

## 2. Handelsblatt Jahrestagung

# Direktmarketing 2010.

**Opt-In statt Opt-Out, Relevanz statt Werbeschlacht.  
Profitieren Sie von folgenden Themen:**

### Direktmarketing vs. Datenschutz

Was ist zukünftig noch erlaubt, was verboten? Darauf müssen Sie jetzt achten!

### Megatrend Individualisierung und Vernetzung

Setzen Sie auf personalisierte Ansprache und binden Sie langfristig Ihre Kunden!

### Integrierte Konzepte auf dem Vormarsch

Erreichen Sie mehr Profitabilität durch enge Verzahnung von Off- und Online-Maßnahmen!

### E-Mail-Marketing, Newsletter, Twitter und Co.

Stärken Sie Ihre Leadgenerierung im digitalen Dialog und gewinnen Sie neue Kunden!

### Hochkonjunktur für Kooperationen und Empfehlungsmarketing

Generieren Sie aktuelle Kundendaten und sparen Sie Kosten!

### Response rauf, Kampagnenkosten runter

Steigern Sie Ihre Effizienz durch zielgenaues Targeting und Datenmanagement!

**Erleben Sie 21 Praxisberichte und preisgekrönte Kampagnen der  
Vorreiter im Direkt- und Dialogmarketing aus erster Hand:**

Agentur am Flughafen ■ Beiersdorf ■ Deutscher Sparkassen- und Giroverband ■ ENTEGA (Südhessische Energie) ■  
DDB Deutschland ■ FID Verlag ■ Feierabend ■ Hitradio Ö3 ■ Kneipp ■ Lufthansa ■ marketing-BÖRSE ■  
Microsoft ■ Migros ■ MLP ■ OgilvyOne worldwide ■ Österreichisches Rotes Kreuz ■ Otto Group Russia ■  
PAYBACK ■ Schwenninger BKK ■ smatch.com ■ Reader's Digest ■ Wunderman

# Direktmarketing 2010 – Zwischen Hype und Krise

## Wen treffen Sie auf dieser branchen- übergreifenden Jahrestagung?

Mitglieder der Geschäftsleitung,  
Abteilungsleiter und leitende Mitarbeiter,  
insbesondere aus den Bereichen:

- Direkt- und Dialogmarketing
- Customer Relationship Management (CRM) und Kundenbindung
- Marketing/Online-Marketing
- Data Warehousing/Data Mining/ Database Management
- Kundendienst, -betreuung, -service
- Call Center/Verbraucherservice
- Produktmanagement
- Vertrieb/Verkauf/E-Commerce
- Marktforschung
- Fundraising

aus Handel, Industrie, Dienstleistung und dem Non-Profit-Sektor sowie

Agenturen, Unternehmensberatungen, Adressanbieter, Lettershops, Softwareanbieter und Listbroker, die im Bereich Direktmarketing/Dialogmarketing/CRM tätig sind.

Diese Veranstaltung richtet sich sowohl an Unternehmen aus dem B2C als auch aus dem B2B-Bereich.

In der Vergangenheit bedeuteten Krisenzeiten immer Aufwind für das Dialogmarketing. Denn wenn Effizienz in den Vordergrund rückt, besinnen sich viele Unternehmen wieder auf die Primärtugend der Werbung. Und die besteht darin, den Dialog mit dem Kunden über alle Medien – online und offline – aufzunehmen, ihm etwas zu verkaufen und langfristig an das Unternehmen zu binden. Gerade in unsicheren Zeiten ist der persönliche und vertrauensvolle Dialog wichtiger denn je.

Auf der anderen Seite hat das Direktmarketing mit der Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes rechtlichen Gegenwind erhalten. Zwar sind die Verschärfungen weniger gravierend als befürchtet, jedoch ist die genaue juristische Auslegung der neuen Regelungen und Ausnahmen im Detail weiterhin unklar. Effizienz, Permission und Relevanz heißen die neuen Paradigmen im Direktmarketing. Sind Sie auf diese Herausforderungen vorbereitet?

Machen auch Sie sich fit für Ihren Kundendialog 2010. Treffen Sie auf der Handelsblatt Jahrestagung die Entscheider im Direkt- und Dialogmarketing. Lernen Sie anhand preisgekrönter Kampagnen, wie Sie Ihre Kunden individuell ansprechen, Ihre Responseraten steigern und Ihre Datenbank kontinuierlich und rechtssicher pflegen und aufbauen.

