

Europas führender Branchentreff für Versandhandel, Dialogmarketing und E-Commerce!

Deutscher Versandhandels- Kongress

30. September / 1./2. Oktober 2008 Rhein-Main-Hallen und Kurhaus Wiesbaden

Höhepunkt des Kongresses:
Gala-Event „Versender des
Jahres 2008“

30. September 2008 –
Kurhaus Wiesbaden
+ Verleihung des Lifetime-
Awards



Preisträger:
Thomas Busch,
Geschäftsführender Gesellschafter, WALBUSCH Walter Busch GmbH & Co. KG



Laudator:
Carel Halff,
Vorsitzender der Geschäftsführung, Verlagsgruppe Weltbild GmbH



Versandhandel heute und morgen – multioptionale Wege zum Kunden

Weitere Top-Praxisreferenten und -diskutanten u.a.:



**Keynote
Speaker National:**
Martin Lenz, Vorsitzender der
Geschäftsführung, neckermann.de
GmbH



**International
Keynote Speaker:**
Kaan Dönmez, General
Manager and Co-founder,
hepsiburada.com/Türkei



Vincent Terradot,
International Development
Director, RAJA/Frankreich



Dr. Andreas Weigend,
Internet-Guru

- Roland Allgeyer, Geschäftsführer, Peter Hahn GmbH
- Christiane Arnscheidt, Leitung Marketing, Quelle Linz AG
- Udo Bergmann, Manager Website Conversion/CRM, Gourmondo GmbH
- Oliver Beste, Gründer und Gesellschafter, myToys.de GmbH & Geschäftsführender Gesellschafter, Deal United GmbH
- Daniel Boldin, Vorsitzender der Geschäftsführung, myby GmbH & Co. KG
- Jesko Breuer, Managing Director, MEXX Direct, Mexx Europe B.V./NL
- Harald Ernst, Geschäftsführer, BuyVIP S.L. Germany
- Prof. Dr. Günter Faltn, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter, Projektwerkstatt GmbH (Teekampagne) und Professor, Leiter des Arbeitsbereichs Entrepreneurship, Freie Universität Berlin
- Adrian Göldner, Geschäftsführer, BATANIA
- Franz Hermanns, Geschäftsführer, 3 Pagen Versand- und Handelsgesellschaft mbH
- Andreas Karafotias, Web Direktor XXXLutz Gruppe, LN Möbelhandels GmbH/A
- Olaf Kliem, Geschäftsführer, Der Schmuckkanal Deutschland GmbH
- René Marius Köhler, Geschäftsführer, internetstores GmbH (www.fahrrad.de, www.fitness.de)
- Dirk Lauber, Bereichsleiter E-Commerce, BAUR Versand (GmbH & Co KG) „A member of the otto group“
- Roman Matthesius, Geschäftsführer, Metamorph GmbH (maskworld.com)
- Silvia Meyer, Bereichsleiterin Vertrieb/eCommerce, APART International GmbH
- Christian Möhring, Leiter eShop Leonardo, LEONARDO – glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG
- Simon-Peter Nötzel, Geschäftsführer, JULIE & GRACE
- Martin Peters, Marketing & Eventmanagement, Seventyseven Mailorder
- Stefan Rütli, Geschäftsführer, Prestige Vertriebs GmbH/CH
- Jürgen Schäfer, Vorstand, Bechtle AG
- Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com (otto group)
- Frank Scharmanský, Leiter EP:Netshop, EP:Netshop GmbH
- Dr. Axel Steuernagel, Leiter Mittel- und Osteuropa, Quelle GmbH
- Dr. Joachim Stoll, Geschäftsführer, Leder Stoll OHG und Koffer24 GmbH
- Roy Vieregge, Geschäftsführung, OTTO Office GmbH & Co KG
- Alexander Zezula, Leiter E-Business, Blue Tomato Snowboardshop Snowboard Dachstein Tauern GmbH

+ Europas führende Fachmesse für Versandhandel, Dialogmarketing und E-Commerce!

Mail Order World

Die führende Fachmesse für den Versandhandel in Europa!

Die Premium Partner:

Deutsche Post

Die Top-Sponsoren:

arvato infoscere

Erfolg durch Information

Wir schaffen Vertrauen

www.versandhandelskongress.de

Herzlich Willkommen zum Deutschen Versandhandelskongress 2008

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

wir laden Sie heute schon recht herzlich zum **12. Deutschen Versandhandelskongress 2008** ein.

Auf diesem größten Event der Branche für Versandhandel, Dialogmarketing und E-Commerce in Europa treffen sich alljährlich die Top-Unternehmer, Top-Manager und Führungskräfte des Versandhandels, um über die zentralen Trends und Entwicklungen der Branche zu diskutieren, neue Strategien und Konzepte für den Versandhandel zu präsentieren sowie Visionen und Perspektiven für die Zukunft des Versandhandels aufzuzeigen. In diesem Jahr steht der Kongress unter dem Motto:

Versandhandel heute und morgen - multioptionale Wege zum Kunden

Viele Versender haben mittlerweile die ersten Schritte mit Web 2.0-Elementen gewagt. Heute zählen Produktbewertungen für viele zur Pflicht. Damit verändert sich das Geschäftsmodell der Versandhändler: Weg von einer Impuls-orientierten, hin zu einer interaktions-getriebenen Marketing-Praxis. Die Versandhandelsbranche entwickelt sich mit großer Dynamik, Motor dabei ist eindeutig der Online-Handel.

Im Rahmen der **glanzvollen Eröffnung** des Deutschen Versandhandelskongresses am **30. September** im **Kurhaus Wiesbaden** werden unter **Moderation von Susanne Kronzucker** die Auszeichnungen **Young Business Award** und **Versender des Jahres** verliehen. Einen besonderen Höhepunkt stellt die Verleihung des **Lifetime-Awards** in diesem Jahr dar. Thomas Busch, Geschäftsführender Gesellschafter von Walbusch, wird diese Auszeichnung für sein Lebenswerk persönlich in Empfang nehmen.

Die Preisverleihung **Katalog** und **Onlineshop des Jahres** am **1. Oktober** stellt einen weiteren Höhepunkt des Kongresses dar.

Mehr als 1.200 Kongressteilnehmer, 370 Aussteller und über 4.700 Messebesucher haben im vergangenen Jahr den Deutschen Versandhandelskongress und die Mail Order World zum Magneten unserer pulsierenden Branche gemacht. Wenn Sie in diesem Jahr nur eine Veranstaltung besuchen wollen – hier ist Ihre beste Wahl!

Wir freuen uns darauf, Sie vom 30. September bis 2. Oktober persönlich auf dem Deutschen Versandhandelskongress begrüßen zu dürfen.



bvh
Katalog · Online · TV
Rolf Schäfer
Präsident



V&H
Martin Groß-Albenhausen
Chefredakteur



Journalist
Stefan Schneider
Geschäftsführer

Gala-Event

„Versender des Jahres 2008“
30. September 2008 – Kurhaus Wiesbaden



Moderation:
Susanne Kronzucker

Erleben Sie die glanzvolle **Eröffnung des Deutschen Versandhandelskongresses** am **30. September 2008** im **Kurhaus Wiesbaden**. Erstmals unter Moderation von Susanne Kronzucker, der kompetenten, sachlich-charmanten Nachrichtenmoderatorin bei RTL, die seit 2008 ML Mona Lisa moderiert, werden wieder die begehrten Versandhandelspreise verliehen.

Tauchen auch Sie mit Ihren Kollegen und Partnern ein in Ihre Welt – die Welt des Versandhandels! In einem feierlichen Rahmen wird der **Young Business Award für das erfolgreichste Nachwuchsunternehmen** im Versandhandel ausgezeichnet. Höhepunkt wird die Prämierung **Versender des Jahres** sein. Der Preis steht für herausragende unternehmerische Leistungen, die ein Benchmark

für die gesamte Branche sind und ihr neue Impulse für den Erfolg von morgen verleihen. Bisherige Preisträger sind: Witt Weiden (2001), WALBUSCH (2002), Pro Idee (2003), Tchibo direct (2004), QVC Deutschland (2005), Globetrotter (2006), Conrad Electronic (2007).

