

Deutscher Direktmarketing Kongress –

Direct Marketing Summit 2009

+ Fachaussstellung

17./18. Februar 2009
Dorint Pallas Wiesbaden

**Klassisch – interaktiv – online:
Die neue Welt des Direktmarketings**

Im Fokus: Bedeutet die geplante „Opt-in-Regelung“ das Ende des klassischen Direktmarketings?

Jetzt anmelden:
www.conferencegroup.de

Die zentralen Themenfelder:

- Direktmarketing 2009: Status quo, Trends, Entwicklungen und Perspektiven – was passiert nach der Novellierung des Datenschutzgesetzes?
- Die jüngsten Skandale werden Spuren hinterlassen – wie wird sich das Direktmarketing verändern müssen? Was sind die Folgen?
- Online vs. Print: wie wird das Direktmarketing von morgen aussehen?
- Behavioral Targeting, Suchmaschinen-Marketing, Bewegtbildmarketing, Affiliate Marketing – wie sieht die Zukunft des Direktmarketings aus?

Keynote-Referent:



Tom Savigar,
Senior Partner & Director of
Trends and Strategy,
The Future Laboratory

Im Brennpunkt:



**Die Zukunft des Direktmarketings
Nach der Novellierung des Datenschutzgesetzes**
Robert Möstl, Inhaber,
IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

+ 4 Super-Sessions:

Super-Session 1: Business-to-Consumer (B2C)
Super-Session 2: Business-to-Business (B2B)
Super-Session 3: Multi-Channel-Marketing
Super-Session 4: Online-Marketing

+ 3 Branchen-Fachkonferenzen

Fachkonferenz 1: Retail
Fachkonferenz 2: Finance
Fachkonferenz 3: Services

+ 6 parallele Hot Topics

Hot Topic 1: Blogs
Hot Topic 2: Suchmaschinen-Werbung
Hot Topic 3: Bewegtbildmarketing
Hot Topic 4: Mobile Marketing
Hot Topic 5: Social Media Marketing
Hot Topic 6: Targeting

Es referieren und diskutieren u. a.:



Dr. Till Tolkemitt,
Geschäftsführer,
Zweitausendeins Versand
Dienst GmbH



Andreas Stammnitz,
Leiter Marketing,
Der Club Bertelsmann



Jens Krecklau,
Leiter Online Marketing,
Globetrotter Ausrüstung
Denart & Lechhart GmbH



Carine Moitier,
COO & Co-Founder,
bivolino.com/B



Gunter Fritsche,
Leiter E-Business
Telekom Vertrieb,
T-Mobile Deutschland



Andreas Milles,
brand & communication,
spreadshirt.net



Thomas Promny,
Geschäftsführer
Marketing & PR,
Gimahot GmbH



Martin Nitsche,
Managing Director,
Head of CRM,
Dresdner Bank AG



Volker Scheible, Director
Miles & More, Marketing and
Customer Loyalty Activities,
Lufthansa German Airlines



Dr. Markus Skrzipek,
Geschäftsführer,
Rudolf Spiegel GmbH



Marion Dalmyn,
Abteilungsleiterin
Direktmarketing,
Postbank AG



Christine Rust,
Leiterin Direktmarketing,
SOS-Kinderdorf e.V.



Simone Wastl,
Director Marketing und
Communications,
SEB AG



Mike Schulz,
Leiter Eroberungspro-
gramme und Innovationen,
BMW AG



Verena Grentzenberg,
Rechtsberaterin,
Lovells Hamburg



Uwe Knaus,
Manager Corporate Blog,
Web Communications,
Daimler AG

Nicola Austin, London/UK

Jochen Bader, Vice President Mobile Marketing, MindMatics AG

Jens Bartusch, Senior Leiter Produktmanagement, FROSTA AG

Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Lehrstuhl Kommunikations- und
Medienmanagement, DMCC-Dialog Marketing, Competence Center,
Universität Kassel