Im **Praxis-Workshop „Rechtssicher im Direktmarketing“** erfahren Sie, welche konkreten Auswirkungen die Datenschutznovelle und das neue Wettbewerbsrecht für Ihr Unternehmen hat und welche Maßnahmen Sie jetzt ergreifen müssen, um rechtssicher zu agieren.



### Ihr besonderes Plus:

Als Teilnehmer der Jahrestagung erhalten Sie kostenlos das neue Standardwerk **„Leitfaden E-Mail Marketing 2.0“** von Dr. Torsten Schwarz.

### Ihre Referenten im Überblick:



Christian Achilles



Olivier Andrés



Dr. Christian Bachem



Dr. Martin Bahr



Bernhard Brugger

## Mittwoch, 2. Dezember 2009

9.00 – 9.30

Empfang mit Kaffee und Tee,  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30 – 9.40

### Begrüßung durch den Vorsitzenden und Einführung in die Thematik

Dr. Christian Huldi, Geschäftsführer, dr.huldi.management.ch ag  
und Mitglied im Präsidium, SDV (Schweizer Direktmarketing Verband)

## Dialogmarketing zwischen Hype und Krise

9.40 – 10.10

### Warum die alten Mechanismen der Werbung nicht mehr funktionieren – Zeit für einen Paradigmenwechsel im Direktmarketing

- Überladung vs. Orientierung
- Awareness vs. Relevanz
- Media vs. Content
- Werbung vs. Propaganda
- Marke vs. Glaube

Amir Kassaei, Chief Creative Officer, DDB Deutschland  
Nach dem offiziellen Ranking „The Big Won“ einer der drei besten  
Kreativchefs der Welt

10.10 – 10.40

### Dialogmarketing am Scheideweg – Perspektiven für eine Branche im Umbruch

- Datenschutznovelle: Segen oder Fluch? – Aktueller Status  
Quo und Aussichten unter der neuen Reglementierung
- Deutschland in der Wirtschaftskrise – Auswirkungen  
auf das Direktmarketinggeschäft
- Bleibt der Versandhandel auch zukünftig Umsatztreiber?

Dieter Weng, Präsident, DDV (Deutscher Dialogmarketing Verband)

## Direktmarketing vs. Datenschutz

10.40 – 11.10

### Praktische Auswirkungen der Novelle für Unternehmen – Darauf müssen Sie jetzt achten!

- Wie muss die datenschutzrechtliche Einwilligung  
in der Praxis aussehen?

- Dokumentation der Einwilligung im Tagesgeschäft
  - Kann man die Einwilligung „abkaufen“?
  - Organisatorische Maßnahmen in Hinblick auf  
Auskunftsverpflichtung
  - Sind Adress-Altbestände jetzt nutzlos?
- Joachim Fauth, Leiter Recht, Reader's Digest Deutschland

11.10 – 11.30 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

11.30 – 12.00 Pause mit Kaffee und Tee

12.00 – 12.20

★ Special zur Datenschutznovelle

### Marketingleiter fragt Jurist!

#### Direktmarketingbeispiele auf dem Prüfstand

- Was ist noch erlaubt bei der Verwendung von  
personenbezogenen Daten?

In einer interaktiven Fragerunde erfahren Sie juristische  
Einschätzungen zu konkreten Praxisbeispielen auf  
Grundlage der neuen Datenschutzbestimmungen.

Dr. Martin Bahr, Rechtsanwalt und Gründer, Kanzlei Dr. Bahr  
Simone Düllmann-Peckert, Marketingleiterin Adressen  
und Beilagen, FID Verlag

### Ihre Fragen bitte!

Sie haben auch eine Frage zu den neuen Datenschutz-  
bestimmungen im Direktmarketing via Brief, E-Mail oder  
Telefon? Dann reichen Sie Ihre Frage im Vorfeld bei uns ein,  
wir beantworten diese direkt auf der Tagung.