Ein weiteres ganz besonderes Highlight erwartet Sie in 2008: die **Verleihung des „Lifetime Awards“** – für ein Lebenswerk im Versandhandel – an Thomas Busch, Geschäftsführender Gesellschafter von WALBUSCH Walter Busch. Dem Sohn des Firmengründers Walter Busch gelang es, Walbusch als erste Adresse für bequeme Herren-Mode zu positionieren. Mit Beharrlichkeit und unternehmerischem Weitblick setzte er seine Ideen um – stets das Ziel vor Augen, seinen Kunden Bekleidung anzubieten, die sich deutlich von der Massenproduktion abhebt und effiziente Problemlösungen beinhaltet. Wir freuen uns ganz besonders, diese herausragende Persönlichkeit beim diesjährigen Deutschen Versandhandelskongress begrüßen zu dürfen.

Die Nominierung und Auswahl der Preisträger erfolgt durch eine Jury namhafter Versandhandelsexperten. The winner is ... Lassen Sie sich überraschen!

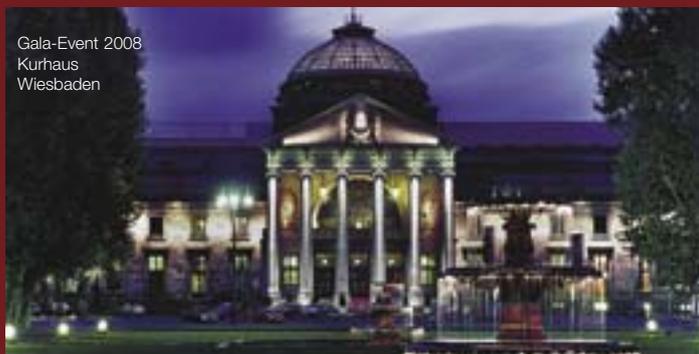
Mit freundlicher Unterstützung von



Ablauf Gala-Event „Versender des Jahres 2008“

- 18.30 Uhr Begrüßungs-Cocktail
- 19.30 Uhr Offizielle Eröffnung des Deutschen Versandhandelskongresses und Ehrung der Preisträger:
- Young Business Award
 - Versender des Jahres 2008
 - Lifetime-Award
- ca. 22.00 Uhr Nacht der Preisträger im Wintergarten des Kurhauses
- Dem Anlass entsprechend – festliche Abendgarderobe!

Gala-Event 2008
Kurhaus
Wiesbaden





Der Kongress- und Messebeirat:



Eva-Maria Roer
Geschäftsführerin
DT&SHOP GmbH



Rolf Schäfer
Präsident, bvh und
Vorstandsvorsitzender
Schwab-Versandgruppe
(a member of the Otto
group)



Dieter Junghans
Geschäftsführender
Gesellschafter
Pro Idee GmbH & Co. KG



Dr. Bert Hentschel
Geschäftsführer
WALBUSCH, Walter Busch
GmbH & Co. KG



Hartwig Köster
Pressel Versand GmbH



Tilo Degenhardt
Geschäftsführender
Gesellschafter
Lofty Zweitfriseur GmbH



Patrick Palombo
Handels- und
eCommerce-Consulting



Martin Groß-Albenhausen
Chefredakteur
Der Versandhausberater



Stefan Schneider
Geschäftsführer
B+P Management
Forum GmbH

Das Programm des Deutschen Versandhandelskongresses 2008 im Detail

2 parallele Pre Conference Workshops

Dorint Pallas Hotel Wiesbaden (schräg ggü. den Rhein-Main-Hallen) / 30. September 2008 / 11.00 – 16.00/16.30 Uhr

Workshop I: Einsteiger-Workshop

11.00 – 12.00 Neukunden-Akquisition im Versandhandel – 10 goldene Regeln!

- Die "richtigen" Neukunden gewinnen: Weniger ist manchmal mehr!
- OPTimal akquirieren: O nline, P rint, T elefon.
- The day after: Neukunden gezielt auf- und ausbauen!



Robert Möstl, Inhaber, Unternehmensberatung Robert Möstl Consulting und seit nunmehr 20 Jahren im und für den Versandhandel aktiv. Seit März 2008 leitet Robert Möstl das von ihm gegründete IVHI Institut für Versandhandels-Innovationen – einer neuartigen Plattform für Versender und deren Dienstleister – mit dem Ziel, den Distanzhandel in Deutschland durch Neuerungen nachhaltig attraktiver zu machen.

12.00 – 13.00 Kataloggestaltung – Grundlagen, Probleme und Chancen!

- Verkaufswirksame Kataloggestaltung zwischen Theorie und Praxis
- Flächenproduktivität und Dramaturgie
- Channelshift - Herausforderung und Chance

Gisbert Schmieder, Leiter Werbung, Quelle GmbH



13.00 – 14.00 Kommunikations- und Lunchpause

14.00 – 15.00 Die Benutzerfreundlichkeit - Erfolgsfaktor eines Online-Shops

Ein Online-Shop sollte nicht nur gut aussehen, sondern auch effektiv, effizient und zufrieden stellend benutzt werden können.

Aber wie erreicht man, dass sich ein Kunde in einem Online-Shop intuitiv zurechtfinden kann ohne dass er dabei viel nachdenken muss? Wie gestaltet man einen Online-Shop übersichtlich? Wann ist er einfach zu handhaben? Und wie leite ich die Nutzer optimal durch den Bestellprozess? Der folgende Vortrag soll Antworten auf diese Fragen geben.



Benjamin Loos, Geschäftsführer und Gründer, sologics oHG
Der heute 30-jährige kann in seiner Funktion als Geschäftsführer von sologics auf die erfolgreiche Betreuung zahlreicher EBusiness Projekte verschiedenster Größenordnung, vom Startup bis zum börsennotierten Großunternehmen, in den vergangenen 10 Jahren zurückblicken.

15.00 – 16.30 Fulfillment: Backoffice und Logistik Service im Zeitalter von eCommerce und Internet

Geschwindigkeit und Qualität ist heutzutage das oberste Gebot in allen operativen Prozessen. Kataloge und Anstoßketten werden immer kürzer getaktet. Der Konsument erwartet nicht nur permanent die neuesten, aktuellsten und preisgünstigsten Angebote, sondern möchte auch keinesfalls



Wartezeiten bei Bestellung und Belieferung geschweige denn bei Reklamationen in Kauf nehmen. Der Mix aus Print-, Email- und Webanstoßen erfordert auch im Fulfillment immer kürzere Bearbeitungs- und Verarbeitungszeiten. Dies hat gravierende Auswirkungen auf die Organisationen, die Geschäftsprozesse, die technische Infrastruktur und IT in diesen Bereichen. Lernen Sie die Herausforderungen und die goldenen Regeln für das Fulfillment kennen.

Jörg Bernhard, Inhaber, Bernhard Unternehmensberatung

Workshop II: Marketing im Web 2.0

11.00 – 16.00 Marketing im Web 2.0

- Who talks to whom? From dialog marketing to conversational marketing
- Who is in control? From e-business to customer centric me-business
- Who manages whom? From CRM (customer relationship management) to VRM (vendor relationship management)
- What are the new metrics? Engagement metrics and social metrics (customer network value as part of customer lifetime value)
- Who pays whom? Designing incentives for customer participation and interaction



Dr. Andreas Weigend is passionate about people and data. Until 2004, he was the chief scientist of Amazon.com where he helped create a customer-centric, measurement-focused culture and focused on understanding customer behavior. Andreas now works as an independent consultant with exciting firms including Alibaba, Lufthansa, MySpace, and Nokia. He helps them leverage the principles of the new consumer data revolution for innovating products and business models. He also serves on boards and advisory boards of startups, and is a limited partner at Founders Fund, a San Francisco-based venture capital firm. In his spare time, Andreas shares his insights in speaking engagements and in his regular courses at Stanford (Data Mining and Electronic Business), UC Berkeley/Haas (Marketing in Web 2.0), and Tsinghua/INSEAD (The Digital Networked Economy). He lives in San Francisco, Shanghai, and on weigend.com.



