

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 bis 15. Januar 2012
Frühbucherrabatt sichern:
www.conferencegroup.de/direktmarketing12

Es referieren und diskutieren, u.a.:

Dirk Ploss, Bereichsleiter Markenführung und Marketingkommunikation, OTTO | **Carl-Philipp Mauve**, Director Marketing, Ford | **Petra Bissbort**, Dialogmarketing-Spezialistin, HanseMerkur | **Christian Uhrig**, Leiter Marketing, Land Rover Deutschland | **Andreas Müller**, Leiter Kommunikation & Marke, Yello Strom | **Alexander Kornegger**, Leiter Marketing, Müller | **Kerstin Jourdan**, Ressortleiterin Direktwerbung, ING DiBa | **Georg Konjovic**, Director Premium Content, Axel Springer | **Sabine Bernstein**, Pressesprecherin + Associate Director Corporate Communications, Lufthansa AirPlus | **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 | **Martin Reimund**, Geschäftsführer Beratung, Profilwerkstatt | **Frederike Voss**, Director Account Management Europe, AudienceScience | **Dr. Ulrich Wuermeling**, Datenschutz-Experte, Latham & Watkins | **Alexander Wild**, Gründer und Vorstandsvorsitzender, feierabend.de | **Dr. Thorsten Spandl**, Marketingleiter, Küchen & Co. | **Heike Lindner**, Country Manager, Mediaplex | **Heiko Kasper**, Director of Business Development, Mobile Space (sponsormob) | **Univ.-Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff**, DMCC Dialog Marketing Competence Center, Universität Kassel | **Gaby Schmidt**, Leiterin Direktmarketing, Payback | **dm-drogerie markt** (in Abstimmung) | **Bernhard Falch**, Head of Online Marketing, AutoScout24 | **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

Silber-Partner:



Partner:



Mit freundlicher Unterstützung von:



Medienpartner:



Eine Veranstaltung von:



Vorsitz und Moderation:

Univ.-Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, DMCC Dialog Marketing Competence Center, Lehrstuhl Kommunikations- und Medien-Management, Universität Kassel

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

Univ.-Prof. Dr. H. Dieter Dahlhoff, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, DMCC Dialog Marketing Competence Center, Lehrstuhl Kommunikations- und Medien-Management, Universität Kassel

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
- Das Beispiel dm: Stetige Optimierung und passgenaue Kundenansprache

Gaby Schmidt, Leiterin Direktmarketing, Payback GmbH

NN, dm-drogerie markt GmbH + Co. KG (in Abstimmung)

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 HanseMercur/

DAK-Gesundheit effizient umgesetzt wird

Petra Bissbort, Dialogmarketing-Spezialistin/Abteilung Kooperationen (K), HanseMercur 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. E-Mail vs. eBrief: Welcher Kanal ist erfolgreicher?
- Mischt das Online-Marketing die Märkte auf?
- Wie sieht die Zukunft der „Adresse“ im digitalen Zeitalter aus?

NN (in Abstimmung)

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 – Ein Best Case von AutoScout24

Heike Lindner, Country Manager, Mediaplex DACH

Bernhard Falch, Head of Online Marketing, AutoScout24 GmbH

17.05 – 17.30 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

17.30 – 17.55 Praxisbeispiel

Direktmarketing goes iPad

- Neue Strategien und Kanäle im Direktmarketing am Beispiel Lufthansa AirPlus Servicekarten
- Content neu denken: Wie digitale Inhalte das Nutzerverhalten ändern und komprimierte Mehrwerte zu Touchpoints der Kunden werden

Martin Reimund, Geschäftsführer Beratung, Profilwerkstatt GmbH

Sabine Bernstein, Pressesprecherin + Associate Director Corporate Communications, Lufthansa AirPlus Servicekarten GmbH

17.55 – 18.20

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 Dalmy



Markus Eberhard



Alexander Ewig



Marcella Gäb



Tim Gentry



Christian Hoffmeister



Kerstin Jourdan



Heiko Kasper



Georg Konjovic



Alexander Kornegger

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 von Mediascale diskutiert gemeinsam mit den Referenten der Targeting-Session

12.45 – 13.45 Kommunikations- und Mittagspause

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

13.45 – 14.10 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 wie z.B. Hamburg Energie, VELUX und die Deutsche Post?

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

+ Referenzkunde (in Abstimmung)

14.10 – 14.35 Praxisbeispiel

Web goes local – Mobiler Traffic für den stationären Handel

Alexander Kornegger, Leiter Marketing, Müller Ltd. & Co. KG

14.35 – 15.00 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

15.00 – 15.25 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

15.25 – 15.50 Praxisbeispiel

Sprechen Sie Mobile! Neue Wege im Direktmarketing

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

+ Referenzkunde (in Abstimmung)

15.50 – 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. 16.15 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

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

Weitere Informationen:



Heike Lindner



Carl-Philipp Mauve



Martin Nitsche



Stephan Noller



Dirk Ploss



Martin Reimund



Gaby Schmidt



Jürgen Seitz



Dr. Torsten Spandl



Christian Uhrig



Stephan Vincent Nölke



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.trebbau.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



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

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



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 werbungtreibenden Unternehmen gleichermaßen.
www.ddv.de

E-Mail-Partner:



Sonderaktion für „Schnellentscheider“:
Wenn Ihre Anmeldung bis zum **15. Januar 2012** bei uns eingeht, erhalten Sie einen **Frühbucherrabatt** in Höhe von bis zu **300,- Euro** auf die Kongressgebühr!



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.

Bei Anmeldungen bis zum 15. Januar 2012 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von 200,- Euro. 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.