## Die perfekte Kundenansprache – Mehr Profitabilität durch enge Verzahnung von Off- und Online-Maßnahmen

★ Gewinner des EDDI des Deutschen  
Dialogmarketing Verbands 2009

12.20 – 12.50

### Miles & More – Erfolgsfaktoren der Kommunikation – heute und zukünftig

- Kapitalisierung von Wissen über Kunden durch  
Zielkundenmanagement
- Herausforderung der Kundenkommunikation in einem  
Multipartner-Programm
- Herausforderung Involvement – Chancen & Risiken  
durch die nachhaltige Wirkung von Web 2.0

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

12.50 – 14.00 Gemeinsames Mittagessen



Nicole Dietiker



Simone  
Düllmann-Peckert



René Eugster



Joachim Fauth



Thomas Fickert



Siegfried Gänzler



Dr. Christian Huldi



Amir Kassaei

14.00 – 14.30

### Die Vertrauensfrage – Dialogmarketing der Sparkassen in der Finanzkrise

- Wie kann durch Dialog(-marketing) Vertrauen gefördert werden?
- Stärkere Kundenbindung durch zielgenaue und glaubwürdige Kommunikation
- Vertrauensverlust für die Privatinstiute – Chance für die Sparkassen?
- Print trifft E-Mail trifft persönliches Gespräch – Crossmedia-Beispiele aus der Praxis

Christian Achilles, Leiter Kommunikation und Medien, Deutscher Sparkassen- und Giroverband

14.30 – 15.00

### Zielgruppe Best Ager am Beispiel Eucerin – Ein Kundenkontaktprogramm zwischen Endverbraucher und Fachgeschäft

- Was erwartet der Kunde heute im Hinblick auf Firmen, Produkte, Service und Kommunikation?
- Wie schaffen wir im Dialogmarketing wahrnehmbare Mehrwerte für die Zielgruppe?
- Wie macht man mit direkter Kommunikation Marken erlebbar und Erstkontakte zu Wiederkäufern?

Stephan Seibel, Leiter Dialogmarketing, Beiersdorf AG

15.00 – 15.30

### Cross Communications: Integration von Mail, E-Mail, Mobile und Call – Automobiles Direktmarketing mit B2B- und B2C-Kunden

- Die besten Kunden binden – Dialog im Bestandskunden-Management
- Neue Kunden, neuer Umsatz – Dialog in der Neukunden-Ansprache
- Private, gewerbliche und Business Kunden als Zielgruppe

Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Inhaber des Lehrstuhls Kommunikations- und Medienmanagement, Universität Kassel

15.30 – 15.45 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

15.45 – 16.15 Pause mit Kaffee und Tee

### E-Mail-Marketing, Twitter und Co. – Mehr Effizienz und Kundennähe im digitalen Dialog

16.15 – 16.45

#### Direktmarketing 2.0 im B2B – Wie Microsoft in und mit Communities Dialogmarketing betreibt

- Die „On Demand-Generation“ erreichen und begeistern – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren für B2B Kommunikation
- Wie E-Mail, RSS, Twitter und Widgets den Dialog mit Kunden sicherstellen

Thomas Fickert, Leiter Zielgruppenmarketing, Microsoft Deutschland GmbH

Stefan Wörnle, Senior Strategic Planner, Wunderman

16.45 – 17.15

#### Traumteam Print plus E-Mail

- Doppelt gewinnt: E-Mail als Booster für Print-Kampagnen
- Lead-Generierung und List-Growth – Neukundengewinnung über E-Mail-Newsletter
- Twitter zur Adressgenerierung – Luftblase oder Wunderwaffe?

Dr. Torsten Schwarz, Geschäftsführer, marketing-BÖRSE GmbH und Inhaber, Absolit Consulting

17.15 – 17.45

#### Erfolgsfaktor „Responsiveness“ – Wie (gut) Unternehmen auf digitale Anfragen reagieren

- Websites und E-Mail: Vom Spezialistenmedium zum bevorzugten Kommunikationskanal
- Anfragemanagement heute: Verpasste Chancen für Marketing, Vertrieb und Service
- Kontinuierliche Response-Benchmarks als Basis für dauerhafte Qualitätsverbesserungen: Best Practice MLP

Dr. Christian Bachem, Partner, „companion: Strategie und Coaching

Thorsten Scherer, Abteilungsleiter Vertriebs-/Online Marketing, MLP Finanzdienstleistungen AG

17.45 – 18.15 Diskussion mit Referenten und Teilnehmern und Zusammenfassung des ersten Tages

18.15 Ende des ersten Tages

Im Anschluss sind Sie herzlich zu einem „Get Together“ eingeladen. Dabei haben Sie Gelegenheit, in entspannter Atmosphäre mit Referenten und Fachkollegen zu diskutieren und Ihr Netzwerk zu erweitern.