1. Oktober 2008

Vorsitzender:
Martin Groß-Albenhausen,
 Chefredakteur,
 Der Versandhausberater,
 FID Verlag GmbH



9.30 – 9.40

Rolf Schäfer,
 Präsident, bvH
Martin Groß-Albenhausen,
 Chefredakteur



Begrüßung der Teilnehmer durch **Rolf Schäfer**,
 Präsident, bvH - Bundesverband des Deutschen
 Versandhandels e.V. und Vorsitzender des
 Vorstandes, Schwab Versand GmbH und
Martin Groß-Albenhausen, Chefredakteur,
 Der Versandhausberater, FID Verlag GmbH

9.40 – 10.10

Dr. Andreas Weigend,
 Internet-Guru, er lehrt an
 der Universität Stanford
 und in China und berät
 innovative Unternehmen



Keynote-Präsentation:
The voice of the customer –
Kundenkommunikation als die
neue Herausforderung

10.10 – 10.35

Uwe Brinks,
 Vorsitzender des
 Bereichsvorstandes
 DHL Paket Deutschland



Keynote-Präsentation:
Versandhandel:
Chancen und Herausforderungen aus Sicht
eines Paketdienstleisters

10.35 – 11.00

Martin Lenz,
 Vorsitzender der
 Geschäftsführung,
 neckermann.de GmbH



Keynote-Präsentation

11.00 – 11.50

Kommunikations- und Kaffeepause und
Eröffnung der Mail Order World 2008

International Mail Order Forum 2008: Tour d'Horizon durch die internationale Versandhandelslandschaft!

11.50 – 12.10

Kaan Dönmez,
 General Manager and
 Co-founder,
 hepsiburada.com/Türkei



Internationale Keynote-Präsentation:
The Emerging E-Commerce Market in
Turkey
 (Vortrag in englischer Sprache!)

12.10 – 12.30

Vincent Terradot,
 International Development
 Director, RAJA/Frankreich



Internationale Keynote-Präsentation:
The success story and development
of Raja Group
 (Vortrag in englischer Sprache!)

12.30 – 12.50

Peter Cobb,
 Co-founder, SVP Marketing,
 ebags.com (angefragt)



Internationale Keynote-Präsentation:
Establishing an e-Commerce Structure
that can support your Global and local
e-Retailing initiatives
 (Vortrag in englischer Sprache!)

12.50 – 14.15

Kommunikations- und Lunchpause und
Besuch der Mail Order World 2008



14.15 – 16.00 Zwei parallele Super-Sessions

Super-Session I:

B2B – Business-to-Business

Vorsitz:
Martin-Groß-Albenhausen,
 Chefredakteur,
 Der Versandhausberater,
 FID Verlag GmbH

14.15 – 14.40

Doctrin - Thesen zum Zielgruppen-
marketing am Beispiel der DocCheck
Community

Dr. Frank Antwerpes, Geschäftsführer,
 DocCheck Medical Services GmbH

14.40 – 15.05

Multichannel-Resteverwertung:
11 verschiedene Wege für Ihre
Resteverwertung.

Was müssen Sie dabei beachten, wie
 aufwendig und wie erfolgreich sind sie?

Adrian Göldner, Geschäftsführer,
 BATANIA, ein Spezialversandhandel für
 Partyservice, Metzgerei, Hotellerie und
 Gastronomie

15.05 – 15.35

Veränderungen im PBS-Versandhandel –
die Perspektive von Otto Office

Roy Vieregge, Geschäftsführung, OTTO
 Office GmbH & Co KG

15.35 – 16.00

Bechtle direct: Die Symbiose von
Katalog, e-commerce und account-
management.

Jürgen Schäfer, Vorstand, Bechtle AG

Super-Session II:

B2C – Business-to-Consumer

Vorsitz:
Tilo Degenhardt,
 Geschäftsführender
 Gesellschafter,
 Lofty Zweitfrisuren GmbH

14.15 – 14.35

Ein gutes Jahrzehnt E-Commerce:
Zwischen Anspruch und Realität.
Die zentralen Erfolgsfaktoren für
den Onlinehandel.

Roland Fesenmayr,
 Vorstandsvorsitzender, OXID eSales AG

14.35 – 14.55

Sind die Responderaten noch zu
retten? – Eine kritische Bestands-
aufnahme der Akquisitions- und
Aktivierungshebel

Franz Hermanns, Geschäftsführer,
 3 Pagen Versand- und Handelsgesellschaft
 mbH

14.55 – 15.15

Wachstumsstrategien für Online-
Händler – wie man auch im 5. Jahr
noch um 70% wächst

René Marius Köhler, Geschäftsführer,
 internetstores GmbH (www.fahrrad.de,
 www.fitness.de)

15.15 – 15.35

Erfolg im Internetmarketing für den
Versandhandel durch intelligente
Kooperationen am Beispiel von
myToys.de und Dealunited.com

Oliver Beste, Gründer und Gesellschafter
 myToys.de GmbH, Geschäftsführender
 Gesellschafter Deal United GmbH

15.35 – 16.00

Social Commerce verändert den
(Internet-)Handel – das Beispiel
smatch.com

Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer,
 smatch.com (otto group)

16.00 – 16.40

Kommunikations- und Kaffeepause und
Besuch der Mail Order World 2008

16.40 – 17.05

Tony Hsieh,
 CEO, Zappos.com
 (angefragt)



Internationale Keynote-Präsentation:
How Zappos Grew So Big So Fast: 10 Lessons
learned in E-Commerce
 (Vortrag in englischer Sprache!)

17.05 – 17.30

Dr. Thomas Schwetje,
 Principal,
 BBDO Consulting
 GmbH



Abschluss-Präsentation
Der Versandhandel:
Marke und Markenwahrnehmung
 Bedeutung für Kataloggeschäft und Onlineshop
Dr. Thomas Schwetje, Principal, BBDO Consulting
 GmbH

17.30 – 18.00

Award-Cocktail
 mit freundlicher
 Unterstützung von



18.00 – 19.15

Preisverleihung „Katalog des Jahres + Onlineshop des Jahres 2008“

Auf diesem mit Abstand wichtigsten Wettbewerb des Versandhandels werden bereits zum 9. Mal die Preise „Katalog des Jahres“ und „Onlineshop des Jahres“ verliehen – jeweils in den Kategorien Business-to-Consumer und Business-to-Business.



Seit das Internet zum Leitmedium wird, stellt sich die Frage nach Aufgabe und Methodik des Katalogmarketings neu. Den Big Books wird – zu früh? – ein rascher Tod prognostiziert, den Spezialekatalogen – voreilig? – die Mutation zum „Webalog“ angeraten. Tatsache ist, das Katalogmarketer gerade erst beginnen die Grenzen des „New Cataloging“ abzustecken.

Melden Sie sich am besten noch heute an für die Teilnahme an **DEM** renommierten Wettbewerb um die Preise „Katalog und Onlineshop des Jahres“. Nähere Informationen sowie die Teilnahmeunterlagen liegen unter www.katalog-des-jahres.de zum Download bereit. Order fordern Sie Ihre persönlichen Unterlagen noch heute per Fax: 0228/354472 oder per E-Mail: gro@vnr.de an. Das Startgeld beträgt für jede Kategorie, in der ein Katalog antritt, € 200,- zzgl. MwSt. Einsendeschluss: 30. Juni 2008.