Marius Darschin, Beratungs Unit-Leiter BMW, OgilvyOne

Nicolas Escherich, Head of Direct Marketing, Deutsche Lufthansa
Aktiengesellschaft

Stefan J. Gaul, Senior Director Sales & Advertising, mobile.de

Mark Gregg, Vorstand (CEO), cadooz AG

Robert Huber, CEO, Downtown New Media AG

Bert Klingsporn, Geschäftsführer, Ogilvy Brains

Olaf Kolbrück, Reporter Internet & E-Business,
HORIZONT & Horizont-Blog "Off-the-record"

Burkhard Köpper, Gründer & Geschäftsführender Gesellschafter,
jaron.DIRECT GmbH

Erik Lämmerzahl, Research Manager, GfK AG Panel Services Deutschland

Christian Mauer, Geschäftsführung, SUMO GmbH

Dr. Marcus Mende, Geschäftsführer, Schober Consulting Solutions

Philipp Moder, Managing Director, phocus direct communication GmbH

Stephan Noller, CEO, nugg.ad AG

Matthias Kröner, Vorstand, Fidor AG

Bert Rösch, Redaktion, Ressort Agenturen, HORIZONT

Christine Rust, Leiterin Direktmarketing, SOS-Kinderdorf e.V.

Georg Sauer, Leiter BIC CRM Execution,
Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG

Alexander Schulz-Heyn, Vorstand, Deutscher IPTV-Verband

Dr. Thorsten Schwarz, Publizist, Trainer und freier Berater, Inhaber der
ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

Bernd Stieber, Vorstand, Zieltraffic AG

Ralf Strehlau, Geschäftsführer, ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH

Patrick Tapp, Geschäftsführender Gesellschafter, Dialog Frankfurt GmbH
und Vizepräsident Public Affairs, DDV

Eine Veranstaltung von:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

the conference group
worldwide business events
Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Premium Partner:

Schober GROUP
The Future of Targeting

Partner:

cadooz
Gutscheine & Prämiensysteme
yamando
www.yamando.de

jaron.DIRECT
Digital Marketing

schagen+
eschen
Die Spezialisten für perfekte Mailings.

Rieck
direkt Marketing

Das Programm des Deutschen Direktmarketing Kongresses – Direct Marketing Summit 2009

1. Veranstaltungstag – Dienstag, 17. Februar 2009

Moderation: Robert Möstl, Gründer und Inhaber, IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

Direktmarketing 2009: Rahmenbedingungen: Zahlen – Daten – Fakten

9.00 – 9.10

Eröffnung des Kongresses durch den Moderator

9.10 – 9.30

Entwicklungen im Direktmarketing – Zahlen, Daten, Fakten

- Mailingauflagen über die Jahre
- Soziodemografische Strukturen bei Mailings
- Werbeanrufe und Werbe-E-Mails

Erik Lämmerzahl, Research Manager, GfK AG Panel Services Deutschland

9.30 - 9.55 Hot Topic

Datenhandel, Listbroking und Datenschutzaudit – wie können (Kunden-)Daten noch verarbeitet werden?

Verena Grentzenberg, Rechtsberaterin, Lovells Hamburg

9.55 – 10.25

Im Brennpunkt: Die Zukunft des Direktmarketings nach der Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)

- Das neue BDSG – Welche konkreten Schritte müssen Unternehmen gehen?
- Welche Wege der Adressgenerierung und der Opt-in-Gewinnung sieht das BDSG vor?
- Abschaffung des Listenprivilegs? – Konkrete Handlungsempfehlungen

- Wie muss eine Einwilligungserklärung für Werbung aussehen?
- Neue Wege zur Generierung und Nachqualifizierung von Adressen – Wie können Unternehmen
- Kundenbeziehungen aufbauen, die mit dem „JA“ zur Adressweitergabe als Mehrwert wahrgenommen werden?
- Datenschuttsiegel: Wie man sich vom „Wettbewerb“ differenzieren kann!