Michael Koch



Michael Opriesnig



Martin Radjaby-Rasset



Dr. Björn Schäfers



Volker Scheible



Thorsten Scherer



Martin Schierer



Dr. Torsten Schwarz

## Donnerstag, 3. Dezember 2009

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

### The European Perspective – Internationale Strategien und Erfolgskonzepte

9.00 – 9.30

#### Einsatz von Kundendaten im Handel – Best Practice Migros

- Gewinnung und Auswertung von Daten über das Kundenbindungsprogramm M-CUMULUS
- Kundensegmentierung als Teil der CRM-Strategie
- Operationalisierung der Kundendaten im Category Management

Nicole Dietiker, Leiterin Kundenmarketing,  
Migros-Genossenschafts-Bund, Schweiz

★ Gewinner Columbus Award 2007 in der  
Kategorie „Mixed Media, Print und Social“

9.30 – 10.00

#### Team Österreich – Oder wie weckt man die Hilfsbereitschaft von 25.000 Menschen?

- Wie kann ich Bereitschaft zur freiwilligen Mitarbeit im Katastrophenfall kanalisieren?
- Erfolgsfaktoren in der Kommunikation
- Der digitale Weg zum Team Österreich
- Was passiert, wenn nichts passiert?

Michael Opriesnig, Leiter Marketing und Kommunikation,  
Österreichisches Rotes Kreuz

Martin Radjaby-Rasset, Leiter Programmgestaltung,  
Österreichischer Rundfunk - Hitradio Ö3

10.00 – 10.30

#### Go East – Versandhandel in Russland

- Internationalisierung als Wachstumsstrategie für den Versandhandel
- Wachstumsmarkt Osteuropa – Welche spezifischen Faktoren gelten für den Erfolg in Russland?
- Logistische Herausforderung: Katalog- und Päckchenversand in einem Land mit 11 Zeitzonen
- Chancen und Risiken im Mailorderbusiness in Russland

Martin Schierer, CEO, NA DOM (Otto Group), Russland

10.30 – 10.45 Diskussion mit Teilnehmern und Referenten

10.45 – 11.15 Pause mit Kaffee und Tee

### Targeting und Datenmanagement als Schlüsselfaktor zum Direktmarketing-Erfolg

11.15 – 11.45

#### Relevanz und Effizienz: Zielgruppenorientiertes Direktmarketing mit PAYBACK

- Die Herausforderung im (Direkt-) Marketing: Relevanz für den Kunden und Effizienz beim Budgeteinsatz
- Targeting als Grundlage individueller Kundenkommunikation
- Maßgeschneiderte Kommunikation in Mailings, Newslettern und Coupons

Bernhard Brugger, Geschäftsführer, PAYBACK

11.45 – 12.15

#### Bestandsdaten effizienter nutzen – Individuelle Servicequalität auf Grundlage von Kundentypologien!

- Massenkommunikation ist out – Maßgeschneiderte Kommunikation auf Basis einer mikrogeografischen Kundentypologie
- Eigene Daten effizient einsetzen
- Produkte zielgerichtet entwickeln und vermarkten

Siegfried Gänsler, Vorsitzender des Vorstandes, Schwenninger BKK

### Kreative Kommunikation, effizientere Ergebnisse – Best of Dialogmarketing aus D-A-CH

★ Gewinner Schweizer Dialogmarketing  
Preis 2009 Gold

12.15 – 12.45

#### Be different or die! – Kreativität als Erfolgsfaktor im Dialogmarketing

- Raus aus der Mittelmäßigkeit – Rein in die Spitzenklasse
- Einfacher, intelligenter und emotionaler? Was unterscheidet gute Ideen von schlechten?
- Ideen auch für kleine Budgets

René Eugster, Creative Director und Inhaber, Agentur am Flughafen

★ Gewinner BoB Award Gold in der Kategorie  
„Dialogmarketing und Verkaufsförderung“