Preisträger „Katalog und Onlineshop des Jahres 2007“

Die Jury: Katalog des Jahres



Uwe H. Drescher
Anerkannter Experte für Direkt- und Katalogmarketing



Andrea Ringholz
Director Marketing Communication, HLZ Logistic GmbH & Co. KG



Bettina Peetz
Vertriebsleiterin, Jako-o GmbH



Gisbert Schmieder
Leitung Werbung, QUELLE GmbH



Marco Schubert
Kreativ Direktor Katalogwerbung, OTTO GmbH & Co. KG



Karl-Heinz Langner
Branchenspezialist

Die Jury: Onlineshop des Jahres



Patrick Palombo
Beirat des "Versandhausberaters" für eCommerce und Neue Medien



Ossi Urchs
Internet-Guru der ersten Stunde



Joachim Graf
Hightext-Verlag, ibusiness.de



Stefan Mues
Geschäftsleitung New Media, Verlagsgruppe Weltbild GmbH



Jens Kreklau
Leiter Marketing, Globetrotter Ausrüstung Denart & Lechart GmbH



René Otto
Geschäftsführer, Rock 'N' Shop

Die Preisverleihung „Katalog + Onlineshop des Jahres 2008“ und die Mail Order Party werden unterstützt von der

Stargast:
Mika Häkkinen



ab 19.15

Mail Order Party

Rhein-Main-Hallen Wiesbaden / am 1. Oktober 2008 / ab 19.15

Die Mail Order Party findet im Anschluss an die Preisverleihung „Katalog des Jahres“ und „Onlineshop des Jahres“ in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden statt. Genießen Sie einen unterhaltsamen zünftigen Abend mit Buffet, Musik und den Katalog-Preisträgern. Nutzen Sie die Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre Ihre Versandhandels-Kollegen, Partner und Dienstleister zu treffen und Ihr Netzwerk wertvoller Kontakte zu pflegen und auszubauen. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend in stimmungsvollem Ambiente.

Tickets für Nicht-Kongressteilnehmer: € 70,-
(inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer)



2. Oktober 2008

Detailtechniken und -strategien zur Optimierung Ihrer Wertschöpfungskette!

9.00 - 10.30 5 parallele Fachkonferenzen

FACHKONFERENZ 1: RETAIL GOES MAIL ORDER	FACHKONFERENZ 2: WAS BLEIBT VOM KATALOG?	FACHKONFERENZ 3: PAYMENT	FACHKONFERENZ 4: INTERNETMARKETING	FACHKONFERENZ 5: LOGISTIK & FULFILLMENT
<p>Vorsitz: Patrick Palombo, Handels- & eCommerce-Consulting</p>	<p>Vorsitz: Martin Groß-Albenhausen, Chefredakteur, Der Versandhausberater</p>	<p>Vorsitz: Dr. Ernst Stahl, Research Director & Leiter Competence Center E-Business, ibi research an der Universität Regensburg</p>	<p>Vorsitz: Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing Sinn von Graeve GmbH</p>	<p>Vorsitz: Dominik Bühring, Mitglied der Geschäftsleitung, MIEBACH CONSULTING GMBH</p>
<p>9.00 – 9.20 Multi-Channel Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Trends im Online-Handel: wie gut sind deutsche Versandhändler aufgestellt? • Herausforderungen im Management von Mehrkanalsystemen: was macht Versandhändler erfolgreich? <p>Dr. Stephanie Rumpff, Business Development Manager, Competence Centers Retail & Consumer, PricewaterhouseCoopers AG WPG</p>	<p>9.00 – 9.20 Was bleibt vom Katalog – ein Medium stirbt mit seinen Zielgruppen?</p> <p>Sven-Ole Binder, Managing Director, Rapp Collins GmbH</p>	<p>9.00 – 9.15 I-Payment – The next generation</p> <p>Andrea Anderheggen, Vorstand, Payment Network AG</p>	<p>9.00 – 9.25 Life-Cycle-E-Mail-Marketing anhand eines international tätigen Investitionsgüterherstellers.</p> <p>Uwe Michael Sinn und Nikolaus von Graeve, Geschäftsführer, rabbit eMarketing Sinn von Graeve GmbH</p>	<p>9.00 – 9.20 Internationales E-Fulfillment: Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Brands im E-Commerce</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgsfaktor Kundenkontaktmanagement • Internationale Distributions- und Retourenkonzepte • Lösungen für den internationalen Zahlungsverkehr <p>Oliver Lucas, Geschäftsführer, Dohmen Solutions GmbH & Co. KG</p>
<p>9.20 – 9.40 10 Jahre Online-Handel bei Leder-Stoll, Frankfurt</p> <p>Anfänge – Auswirkungen – Ausblicke</p> <p>Dr. Joachim Stoll, Geschäftsführer, Leder Stoll OHG und Koffer24 GmbH</p>	<p>9.20 – 9.40 Der Katalog ist tot – es lebe der Katalog! Ergebnisse der aktuellen bvH-Umfrage zur Zukunft des Katalogs!</p> <p>Peter Sonneck, Senior Consultant, TNS-Infratest GmbH (Consumer & Retail)</p>	<p>9.15 – 9.40 Die Relevanz des Payment-Systems für den Online-Umsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das optimale Shopping-Umfeld für den Kunden • Studie: Bezahlfverfahren ist mitverantwortlich für Shop-Umsätze • Vergleich der Zahlungsmittel im E-Commerce • Expresskauf-Abwicklung von PayPal: Wer die Nutzung vereinfacht, senkt die Abbrecherquote <p>Arnulf Keese, Leiter Geschäftskunden-Bereich, PayPal Deutschland GmbH</p>	<p>9.25 – 9.45 Emotionales Suchmaschinenmarketing</p> <p>Silvia Meyer, Bereichsleiterin Vertrieb/eCommerce, APART International GmbH</p>	<p>9.20 – 9.45 Paketdienstleistung als Differenzierungsmotor im eCommerce</p> <p>Dr. Andrej Busch, Mitglied des Bereichsvorstandes DHL Paket Deutschland</p>
<p>9.40 – 10.00 Multichannel 2.0</p> <p>Frank Scharmannsky, Leiter EP:Netshop, EP:Netshop GmbH</p>	<p>9.40 – 10.05 Die 5 Mythen des Katalogs</p> <p>Michael Bach, Vertriebsdirektor, Geschäftsbereich Vertrieb BRIEF ZKAM, Deutsche Post AG</p>	<p>9.40 – 10.05 Pago Retail Report</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kauf und Zahlverhalten im Online-Handel - Exklusives Summary • Spinn Off des renommierten Pago Report zum gesamten E-Commerce mit Fokus auf den Bereich Retail • Ergebnisse, die auf der Auswertung echter Kaufvorgänge beruht • Untersuchung hinsichtlich Kaufverhalten/Zahlverhalten und Zahlungsausfallrisiko <p>Tobias F. Hauptvogel, Principal Marketing & Corporate Communications, Pago eTransaction Services GmbH</p>	<p>9.45 – 10.10 Suchmaschinenoptimierung für Online-Shops. Die besten und die schlechtesten Strategien für Shopbetreiber</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sehen Sie, was andere gut und schlecht machen • Erfahren Sie, wie Sie auch Ihren Shop verbessern können, um mehr Traffic von Google zu bekommen <p>Thomas Promny, Geschäftsführer Marketing, Gimahot GmbH</p>	<p>9.45 – 10.10 Detaillierung im Outsourcing Prozess – Strategie und Flexibilität</p> <p>Olaf Berger, Vice President Northern Europe, FMCG & Retail, ProLogis Germany Management GmbH</p> <p>Peter Bimmermann, Key Account Manager, Vanderlande Industries GmbH</p>
<p>10.00 – 10.20 Wie man Multichannel-Strategien für den Einzelhandel erfolgreich umsetzen kann!</p> <p>Andreas Karafotias, Web Direktor XXXLutz Gruppe, LN Möbelhandels GmbH/A (zuvor: Werbeleiter und Projekt Manager Rossmann Online; E-Commerce Manager Esprit; Homeshopping Manager Ikea)</p>	<p>10.05 – 10.30 Versandhandel ist out, Mailorder lebt: warum Seventyseven Kataloge und Plattformen wie youtube.com usw. nutzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppengerechte Werbung durch Kataloge, Youtube.com, Myvideo.com usw. • Aufbau eines zu 99 % unserem Genre zugehörigem Kundestammes <p>Martin Peters, Marketing & Eventmanagement, Seventyseven Mailorder</p>	<p>10.05 – 10.30 Sichere und garantierte Zahlung im Distanzhandel!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Bezahlen – sicheres Kassieren • Zahlungssteuerung als integrierte Payment-Dienstleistung • Verarbeitung nationaler und internationaler Zahlarten • Betrachtung des Gesamt-Prozesses <p>Michael Weinreich, Geschäftsführer, KG EOS Holding GmbH & Co</p>	<p>10.10 – 10.30 Individuelles Shoppingerlebnis durch fortschrittliche Personalisierungs-Ansätze im Internet</p> <p>Markus Schilling, Teamleader eCRM-Systems, neckermann.de GmbH</p>	<p>10.10 – 10.30 Multi-Channel und Long Tail: wie wirken Trends im Handel auf die Back-Office-Prozesse?</p> <p>Dieter Urbanke, Vorsitzender der Geschäftsführung, Hermes Warehousing Solutions GmbH</p>
<p>10.20 – 10.30 Abschließende Diskussion mit den Referenten der Fachkonferenz</p>				