Robert Möstl, Inhaber, IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

10.25 – 11.15

Top-Expertenrunde: Direktmarketing vor dem Aus? Perspektiven und Herausforderungen des neuen Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG)

- Novellierung des BDSG - Was sind die Folgen?
- Wie können sich Unternehmen auf die Verschärfung des BDSG vorbereiten?
- Wie werden zukünftig die Datenschutz-Standards definiert?
- Vorbild Internet: was kann das klassische Direktmarketing von dem Aufbau eines verlässlichen Vermietbestandes lernen?

Verena Grentzenberg, Rechtsberaterin, Lovells Hamburg

Marion Meinert, Abteilungsleiterin Adress-Strategie Marketing BRIEF, Deutsche Post AG

Bert Klingsporn, Geschäftsführer, Ogilvy Brains Patrick Tapp, Geschäftsführender Gesellschafter, Dialog Frankfurt GmbH und Vizepräsident Public Affairs, DDV

Thomas Vogt, Vorstand, Schober Group

Christine Rust, Leiterin Direktmarketing, SOS-Kinderdorf e.V.

Moderation:

Ralf Strehlau, Geschäftsführer, ANXO MANAGEMENT CONSULTING GmbH

11.15 – 11.40

Kommunikations- und Kaffeepause

International Direct Marketing Forum – Erfahrungen und Perspektiven in Europa und weltweit!

11.40 – 12.10

Klassisch – interaktiv – online: Weltweite Trends im Direktmarketing – Was können deutsche Unternehmen davon lernen? Die neue Welt des Direktmarketings

Marius Darschin, Unit-Leiter BMW, OgilvyOne worldwide

12.10 – 12.35

Bivolino.com, your shirt just got social!

It is all about the importance of social media for an innovative e-Direct Marketing Strategy.

Carine Moitier, COO & Co-Founder, bivolino.com/B (Vortrag in englischer Sprache!)

12.35 – 13.00

How the web changes old marketing rules – The new direct marketing

Nicola Austin (zuvor: Marketing Director, Opinion Leader), London/UK (Vortrag in englischer Sprache!)

13.00 – 14.00

Kommunikations- und Mittagspause

Direktmarketing von morgen: klassisch – interaktiv – online

14.00 – 15.30: Zwei parallele Super-Sessions: Business-to-Consumer und Business-to-Business

Super-Session 1: Business-to-Consumer (B2C)

Moderation:

Robert Möstl, Gründer und Inhaber, IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

14.00 – 14.30

Marketing als Service:

Der neue Kunde und die Folgen

- Von der physischen in die virtuelle Welt
- Der Paradigmenwechsel zum impulsorientierten Dialogmarketing
- Optimierung von Kundenerlebnissen über alle Kanäle

Martin Nitsche, Managing Director, Head of CRM, Dresdner Bank AG und Vizepräsident, DDV

14.30 – 15.00

Direktmarketing als absatzunterstützende Maßnahmen am Beispiel des Kundenbindungsprogrammes Miles & More

- Barrieren und Lösungen – wie kann auch zukünftig Direktmarketing erfolgreich betrieben werden?
- Innovative, neue Wirkungsmechanismen vor allem unter Bezugnahme eines recht dynamischen Marktumfeldes
- Einbindung neuer Medien und Individualisierung der Kundenansprache als Erfolgsgaranten

Volker Scheible, Director Miles & More, Marketing and Customer Loyalty Activities, Lufthansa German Airlines

15.00 – 15.30

Effektives Dialogmarketing – worauf kommt es an?

- Wie lassen sich Erfolg bzw. Effektivität von Dialogmarketingaktionen messen?
- Welche zielorientierten Vorgehensweisen zur Messung von Effektivität gibt es?