12.45 – 13.15

#### Mit kreativer Energie zur Revolution. Empfänger statt Absender, ein Weg aus dem Werbeschlamm

- Vom Schlammbirn zum Stammhirn – Relevanz statt Werbeschlacht
- Herausforderung Marke Strom/Energieversorgung: Wie lassen sich Low-Interest-Produkte sexy kommunizieren?
- Innovative Kundenansprache im B2B-Bereich am Beispiel der preisgekrönten Kampagne „Befreien Sie Ihr Stadtwerk“

Matthias Trusheim, ehemaliger Marketingdirektor,  
Südhessische Energie AG (HSE) sowie ENTEGA



Stephan Seibel



Jörg Spreitzer



Matthias Trusheim



Dieter Weng



Alexander Wild



Stefan Wörnle

13.15 – 14.15 Gemeinsames Mittagessen

14.15 – 14.45

★ Special

### Learning from the best – Kreativitätsgipfel der Top-Juroren aus Deutschland, Österreich, Schweiz

- Ausgezeichnetes Dialogmarketing D-A-CH – Die besten Kampagnen aus B2B und B2C

René Eugster, Mitglied der Jury, Schweizer Dialogmarketing Preis und Creative Director und Inhaber, Agentur am Flughafen

Michael Koch, Jury-Vorsitzender, Deutscher Dialogmarketing Preis (DDP) und Geschäftsführer Kreation, OgilvyOne worldwide

Jörg Spreitzer, Jury-Vorsitzender, Columbus Österreichischer Dialog Marketing Preis und CEO, JWT Wien und Prag

### Zusammen stärker in der Krise – Hochkonjunktur für Kooperationen und Empfehlungsmarketing

14.45 – 15.15

### Neukundengewinnung über Empfehlungsmarketing im Internet

- Das Ohr am Markt – Mit Hilfe von Scouts Produktinnovationen kundengerecht gestalten
- Weg von der Zentralisierung des Handels – Hin zum direkten Kundenkontakt on- und offline
- Mitglieder werben neue Mitglieder – Kunden als authentische Multiplikatoren nutzen

Olivier Andrès, Marketingleiter, Kneipp Werke GmbH & Co. KG  
Alexander Wild, Vorstandsvorsitzender, Feierabend AG

15.15 – 15.45

### Erfolgreich kooperieren im Zeitalter von Social Commerce, Communities und Online-Netzwerken

- Der Kundennutzen im Mittelpunkt – Gemeinsam mehr erreichen
- Erfolgsfaktoren einer Partnerschaft: Von der Anbahnung über die Umsetzung bis zur Optimierung
- Technische Voraussetzungen: Über offene Schnittstellen zum Datenaustausch
- Beispiel einer Kooperation zwischen der Produktsuche smatch.com und studiVZ

Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com

15.45 – 16.00 Abschlussdiskussion und Zusammenfassung

16.00 Ende der Jahrestagung

### Zeitraumen des Workshops

- 9.00 Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Workshop-Unterlagen
- 9.30 Beginn des Workshops
- 13.00 Gemeinsames Mittagessen
- 17.30 Ende des Workshops

Am Vor- und Nachmittag wird je eine Kaffeepause flexibel eingeplant.

## Workshoptag: Dienstag, 1. Dezember 2009

Ihre Workshopleiter:

Dr. Martin Bahr, Rechtsanwalt und Gründer, Kanzlei Dr. Bahr  
Joachim Fauth, Leiter Recht, Reader's Digest Deutschland

### Rechtssicher im Direktmarketing Ihr Praxisupdate kompakt an einem Tag

#### Direktmarketing im Fokus von Wettbewerbsrecht und Datenschutz

- Die 30 neuen rechtlichen Todsünden und worauf Sie in Zukunft achten müssen
- Neueste Rechtsprechung bei Telefon- und E-Mail-Werbung
- Einholung von Werbekanal-Opt-Ins in der Praxis
- Gewinnspiele als Mittel zur Beschaffung von Opt-Ins

#### Telefonmarketing nach der Verschärfung – Was Sie im Tagesgeschäft beachten sollten

- Was ist bei dem Verbot der Rufnummer-Unterdrückung zu beachten?
- Einkauf von Adressen mit Werbekanal-Opt-In
- Sammeln und dokumentieren von Einverständniserklärungen

#### Die BDSG-Verschärfung aus Unternehmenssicht – Regeln und Ausnahmen

- Welche Adressen können unter welchen Bedingungen in Zukunft genutzt werden?
- Was ist auch künftig ohne datenschutzrechtliches Opt-In möglich?
- Welche neuen Anforderungen an Datenhaltung, Prozesse und Dienstleister gibt es?
- Wie nutzen Sie die gesetzlichen Ausnahmen?