10.30 – 11.00

Kommunikations- und Kaffeepause und **Besuch der Mail Order World 2008**



2. Oktober 2008

Detailtechniken und -strategien zur Optimierung Ihrer Wertschöpfungskette!

11.00 – 12.40 5 parallele Fachkonferenzen

FACHKONFERENZ 6: VERSANDHANDEL GOES RETAIL	FACHKONFERENZ 7: OSTEUROPA / INTERNATIONALISIERUNG	FACHKONFERENZ 8: DIREKTMARKETING	FACHKONFERENZ 9: KREDITMANAGEMENT/ CONTROLLING	FACHKONFERENZ 10: E-COMMERCE UND NEUE GESCHÄFTSMODELLE
Vorsitz: Matthias Seegerer , Fritz Berger GmbH (angefragt)	Vorsitz: Johanna Taxerer , Leitung International Mail, Österreichische Post AG	Vorsitz: Chefredakteur , acquisa, Haufe Fachmedia GmbH & Co. KG	Vorsitz: Dr. Ernst Stahl , Research Director & Leiter Competence Center E- Business, ibi research an der Universität Regensburg	Vorsitz: Jochen Krisch , Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce
11.00 – 11.25 Distanzhandel goes Multichannel Susanne Schildknecht , MD Sektor Home Delivery, DHL Exel Supply Chain Central Europe	11.00 – 11.25 Osteuropa im Fokus: Zahlen, Daten und Fakten zu Direktmarketing und Versandhandel Johanna Taxerer , Leitung International Mail, Österreichische Post AG	11.00 – 11.25 Multi-Channel-Retailing bedingt echte Multi-Channel-Kommunikation • langfristige Rahmenbedingungen für den Versandhandel • Zielgruppen-Orientierung über priorisierte Kanäle • Fragmentierte Neukundengewinnung • Die Kommunikationskette von der Potenzialansprache über cross- selling bis zum Altersales • CRM-Daten zur Kundenbindung • Nutzung des „Long Tail“ für den Versandhandel Dima Beitzke , Head of Sales, Nayoki Interactive Advertising GmbH Jens Weyland , Leiter Vertriebsbereich Versandhandel, AZ Direct GmbH	11.00 – 11.25 Impulsbeitrag Dr. Ernst Stahl , Research Director & Leiter Competence Center E-Business, ibi research an der Universität Regensburg	11.00 – 11.20 User Centricity – Die Herausforderung im E-Commerce • Das richtige Produkt zur richtigen Zeit an die richtige Person • Umsatzsteigerung als Kriterium der Wahrheit Lars Rabe , Vice President, Intershop Communications AG
11.25 – 11.50 Blue Tomato: macht es für Versender Sinn Läden aufzu- machen? Und wenn ja – wie? Alexander Zezula , Leiter E-Business Blue Tomato Snowboardshop Snowboard Dachstein Tauern GmbH	11.25 – 11.50 Erfolgreiche Expansion in Zukunftsmärkte: Die Phasen eines Markteintritts am Beispiel des Marktes Schweiz André Müller , Leiter B2C International, Swiss Post International Tipps und Tricks für die Expansion nach Osteuropa Bernard Germanier , Leiter Marketing Mail International, Swiss Post International	11.25 – 11.50 Cross-mediale Lead-Generierung • Interessenten und Käufer im Internet finden • Leadgenerierung: Welche Wege führen zu neuen Kontakten? • Optimale Ansprache durch Multi- Channel-Marketing • Best Practices: Medion AG, Happy Size-Company Thomas Heickmann , Geschäftsführer, Schober Information Group Deutschland GmbH	11.25 – 11.50 Jochen Senger , Key Account Manager Versandhandel, SCHUFA Holding AG	11.20 – 11.40 Wie die Digitalisierung Geschäftsmodelle verändert – das Beispiel Digitalfotografie • In 4 Jahren vom Fotolabor zum Online-Versandhändler • Wie Kundenbedürfnisse neu zu definieren sind • Welche Herausforderungen es zu meistern gilt Stefan Rütli , Geschäftsführer, Prestige Vertriebs GmbH/Schweiz
11.50 – 12.15 DocMorris: Onlinehandel goes Retail - Warum macht es Sinn eigene Outlets zu betreiben? Referent wird noch bekannt gegeben!	11.50 – 12.15 Internationalisierungsstrategie – Quelle in Osteuropa Dr. Axel Steuernagel , Mittel- und Osteuropa, Quelle GmbH	11.50 – 12.15 Herausforderung für den Versand- handel – Durchgängige Unterstützung aller Werbemittelprozesse Sie benötigen ein integriertes Workflow- System zur Werbemittelproduktion für alle Sortimente, Sprachen, Länder und alle Vertriebswege? Ein System, das sich in vorhandene Systeme einfügt, 360° Marketing-Aktivitäten inkl. Werbe- mittelerfolgskontrolle über alle Channels ermöglicht und für die Zukunft, z. B. „Mobile Publishing“ gerüstet ist? Antonius Huerkamp , Vorstand, RS MediaGroup AG	11.50 – 12.15 Zahlungsgarantie: Intelligente Kundengewinnung durch komfortable Zahlarten • Einfluss der Zahlverfahren auf den Umsatz • Ungenutzte Umsatzpotentiale erkennen und aktivieren • Sicherung des Unternehmenserfolgs durch attraktive Bezahlverfahren und effektives Forderungsmangement Beat Koch , Director Customer Marketing DACH, Intrum Justitia	11.40 – 12.00 JULIE & GRACE: ein Musterbeispiel für ein Geschäftsmodell, das nicht nur neue Techniken für alte Prozesse, sondern auch die Möglichkeiten des Webs voll ausnutzt • Mass Customization in der Schmuckindustrie – Kurzvorstellung von JULIE & GRACE • Kritische Erfolgsfaktoren von Mass Customization Modellen: Preis, Lieferzeit und Usability • Einzelproduktion in Asien nach individuellen Kundendesigns dank E-Commerce Lösung Simon-Peter Nötzel , Geschäftsführer, JULIE & GRACE
12.15 – 12.40 Abschließende Diskussion: Roland Allgeyer , Geschäftsführer, Peter Hahn GmbH + Referenten der Fachkonferenz	12.15 – 12.40 Neue Chancen und Herausforderungen Referent wird noch bekannt gegeben!	12.15 – 12.40 Ihre Kundendaten sind Ihr Kapital! Was machen Sie, wenn der Kommunikationsweg zu Ihrem Kunden gestört ist? Gezielte Kundensuche durch effiziente Adress-Recherche. • Warum sind richtige Adressen so wichtig? • Was heißt richtige Adresse? • Wie finden Sie Ihre Kunden wieder? Thorsten Friederich , Leiter Produkt- und Innovationsmanagement, Adress Research GmbH	12.15 – 12.40 Herausforderung Business Intelligence: Mit Rapid-Prototyping und iterati- ven Entwicklungsprozess zum Ziel Aufbau eines unternehmensweiten Controlling- und Reportingsystem auf Basis von OLAP- und Data Warehouse Technologien André Henkel , Bereichsleiter Business Intelligence, initions AG	12.20 – 12.40 Aufschwung im Abschwung - Potenziale des E-Commerce in einer rezessiven Weltwirtschaft • Steigende Benzin- und Energiepreise belasten das Budget der Bürger. Das Verbrauchervertrauen bricht ein, der stationäre Handel kämpft mit Kaufverweigerung. Doch ein Segment wächst gegen den allgemeinen Trend – der E-Commerce. • Was ist das Geheimnis zweistelliger jährlicher Zuwachsraten im Umfeld einer rezessiven Wirtschaft? Was sind die Strategien für den Erfolg im Onlinehandel bei allgemein schrump- fenden Konsumausgaben? Stephan Schambach , Gründer und Vorsitzender, Demandware INC./USA