Mike Schulz, Leiter Eroberungsprogramme und Innovationen, BMW AG

Super-Session 2: Business-to-Business (B2B)

Moderation:

Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Lehrstuhl Kommunikations- und Medienmanagement, DMCC-Dialog Marketing, Competence Center, Universität Kassel

14.00 – 14.30

Dialogmarketing im B2B-Bereich – Entwicklungen und Chancen

- Instrumente des Dialogmarketings
- Strategien der Dialogkommunikation
- Erfolgselemente der direkten Ansprache
- Aspekte der Zukunftsentwicklung

Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Lehrstuhl Kommunikations- und Medienmanagement, DMCC-Dialog Marketing, Competence Center, Universität Kassel

14.30 – 15.00

Erfolgreiches & Gesetzeskonformes eMail-Marketing im B2B-Bereich

- Herausforderung eMail Marketing: ausbaufähige Adressbasis, Aufbau eines gesetzeskonformen Verteilers, Personalisierung und Datenversand
- Technische Stolpersteine: Bounces, SPAM und ein aussagekräftiges Reporting zur Erfolgskontrolle
- Möglichkeiten für einen ganzheitlichen, gesetzeskonformen Lösungsansatz und einen zielgerichteten und wirkungsvollen Dialog

Philipp Moder, Managing Director & Geschäftsführender Gesellschafter, phocus direct communication GmbH

15.00 – 15.30

Direktmarketing im B2B-Bereich vor dem Hintergrund eines sich wandelnden Umfeldes

Dr. Markus Skrzipek, Geschäftsführer, Rudolf Spiegel GmbH

16.00 – 17.00: Zwei parallele Super-Sessions: Multi-Channel Marketing und E-Mail-Marketing!

Super-Session 3: Multi-Channel-Marketing

Moderation:

Robert Huber, Vorstandsvorsitzender, Downtown New Media AG

16.00 - 16.30

Nachhaltige und effiziente Kundengewinnung und Kundenbindung – Erfolgreiche Kundenansprache über die richtigen Kanäle

Just in time - online/offline das richtige Medium passend wählen

Robert Huber, CEO, Downtown New Media AG (zuvor: Leiter Online Marketing, Mercedes Benz Bank)

16.30 – 17.00

The Tiguan Case - Eine Weltpremiere in der Kommunikation

Ideen und Konzeptionen für eine erfolgreiche Crossmedia-Kampagne am Beispiel der Markteinführung des VW Tiguan

Dr. Marcus Mende, Geschäftsführer, Schober Consulting Solutions

Super-Session 4: Online-Marketing

Moderation:

Bert Rösch, Redaktion Ressort Medien, HORIZONT

16.00 – 16.30

E-Mail-Marketing – Tipps, Tricks und Stolpersteine! Was zeichnet ein erfolgreiches E-Mail-Marketing aus?

Dr. Thorsten Schwarz, Publizist, Trainer und freier Berater, Inhaber der ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting. Er gilt als einer der führenden Experten für Online-Marketing in Deutschland.

16.30 – 17.00

„banking 2.0“

Web 2.0: weit mehr als nur eine technische Entwicklung

- Status Quo: Was Banken heute daraus machen
- Zukunft: So sieht meine „Traumbank“ aus

Matthias Kröner, Vorstand, Fidor AG

15.30 – 16.00 Kommunikations- und Kaffeepause

17.00 – 17.10

Kurze Abstimmungspause

17.10 – 17.45

Reaching the new benchmark: the future of digital marketing

Tom Savigar, Senior Partner & Director of Trends and Strategy, The Future Laboratory (Vortrag in englischer Sprache!)

ca. 17.45 Sektempfang / Get-together

Im Anschluss an einen informativen und erlebnisreichen Kongresstag lädt Sie The Conference Group herzlich zu einem Sektempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, in geselliger Atmosphäre neue Kontakte zu

Referenten, Ausstellern und Teilnehmern zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte zu vertiefen.