#### Datenschutzrechtliches Opt-In in der Praxis

- Welche Formvorschriften müssen Sie beachten
- Haltbarkeit von Einverständniserklärungen
- Dokumentationsanforderungen

#### Informationsanforderung und Auftragsdatenverarbeitung

- Datenschutzrechtliche Informationen in der Werbung
- Informationen bei Datenpannen
- Wie Sie Verträge an die neue Gesetzeslage anpassen und ausreichende Überwachung sicherstellen

#### Im Notfall: Bußgeldbestimmungen und Abmahnung

- Welche neuen Bußgeldvorschriften gelten ab 1.9.2009?
- Wie reagiere ich bei einer Abmahnung?

Das Seminar schlägt die Brücke zwischen juristischer Theorie und Direktmarketing-Praxis. Erfahren Sie kompakt an einem Tag, welche Konsequenzen sich konkret für Ihr Unternehmen ergeben und welche Maßnahmen Sie jetzt ergreifen müssen. Bleiben Sie auf der rechtssicheren Seite und vermeiden Sie einen Imageschaden für Ihr Unternehmen.

## Als Aussteller hat bereits zugesagt



Kundengewinnung durch Webcasts

[www.online-congress.com/Leadgeneration](http://www.online-congress.com/Leadgeneration)

Wir realisieren für Sie interaktive Kommunikationslösungen, mit denen Sie räumliche und zeitliche Distanzen überbrücken können – ohne auf die persönliche Kommunikation zu verzichten. Mit unserer Kompetenz betreuen wir Marktführer aus unterschiedlichen Branchen. Unsere videobasierten Internetlösungen steigern unmittelbar Ihren unternehmerischen Erfolg.

**Online-Congress GmbH**, Rosenheimer Straße 145c, 81671 München

Ansprechpartner: Stefan Marshall, Telefon: 0 89.4 59 95 28-0

E-Mail: [s.marshall@online-congress.com](mailto:s.marshall@online-congress.com)

## Logopräsenz



Die **Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH** bietet Ihnen top-aktuelle Adressen, Kommunikationsdaten, Branchenkennungen und betriebliche Kennzahlen der größten 250.000 Unternehmen in Deutschland. Dazu über 900.000 Ansprechpartner der 1. und 2. Führungsebene. Eine eigene Fachredaktion garantiert die Aktualität und Qualität der Informationen. Wir selektieren Ihnen Ihre Wunschzielgruppen für Ihr Direktmarketing oder komplettieren die Daten Ihrer CRM-Systeme.

**Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH**, Havelstraße 9, 64295 Darmstadt

Ansprechpartner: ppa. Marc Hörold, Leiter Marketing und Vertrieb

Telefon: 0 61 51.3 80-5 55, E-Mail: [info@hoppenstedt.de](mailto:info@hoppenstedt.de), [www.hoppenstedt-adressen.de](http://www.hoppenstedt-adressen.de)

### Kooperationspartner:



### Medienpartner:



## Infoline: +49 (0)2 11.96 86-3671

Haben Sie Fragen zu dieser Jahrestagung?  
Wir helfen Ihnen gerne weiter.