12.40 – 14.00

Kommunikations- und Lunchpause und **Besuch der Mail Order World 2008**

2. Oktober 2008

Detailtechniken und -strategien zur Optimierung Ihrer Wertschöpfungskette!

14.00 - 15.30 5 parallele Fachkonferenzen

FACHKONFERENZ 11: YOUNG BUSINESS FORUM – MIT NEUEN GESCHÄFTSMODELLEN ZUM ERFOLG Vorsitz: Oliver Claas , Pressesprecher, Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V.	FACHKONFERENZ 12: MARKE GOES DIRECT Vorsitz: Martin Groß-Albenhausen , Chefredakteur, Der Versandhausberater	FACHKONFERENZ 13: COMMUNITY-MARKETING Vorsitz: Hagen Fisbeck , Projektleitung eCommerce, Primondo Specialty- Group GmbH	FACHKONFERENZ 14: TV UND IP-VIDEO ALS MARKETINGINSTRUMENT Vorsitz: Jochen Krisch , Branchenanalyst und Herausgeber, Exciting Commerce	FACHKONFERENZ 15: TESTEN UND OPTIMIEREN IM E-COMMERCE Vorsitz: Burkhard Köpper , Geschäftsführender Gesellschafter, Jaron.DIRECT GmbH
14.00 – 14.25 „Die ganze Welt ist Bühne“ Maskworld.com: Ein ungewöhnliches Unternehmenskonzept Roman Matthesius , Geschäftsführer, Metamorph GmbH (maskworld.com)	14.00 – 14.25 Online Vertrieb – der direkte Draht zum Kunden Was etablierte Marken vom Online Business lernen können • Wie gelingt die Übertragung der Marke ins Netz? • Das Erfolgsbeispiel des Leonardo Onlineshops Wilfried Beeck , Geschäftsführer, ePages GmbH	14.00 – 14.25 Erfolgsfaktor Geschäftsmodell. Warum das Ideenkonzept immer ausschlaggebender wird Prof. Dr. Günter Faltn , Gründer und geschäftsführender Gesellschafter, Projektwerkstatt GmbH (Teekam- pagne) und Professor, Leiter des Arbeitsbereichs Entrepreneurship, Freie Universität Berlin (Thema LOHAS, Authentizität, Blog)	14.00 – 14.25 Print, Online, TV: Eine kritische Bilanz der Marketinghebel im E-Commerce • Warum Kunden online kaufen • Intelligente Marketingvernetzung entlang des Kaufprozesses • Neues Einkaufserlebnis durch Bewegtbild im Online-Handel Daniel Boldin , Vorsitzender der Ge- schäftsführung, myby GmbH & Co. KG	14.00 – 14.25 Aktuelle Trends und neue Ansätze in der eCommerce Optimierung • Multivariante A/B Tests • Mehrstufige Kundengewinnung • Prozessoptimierung • Personalisierung Burkhard Köpper , Geschäftsführender Gesellschafter, Jaron.DIRECT GmbH
14.25 – 14.45 FanEmotion: Motorsportmerchan- dising als Versandhandelskonzept. Erste Erfahrungen als Versandhändler für Fans Ansgar Holtmann , Inhaber, Vendion	14.25 – 14.45 Neue Gegner auf dem Spielplatz! Wie der Versandhandel Markenher- stellen und neuen Geschäftsmodellen die Stirn bieten kann? Die Marken kommen! So könnte – ganz im Sinne einer großen deutschen Tageszeitung – die Schlagzeile lauten. Erwarten Kunden tatsächlich Marken- Shops im Internet? Kennen Online-Shopper wirklich die neuen Geschäftsmodelle wie "one product a day" und Shoppingsclubs? Erfahren Sie die Umfrageergebnisse der Studienreihe "Im Focus: Ad-hoc Studien für E-Commerce Entscheider" und interessante Wege für den Versandhandel, damit nicht doch irgendwann eine Schlagzeile wie "Online-Handel schläft neue Shopping- Trends" zu lesen ist. Andreas Schwend , Managing Partner, dmc digital media center GmbH	14.25 – 14.50 Vom Online-Shop zur Community – Web 2.0-Strategien am Beispiel von Gourmondo.de Udo Bergmann , Manager Website Conversion/CRM, Gourmondo GmbH	14.25 – 14.45 IP-Video im Versandhandel • Erfahrungen und Umsetzungshürden • Warum wurde mit einer Moderatorin gearbeitet? • Statistik und Auswertung Jacques Konczyk , Leiter e-develop- ment, 3Pagen Versand- und Handelsgesellschaft mbH	14.25 – 14.45 Siteengineering – Neue Kernaufgabe im E-Commerce: • Die neue Rollendefinition von E-Commerce in Unternehmen mit Internet-Umsatzanteiligkeiten jenseits der 50% und ihre Auswirkungen • Erhöhung der Umwandlungsrate von Besuchern mithilfe von Verfah- ren des User-Centered Designs bzw. der Online-Personalisierung – eine Erläuterung praktischer Erfahrungen mit dem Instrumen- tarium Dirk Lauber , Bereichsleiter E-Com- merce, BAUR Versand (GmbH & Co KG) „A member of the otto group“
14.45 – 15.10 Direktmarketing schafft neues Geschäftsmodell: Quelle revolution- niert den Markt für Fertighäuser in Österreich • Wie gelingt Wachstum in gesättigten und stagnierenden Märkten? • Wie können Versandhändler durch Kooperationen mit anderen Marktteil- nehmern bestehende Kundenpoten- ziale effektiver ausschöpfen und gleichzeitig neue Kundenpotenziale erschließen? • Fertighaus im Versandhandel? Wie gelingt es ein Geschäftsmodell erfolg- reich zu gestalten und mittels Direk- tmarketing eine ganze Branche aufzu- wecken? • Was waren die Erfolgsfaktoren der Markteinführung? Schließlich gab es bereits zahlreiche Versuche, Häuser über den Versandhandel zu verkaufen... Christiane Arnscheidt , Leitung Marketing, Quelle Linz AG	14.45 – 15.10 Cross Channel Strategy – nachhaltiges Wachstum durch Kundenzufriedenheit beim Fashion Label Mexx in Europa • USA der perfekte Vorreiter? • Die Mexx Cross Channel Strategie • Erfahrungen und Erkenntnisse am Beispiel Belgien Jesko Breuer , Managing Director, MEXX Direct, Mexx Europe B.V./NL	14.50 – 15.10 Community-Marketing: Erfolgs- faktoren am Beispiel der Kickz AG Niko Bondarenko , Geschäftsführer & Gründer, spielraum gmbh (angefragt)	14.45 – 15.10 Erfahrungen mit TV und Internet als parallele Vertriebswege • Die Spannung zwischen einem pull und einem push medium • Die eigentlich unterschiedlichen Konsumenten Olaf Klem , Geschäftsführer, Der Schmuckkanal Deutschland GmbH	14.45 – 15.10 Wechselstimmung – Plattformwechsel im E-Commerce Umsatzanstieg und die veränderten Anforderungen an E-Commerce haben die bestehenden, gewachsenen E- Commerce-Plattformen an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit gebracht. Laut Forrester Research planen deshalb zwei Drittel der E-Commerce-Anwender den Plattformwechsel. • Ist ein Plattformwechsel nicht teuer und mit unbekanntem Risiko verbunden? • Bestehende, gewachsene Prozesse können doch sicher nur mit großem Aufwand übernommen werden? • Sind Integrationskosten und Umsatzrisiken nicht nur schwer zu beziffern? • Was passiert mit meiner Internationalisierungsstrategie? Hendrik Hoppe , Leiter des E-Business Excellence Team, T-Systems Multimedia Solutions Rudolf Geiger , Director Sales, Central Europe, Demandware (Deutschland) GmbH
15.10 – 15.30 Long Tail Theory im Versand- handel – Zielgruppenansprache von Vereinen und Special Interest Gruppen • Vereine ----> die ältesten Communities im Web x.0 • Zugang + Angebot • Erfahrungen und Ausblick Sebastian Schmidt , Geschäftsführer, Anschluss Tor Vermarktungs GmbH	15.10 – 15.30 Abschließende Diskussion: Christian Möhring , Leiter eShop Leonardo, LEONARDO – glaskoch B. Koch jr. GmbH & Co. KG + weitere Referenten der Fachkonferenz	15.10 – 15.30 Willkommen im Club – wie Unternehmen ein tot geglaubtes Vertriebsmodell neu entdecken • aus Marketingsicht: Methoden der Kundenbindung im Zeitalter des E- Commerce • aus Kundensicht: Der Smart Shopper als neuer Käufertyp • aus Herstellersicht: Neue Chancen für Hersteller – E-Commerce ohne Markenbeschädigung Harald Ernst , Geschäftsführer, BuyVIP S.L. Germany	15.10 – 15.30 eCommerceTV: Neue Einkaufserlebnisse schaffen. • Integration von Bewegtbild auf Online-Handelsplattformen: Erhöhung des Marktpotenzials • Gewachsenes Interesse an Online- videos und steigende Breitbandpen- etration: Bewegtbild im Internet heute schon selbstverständlich • Einsatz von Bewegtbild schafft positives Einkaufserlebnis: Vorbild Teleshopping Mathias Birkel , Consultant und Studienautor eCommerceTV, Goldmedia	15.10 – 15.30 The Changing Face of eCommerce • Find out how Web 2.0 technologies such as streaming video, rich Internet applica- tions, and personalised content are driving multi-channel innovation through real-world case studies from multi-channel retailers. • Explore the business challenges facing multi-channel retailers and the tools they have used to achieve success • See best practice examples of applied new technologies such as Adobe AIR and Adobe Flex and how they can be used to create rich and dynamic online experiences. Jeff Hunt , International Sales Director, Adobe Scene7 (Vortrag in englischer Sprache)