Klassisch – interaktiv – online: Die neue Welt des Direktmarketings Praxisbeispiele, Tipps und Detailstrategien für zukünftigen Erfolg

2. Veranstaltungstag – Mittwoch, 18. Februar 2009

9.00 – 10.30: Drei parallele Branchen-Fachkonferenzen: Retail – Finance – Services

Fachkonferenz 1: Retail

Moderation:

Robert Möstl, Gründer und Inhaber, IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

9.00 – 9.30 Impulsreferat

Die Verschmelzung von innovativen On- und Offline-Kampagnen am Beispiel Globetrotter

Mit Direktmarketingaktionen und einer gezielten Kundenansprache zum Erfolg

- Das Kundenmagazin 4-Seasons.de
- Der IP-TV-Sender 4-Seasons.TV - die Online-Outdoor-Erlebniswelt von Globetrotter

Jens Kreklau, Leiter Online Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechhart GmbH

9.30 – 10.00

Erfolgreiches Multi-Channel-Marketing im Handel – Das Beispiel „Der Club“

- Kundenbindung als strategischer Wettbewerbsvorteil der Zukunft
- Von der Massenkommunikation zur individuellen Ansprache
- Direktmarketing im Kontext verstärkter Kundenbindungsaktivitäten

Andreas Stammnitz, Leiter Marketing, Der Club Bertelsmann und Geschäftsführer OTTO Media GmbH & Co. KG

10.00 – 10.30

Multi-Channel Kommunikation – Herausforderungen, Chancen und Perspektiven am Beispiel Zweitausendeins

- Multi-Channel Marketing – viele Wege führen zum Kunden
- Kundenbindung als strategischer Wettbewerbsvorteil der Zukunft
- Von der Massenkommunikation zur individuellen Ansprache durch „Merkheft“ und „Merkmail“
- Direktmarketing im Kontext verstärkter Kundenbindungsaktivitäten

Dr. Till Tolkemitt, Geschäftsführer, Zweitausendeins Versand Dienst GmbH

Fachkonferenz 2: Finance

Moderation:

Bernd Stieber, Vorstand, Zieltraffic AG

9.00 – 9.30

Gezielter Dialog – Direktmarketing, das ankommt! Faktoren für erfolgreiches Direktmarketing in der Finanzdienstleistung:

- Differenzierung: Braucht Marketing gerade jetzt noch Überraschungen?
- Bauch versus Verstand - Kann Kreativität den Verstand überlisten?
- Ein Mythos? Individuell, interaktiv und integriert!
- Targeting - Die zukunftsfähige Zielgruppenansprache

Simone Wastl, Director Marketing und Communications, SEB AG

9.30 – 10.00

Dialogmarketing zur nachhaltigen Kundenbindung und effizienten Kundenverflechtung

- Wertorientiert, relevant und individuell
- Mit Direktabschluss oder als Vertriebsupport
- Mit abgestimmten Botschaften über alle Kanäle
- Der Prozess danach muss stimmen

Marion Dalmy, Abteilungsleiterin Direktmarketing, Postbank AG

Fachkonferenz 3: Services

Moderation:

Mark Gregg, Vorstand (CEO), cadooz AG

9.00 – 9.30 Impulsreferat

Innovative e-Marketing Konzepte – Das Beispiel Deutsche Telekom AG

- Mit „one click to order“-Marketing zum Erfolg
- Von Briefmailing zur „Landing Page“ – from offline to online –
- Die Wiederbelebung der guten alten Postkarte als Responsekanal im Online-Umfeld

Gunter Fritsche, Leiter E-Business Telekom Vertrieb, T-Mobile Deutschland GmbH

9.30 – 10.00

Innovative Gutscheine, Erlebnisse und Prämiensysteme im Einsatz der Kundenbindung – mit messbarem Erfolg zu zufriedenen Empfängern

Mark Gregg, Vorstand (CEO), cadooz AG - Gutscheine & Prämiensysteme

10.00 – 10.30

Kundenoptimiertes Multikampagnenmanagement bei Telefónica o2 Germany

Georg Sauer, Leiter BIC CRM Execution, Business Intelligence Center, Telefónica o2 Germany GmbH & Co. OHG