**Konzeption und Inhalt**  
**Alexandra Grohmann**  
(Konferenz-Managerin)

E-Mail: [alexandra.grohmann@informa.com](mailto:alexandra.grohmann@informa.com)



**Organisation**  
**Anuschka Osterkamp**  
(Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: [anuschka.osterkamp@informa.com](mailto:anuschka.osterkamp@informa.com)



**Marketing/Kooperationen**  
**Katja Meile**  
(Senior-Marketing-Managerin)

E-Mail: [katja.meile@informa.com](mailto:katja.meile@informa.com)

### Sponsoring und Ausstellungen

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gern:



**Christine Max**  
(Senior-Sales-Managerin)

Telefon: +49 (0)2 11.96 86-37 17

E-Mail: [christine.max@informa.com](mailto:christine.max@informa.com)

[Kenn-Nummer]

## 2. Handelsblatt Jahrestagung

# Direktmarketing 2010.

1. bis 3. Dezember 2009, Dorint An der Messe Köln

**\* Sichern Sie sich den Frühbucherrabatt von € 100,- bei Anmeldung bis zum 18. September 2009.**

### So melden Sie sich an:

**telefonisch** +49 (0)2 11.96 86-36 88 [Anuschka Osterkamp]  
**Zentrale** +49 (0)2 11.96 86-30 00  
**per Telefax** +49 (0)2 11.96 86-40 40  
**E-Mail** anmeldhb@euroforum.com  
**schriftlich** EUROFORUM, Informa Deutschland SE  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

**Termin und Ort** **1. bis 3. Dezember 2009, Köln**  
**Dorint An der Messe Köln**  
Deutz-Mülheimer-Str. 22-24  
50679 Köln, Telefon: +49 (0)2 21.80 19 00

**Wir über uns.** Handelsblatt Veranstaltungen vermitteln Ihnen in hochkarätigen Konferenzen und Seminaren wichtige Wirtschaftsinformationen zu aktuellen Themen. Wir bieten damit Führungskräften aus Wirtschaft und Industrie Foren für Know-how-Transfer und Meinungsaustausch. Mit der Planung und Organisation der Veranstaltungen haben wir EUROFORUM, einen Geschäftsbereich der Informa Deutschland SE, beauftragt.

[www.handelsblatt-direktmarketing.de](http://www.handelsblatt-direktmarketing.de)

**Teilnahmebedingungen.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**Datenschutzinformation.** Das Handelsblatt und EUROFORUM, ein Geschäftsbereich der Informa Deutschland SE, verwenden die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der Informa Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**Zimmerreservierung.** Im Tagungshotel steht ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort Handelsblatt-/EUROFORUM-Konferenz vor.**

**Ihr Tagungshotel.** Moderne Eleganz gepaart mit zeitgenössischer Kunst und rheinischer Herzlichkeit. Einfach perfekt als Start für Ihren Aufenthalt – herzlich willkommen im Dorint An der Messe Köln. Planen Sie Ausstellungen, Produktpräsentationen, Seminare, Workshops oder Bankettveranstaltungen? Unsere 13 variabel kombinierbaren Konferenz- und Veranstaltungsräume auf 1.173 qm bieten Platz für bis zu 550 Personen. Ideale Verkehrsverbindungen machen uns zum erstklassigen Treffpunkt für Geschäfts- und Städtereisende aus aller Welt. Am Abend des ersten Veranstaltungstages lädt das Dorint An der Messe Köln Sie ganz herzlich zu einem Umtrunk ein.

- Ja, ich nehme/wir nehmen teil** (alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. pro Person) [P1200319]
- Jahrestagung:** 2. und 3. Dezember 2009 zum Preis von € 1.999,-\* [M023]  
bzw. € 1.899,- bei Anmeldung bis zum 18. September 2009
- Jahrestagung und Workshop:** 1. bis 3. Dezember 2009 zum Preis von € 2.399,-\* [M013]  
bzw. € 2.299,- bei Anmeldung bis zum 18. September 2009
- Workshop:** 1. Dezember 2009 zum Preis von € 1.199,-\* [M100]  
bzw. € 1.099,- bei Anmeldung bis zum 18. September 2009
- Ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme **das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.**
- Ich kann nicht teilnehmen und bestelle die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. [M700]  
[lieferbar etwa 2 Wochen nach der Veranstaltung]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben. Wir nehmen Ihre **Adressänderung** auch gerne telefonisch auf: +49(0)2 11.96 86-33 33.

Name
Position
Abteilung
E-Mail

Die Informa Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

Zusendung **per E-Mail:**  Ja  Nein **per Fax:**  Ja  Nein

Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Telefax

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort

- bis 20  21-50  51-100  101-250  
 251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

Rechnung an

Name
Abteilung
Anschrift
Datum
Unterschrift