15.30 Abschluss des Deutschen Versandhandelskongresses 2008

Die Premium Partner, Top-Sponsoren, Sponsoren und Medienpartner 2008

Premium Partner

Deutsche Post 



Deutsche Post World Net ist mit seinen Leistungsmerkmalen Deutsche Post und DHL, mit umfassenden Brief-, Paket- und globalen Logistikleistungen kompetenter Partner des Versandhandels. Über alle Unternehmensbereiche hinweg entwickelt ein auf Versandhandelskunden ausgerichtetes Spezialteam maßgeschneiderte Businesslösungen entlang der Wertschöpfungskette. Gemeinsam begleiten wir den Versandhandel von der Geschäftsidee an, und bieten von Marketing-Services über Beschaffungsmanagement bis hin zu Vertriebsleistungen Lösungen aus einer Hand. Fulfillmentlösungen, Distribution, Zahlungsmanagement sowie IT-gestützte Prozessintegrationen runden unser Angebot ab. www.deutschepost.de, www.dhl.de



Die Hermes Logistik Gruppe ist Deutschlands größter postunabhängiger Logistik-Dienstleister bei der Zustellung an Privatpersonen (B2C und C2C-Sektor). Hermes transportiert fast alles vom Brief über das Paket bis hin zu Möbeln und Großelektrogeräten. Mit ihren rund 13.000 Hermes PaketShops verfügt die Gruppe über ein bundesweit flächendeckendes Netz von Annahmestellen für den privaten Paketversand, die auch vom Versandhandel als alternative Zustelladresse genutzt werden können. www.hlg.de

Top-Sponsoren



arvato infoscere ist ein Tochterunternehmen der arvato AG, des international vernetzten Medien- und Kommunikationsdienstleisters der Bertelsmann AG, und gehört dort zum Unternehmensbereich arvato services. Mit rund 1.900 Mitarbeitern und Hauptsitz in Baden-Baden ist arvato infoscere in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Ungarn tätig. arvato infoscere steht für Dienstleistungen im wertorientierten Kundenmanagement über den gesamten Kundenlebenszyklus und bietet professionelle Prozesslösungen in den Leistungsbereichen Daten-, Informations- und Forderungsmanagement. Der Geschäftsbereich Informationsmanagement unterstützt alle risikoorientierten Entscheidungen entlang des Kundenlebenszyklus durch die Bereitstellung von Bonitätsdaten, die Entwicklung von Scorekarten und die Automatisierung von Kundenmanagementprozessen. Von diesen Leistungen profitieren vor allem Unternehmen mit großen Kundenportfolios in den Branchen Handel, Kreditwirtschaft, Versicherungen, Energie, Telekommunikation, Touristik und Medien. www.arvato-infoscere.de



arvato infoscere ist ein Tochterunternehmen der arvato AG, des international vernetzten Medien- und Kommunikationsdienstleisters der Bertelsmann AG, und gehört dort zum Unternehmensbereich arvato services. Mit rund 1.900 Mitarbeitern und Hauptsitz in Baden-Baden ist arvato infoscere in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Ungarn tätig. arvato infoscere steht für Dienstleistungen im wertorientierten Kundenmanagement über den gesamten Kundenlebenszyklus und bietet professionelle Prozesslösungen in den Leistungsbereichen Daten-, Informations- und Forderungsmanagement. Die Optimierung des finanziellen Wertschöpfungsprozesses bietet ein erhebliches Potenzial zur Steigerung des Unternehmenswertes. Profitieren Sie von unseren effizienten Dienstleistungen, um Ihre Kosten im Forderungsmanagement zu senken. Mit unseren Factoring-Lösungen steigern Sie zudem Ihre Liquidität. www.arvato-infoscere.de