Hot Topics am Nachmittag des zweiten Veranstaltungstages: Mobile Marketing, Social Media Marketing, Targeting

Moderation:

Robert Möstl, Gründer und Inhaber, IVHI – Institut für Versandhandels-Innovationen

Hot Topic 4: Mobile Marketing

14.00 – 14.30

Mobile Marketing: Digitale Kundenansprache mit hoher Response

Erfolgskampagnen in der Praxis und Zukunftstrends

Joachim Bader, Vice President Mobile Marketing, MindMatics AG

Hot Topic 5: Social Media Marketing

14.30 – 15.00

Social Media Marketing - Direktmarketing anhand von Blogs, Foren, Twitter am Beispiel Spreadshirt

Andreas Milles, brand & communication, spreadshirt.net

Hot Topic 6: Targeting

15.00 – 15.30

Predictiv (behavioral) Targeting – dem Konsumenten auf der Spur

- Das Beispiel nugg.ad als führender Targeting Dienstleister
- Zukunftsweisende Zielgruppenerfassung und -ansprache

Stephan Noller, CEO, nugg.ad AG

15.30 – 16.00

Targeting-Methoden in der Anwendung am Beispiel mobile.de

Wie mobile.de mittels Targeting-Methoden wie Behavioral Targeting, Re-Targeting oder Geo-Targeting die Effizienz und den Erfolg von Online-Kampagnen gesteigert hat!

Stefan J. Gaul, Senior Director Sales & Advertising bei mobile.de und Geschäftsführer der eBay Advertising Group GmbH

ca. 16.00

Abschluss des Deutschen Direktmarketing Kongresses – Direct Marketing Summit 2009

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

11.30 – 13.00: Drei parallele Hot Topics: Interaktiv – online: Die neue Welt des Direktmarketings

Hot Topic 1: Blogs

Moderation:

Olaf Kolbrück, Reporter Internet & E-Business, HORIZONT und Frontmann, Horizont-Blog "Off-the-record"

11.30 – 12.00

Was Blogs in Zukunft für die Kommunikation bedeuten – Barack Obama, Blogs und die neue Medien-Hierarchie

- Wie man Blogger pitcht - Regeln für das Rendezvous
- Reputation-Management und Google Karma
- Die Botschaft zählt - Lehren aus dem Umgang mit Social Media im US-Wahlkampf
- Micro-Blogging - 140 Zeichen verändern die Dialogkultur

Olaf Kolbrück

12.00 – 12.30

Blog - Dialogmarketing der Zukunft? Der FRoSTA Blog: Neue Wege in der Kundenkommunikation

- Was ist bei der Einführung eines Corporate-Blogs zu beachten?
- Wie können Blogs für das Kundenmanagement geschickt genutzt werden?

Jens Bartusch, Senior Leiter Produktmanagement, Frosta AG

12.30 – 13.00

Blick hinter die Kulissen und Stakeholder-Dialog – Blogs als Kommunikationsansatz am Beispiel Daimler

- Motivation und Zielsetzung
- Was ist bei der Einführung eines Corporate-Blogs zu beachten?
- Angst vor Kommentaren: Berechtigt oder nicht?
- Fallbeispiel: Mercedes-Benz Soundlogo

Uwe Knaus, Manager Corporate Blog, Web Communications, Daimler AG

Hot Topic 2: Suchmaschinen-Werbung

Moderation:

Burkhard Köpper, Gründer & Geschäftsführender Gesellschafter, jaron.Direct GmbH

11.30 – 12.00 Impulsreferat

Suchmaschinenoptimierung (SEO) – treten Sie mit Ihren Kunden in Kontakt über Google & Co.

- Ansätze & Wirkungen von Suchmaschinenoptimierung
- SEO inhouse umsetzen oder outsourcen?

Christian Mauer, Geschäftsführung, SUMO GmbH

12.00 – 12.30

Suchmaschinenmarketing aus Sicht der Business-Strategie

Warum Suchmaschinen kein Thema für die Technikabteilung sind, sondern fundamental für die strategische Aufstellung von Online-Unternehmen.

