Mail: info.frankfurt@dorint.com  
Internet: www.dorint.com  
EZ (Standard): 138,- € inkl. Frühstück  
EZ (Premium): 153,- € inkl. Frühstück

### Zielgruppe:

Der 4. Deutsche Direktmarketing Kongress richtet sich branchenübergreifend an Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte, vor allem aus den Bereichen Dialogmarketing, Kundenbindung/Customer Relationship Management, Kundenservice, IT, Vertrieb, Verkaufsförderung, Produktmanagement und Marketing/Werbung/Kommunikation sowie an leitende Mitarbeiter in diesem Bereich tätiger Agenturen und Dienstleistungsunternehmen.

### Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Direktmarketing 2012“ vor.

### Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem entsprechenden Vordruck vor. Die Gebühr für den zweitägigen Kongress beträgt 1.190,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person.

Abonnenten von HORIZONT erhalten einmalig einen Rabatt von 100,- Euro auf die Kongressgebühr. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und das Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- Euro zzgl. 19 % MwSt. pro Person erhoben. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

### Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.