Thomas Promny, Geschäftsführer Marketing & PR, Gimahhot GmbH

12.30 – 13.00

Wie aus Suchmaschinen-Traffic Kunden werden – Möglichkeiten der Conversion-Optimierung

- Von der Produktsuche zum Käufer: Mehrstufige Kundengewinnungsprozesse
- Über Multivariate Testverfahren zur perfekten Landing Page
- Usability-Optimierung als Umsatzkatalysator

Burkhard Köpper, Gründer & Geschäftsführender Gesellschafter, jaron.DIRECT GmbH

Hot Topic 3: Bewegtbildmarketing

Moderation:

Alexander Schulz-Heyn, Vorstand, Deutscher IPTV-Verband

11.30 – 12.00

Kommunikation in bewegten Bildern liegt im Trend

- Doch welche Formate sind erfolgreich?
- Welche Geschäftsmodelle rentabel?
- Und wie erreicht man seine Zielgruppe?

Alexander Schulz-Heyn, Vorstand, Deutscher IPTV-Verband

13.00 – 14.00 Kommunikations- und Mittagspause

Deutscher Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009

Einladung zum Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009

Der neue Branchentreff für Direktmarketing in Deutschland!

Sehr geehrte Damen und Herren,

mehr als zwei Drittel der Aufwendungen für Werbung werden in Dialogmedien investiert. Das entspricht etwa 50,8 Milliarden Euro (Quelle: Dialog Marketing Monitor 2008, Deutsche Post) – und ein Ende des Wachstums war bis vor kurzem noch nicht in Sicht.

Doch das klassische Direktmarketing steht vor gewaltigen Veränderungen. Mit der angekündigten Novellierung des Datenschutzgesetzes und der damit möglicherweise einhergehenden Opt-in-Regelung – der Einwilligung zur Nutzung von personenbezogenen Daten zu werblichen Zwecken – könnte diesem ein schnelles Ende bereitet werden.

Auch die rasante Zunahme der Medienkanäle, die dominante Stellung des Internets mit seinen neuen Werbemöglichkeiten, wie Blogs, Bewegtbildern, Targeting etc. und interaktive und mobile Medien sind spürbarer Ausdruck eines grundlegenden Wandels.

Aus diesem Grund wird es erstmalig in Deutschland im traditionsreichen Wiesbaden ein neues Direktmarketingevent der Spitzenklasse geben, den

Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009

Das Motto des Kongresses lautet:

**Klassisch – interaktiv – online:
Die neue Welt des Direktmarketings**

Führende Experten aus unterschiedlichen Branchen werden am 17. und 18. Februar 2009 Stellung zu den aktuellen Entwicklungen des Bundesdatenschutzgesetzes nehmen, Ihnen aufzeigen, wie Direkt- und Dialogmarketing im Online- und Offline-Marketing als starkes Werkzeug eingesetzt werden kann und Ihnen Strategien, Konzepte und Perspektiven für zukünftigen Erfolg im Direktmarketing präsentieren.

Wir würden uns freuen, Sie im Februar zum Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009 in Wiesbaden begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen



Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführung
HORIZONT



Dr. Erhard Bost
Geschäftsführender Gesellschafter
The Conference Group GmbH

+ begleitende Fachaussstellung

Parallel zum **Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009** findet eine begleitende Fachaussstellung statt. Nutzen Sie die Chance, dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Produkte und Dienstleistungen vorzustellen.

Für wen ist die Fachaussstellung 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 Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie bitte unverbindlich weitere Informationen zur Fachaussstellung an bei Frau Sabrina Pommeresch, Telefon 0 69/75 95-30 33 oder per E-Mail info@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende Faxnummer: 0 69/75 95-30 30.

Premium Partner:



SCHOBER INFORMATION SERVICES GmbH

Die Schober Group ist Europas führender Anbieter von Multi-Channel- Kommunikationslösungen. In einzigartiger Weise verbindet das Unternehmen sein über 60-jähriges Know How aus den Bereichen effiziente Kundenwertschöpfung, Neukunden-gewinnung und Markttransparenz mit Lösungen aus der Online-Welt. www.schober.de

Partner:



jaron.DIRECT – Digital Marketing

jaron.DIRECT plant und realisiert hocheffiziente Kampagnen zu Verkaufsförderung, Branding, Gewinnung von Interessenten und Kunden sowie deren Bindung. Das Agenturportfolio umfasst Suchmaschinen- und Affiliate-Marketing, Online-Media und -PR sowie E-Mail- und Mobile-Marketing. www.jaron.de



Schagen & Eschen GmbH

Schagen + Eschen ist Ihr Druckdienstleister, wenn es um perfekte und anspruchsvolle Mailings geht. Bei Schagen + Eschen erwartet Sie eine kreative Produktentwicklung, eine Produktion mit allen Raffinessen und die zielgenaue Versendung durch Datenoptimierung. www.sue.de



Riek, direkt Marketing – Ihr Direktmarketing- Servicepartner.

Unsere Leistungen: qualifizierte Zielgruppenberatung und -beschaffung von Firmen- und Entscheideradressen aus D, A, CH und Osteuropa, sowie Privatadressen nach Interessenschwerpunkten und E-Mail-Marketing mit Einverständnis. adressen-riek.de

Fax-Anmeldung: 069 7595-3030

Ja, hiermit melde ich mich/uns an zum **Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009** am 17./18. Februar 2009 zu 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

Ja, wir haben Interesse an der **Teilnahme als Aussteller an der begleitenden Fachaussstellung.** Bitte senden Sie mir/uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ja, wir sind interessiert an einer Sponsoring-Partnerschaft beim **Deutschen Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009.** Bitte senden Sie mir/uns unverbindlich Informationen zu.

1. Name

Vorname

Position

Firma

Telefon

Straße

PLZ/Ort

E-Mail*

Datum

Firmenstempel

2. Name

Vorname

Position

Firma

Telefon

Straße

PLZ/Ort

E-Mail*

3. Name -15%

Vorname

Position

Firma

Telefon

Straße

PLZ/Ort

E-Mail*

Unterschrift

Information:

So melden Sie sich an:

Telefon: 069 7595-3033
Fax: 069 7595-3030
per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
E-Mail: info@conferencegroup.de
Internet: www.conferencegroup.de/direktmarketing

Termin und Ort:

Dorint Pallas Hotel Wiesbaden
Auguste-Viktoria Straße 15
65185 Wiesbaden
Telefon: 0611 3306-33 06
Fax: 0611 3306-10 00
EZ: 148,- Euro exkl. Frühstück (Frühstück 22,- Euro)

Zielgruppe:

Der Deutsche Direktmarketing Kongress – Direct Marketing Summit 2009 richtet sich an Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte aus Handel, Versandhandel, Konsumgüterwirtschaft, Finanzen, Automobilindustrie etc. vor allem aus den Bereichen Dialogmarketing, Kundenbindung/Customer Relationship Management, IT, Vertrieb, Verkaufsförderung, Produktmanagement und Werbung/Kommunikation sowie an leitende Mitarbeiter in diesem Bereich tätiger Agenturen und Dienstleistungsunternehmen.

Zimmerreservierung:

Das Veranstaltungshotel hält ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bis ca. 4 Wochen vor der Veranstaltung bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf die Veranstaltung von The Conference Group vor.

Kongressgebühr / Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- Euro (zzgl. MwSt.). Bei Anmeldungen bis zum 20. Dezember 2008 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 200,-. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die 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 Euro 50,- (zzgl. MwSt) pro Person erhoben. Maßgeblich ist der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. 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 Namensplaketten, die Ihnen bei der Registrierung ausgehändigt werden.

Hiermit erkläre ich mich einverstanden, künftig weitere Informationen per E-Mail zu erhalten.