AZ Direct ist einer der führenden Full-Service-Dienstleister für erfolgreiches Direktmarketing. Unser Leistungsportfolio erstreckt sich über hochwertige Consumer- und Business-Adressen inkl. Merkmalen, innovatives Daten- und Kampagnenmanagement, Online- und E-Mail Marketing, intelligente Analyseleistungen, Consulting, Werbermittel-Produktion und Responderfassung. In mehr als 40 Jahren haben wir unser umfassendes Direktmarketing-Know-how insbesondere für den Versandhandel auf maßgeschneiderten Wettbewerbslösungen kombiniert. AZ Direct gehört zu arvato infoscere, einem Tochterunternehmen der arvato AG, des international vernetzten Medien- und Kommunikationsdienstleisters der Bertelsmann AG, und dort zum Unternehmensbereich arvato services. arvato infoscere steht für Dienstleistungen im wertorientierten Kundenmanagement über den gesamten Kundenlebenszyklus und bietet professionelle Prozesslösungen in den Leistungsbereichen Daten-, Informations- und Forderungsmanagement. www.az-direct.com



AUSTRIAN POST International Deutschland, eine hundertprozentige Tochter der Österreichischen Post AG, bietet deutschen Firmen individuellen Service, höchste Qualität und maßgeschneiderte Lösungen für den grenzüberschreitenden Briefversand. Auf der Grundlage der Verträge der Muttergesellschaft mit ausländischen Postgesellschaften sowie der Angebote an Zusatzdienstleistungen wie das Adressmanagement können auch außergewöhnliche Lösungen realisiert werden. Die individuelle Beratung stellt dabei im Vordergrund. www.austrianpost.de, www.post.at



Die OXID esales AG ist Hersteller der E-Commerce Software OXID eShop. Mit den Produktlinien Professional Edition und Enterprise Edition, sowie der Mietshop-Lösung OXID eShop easy setzt das Unternehmen die Standards im Online-Versandhandel zu einem außergewöhnlichen Preis-Leistungsverhältnis. Die OXID eShop Produkte basieren auf modernster Technologie und lassen sich umfassend anpassen und vollständig in Ihre Geschäftsprozesse integrieren. Die ergänzende E-Commerce Plattform OXID eFIRE bietet Schnittstellen zu E-Commerce Partnern wie Paymentdienstleistern, Webcontrolling/Dataming, Produktportalen, Preissuchmaschinen oder Affiliate Programmen und sorgt dafür, dass der Onlinehandel nachhaltig zum Erfolg wird. Die Produktlinien erfüllen die Erwartungen der KMU bis hin zu den Anforderungen großer internationaler Unternehmen, über alle Branchen hinweg. www.oxid-esales.com



Die Schober Information 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, Neukundengewinnung und Markttransparenz mit Lösungen aus der Online-Welt. Neben dem traditionellen Portfolio wurde der Bereich eMarketing mit über 60 Spezialisten, die stetig neue Online-Lösungen entwickeln und realisieren, deutlich ausgebaut. Heute umfasst das Online-Angebot alle Lösungen rund um Lead-Generierung, Online-Umfragen, Multi-Channel-Kampagnen bis hin zur gesamten Palette des eCRM. Die Schober Information Group ist mit über 400 Mitarbeitern – davon mehr als 100 Analytikern, Mathematikern, Statistikern, Geographen und Informatikern – und einem Umsatz von 142 Millionen Euro der Spezialist für cross-mediale Kundenkommunikation, Zielgruppen- und Marktinformationen. www.schober.de



Die SCHUFA ist Ihr Partner für professionelles Risikomanagement. Mit über 407 Millionen Einzeldaten zu 64 Millionen volljährigen natürlichen Personen verfügen wir über den bundesweit größten Datapool zur Beurteilung des aktuellen Zahlungsverhaltens. Mit ausgefallenen Produkten und Instrumenten ermöglichen wir, Entscheidungen schneller, sicherer und effizienter zu treffen. Die Folge ist eine Beschleunigung der Geschäftsschlüsse und die Minimierung von Ausfallrisiken. Das Produktspektrum reicht von der Bonitätsauskunft, Adress- und Identitätsprüfung, über trennscharfe Branchen- und Inkassoscores, Software-Tools für hochkomplexe Entscheidungsmanagement-Systeme bis hin zu integrierten Lösungen für Kredit- und Finanzanlegenscheidungen. Mit der SCHUFA BusinessLine liefert die SCHUFA Informationen und Lösungen rund um die Kreditwürdigkeit von Unternehmen.



Swiss Post International wurde 1996 gegründet und ist eine 100-prozentige Tochter der Schweizerischen Post. Heute beschäftigt sie weltweit rund 1200 Mitarbeitende in elf europäischen Ländern, am fünf Standorten in Asien und in den USA. Über die Hälfte der Belegschaft ist im Ausland tätig. 2007 betrug der Umsatz 694 Millionen Euro. Davon wurden 247 Millionen Euro von den ausländischen Tochtergesellschaften erwirtschaftet. Damit erzielt SPI mehr als 13 Prozent des Post-Gesamtumsatzes von knapp 5,2 Milliarden Euro. SPI ist im grenzüberschreitenden Briefmarkt die Nummer 5 nach der Deutschen Post, United States Postal Service, der britischen Royal Mail und der französischen La Poste. www.swisspost.com

Sponsoren



Acxion Deutschland bietet Markt- und Konsumentendaten, Adressen (Business, Consumer, Lifestyle, eMail) sowie Instrumentarien und Expertisen für analytisches CRM, im Segment Geo- und Mikro-Marketing ist Acxion marktführend und bietet ein außergewöhnliches Spektrum an mikrogeografischen Markt-, Potenzial- und Segmentierungsdaten. Vollständig wird dies durch innovative Software- und GIS-Lösungen, Geokoordinaten, eigene Verbrauchertypologien, spezielle Branchen-Scores sowie umfassende Haushalts- und Gesundheitsdatenbanken. www.acxion.de



Die Adress Research GmbH bietet moderne Lösungen zur Anschriftenermittlung. Recherchiert werden Anschriften im Consumer und Business-Bereich die durch bekannte Adressqualifizierungsmethoden nicht generiert werden können. Weitere Produkte und Dienstleistungen finden Sie auf unserer Website. www.adress-research.de



ALEA gehört zu den technologisch führenden Softwarehäusern für die Versandhandelsbranche und entwickelt die neuesten Branchen-Software für Versender. Software von ALEA deckt von der Warenwirtschaft über CRM und Logistik alle zentralen Geschäftsprozesse in Versandhandelsunternehmen ab. Sie zeichnet sich besonders aus durch hohe Anpassungsfähigkeit, modularen Aufbau, einfache Bedienung. Die Kombination führender, zukunfts-fähiger Technologien, die große Anzahl der unterstützten Backoffice-Prozesse und die Integration sämtlicher Vertriebskanäle sind weitere wichtige Merkmale. www.alea.de



Die Bauer Vertriebs KG ist die Alternative zur Deutsche Post AG! Preiswert, professionell und bundesweit erfolgt die Zustellung von Presse- und Infopost sowie Mailings und Warenproben über 40.000 Menschen sorgen 2 wöchentlich für eine punktgenaue Zustellung und höchste Lieferqualität. Angebot: Nennen Sie uns Volumen, Gewichte, Postabgabe – wir analysieren Ihnen kostenlos Ihr Einsparpotenzial! www.bvkg-logistik.de



Demandware ist Anbieter der führenden On-Demand eCommerce-Plattform. Sie ist hochgradig darauf optimiert, die Qualitäts-, Wachstums- und Internationalisierungsanforderungen starker Marken im Online-Geschäft zu erfüllen. Kalkulierbare Kosten durch das Software-as-a-Service Geschäftsmodell, kontinuierliche Innovation durch saisonale Software-Updates und intuitiv zu bedienende Marketing-Tools sind besondere Highlights der Plattform. www.demandware.com



Unter dem Leistungsversprechen "Besseres E-Business" entwickelt die dmc digital media center GmbH technische innovative und kreative Lösungen im digitalen Kanal Internet. Dafür veranlagt dmc seit mehr als 13 Jahren die Kompetenzen aus den Geschäftsbereichen Agentur und Systemhaus. Vom Unternehmenssitz in Stuttgart aus betreuen mehr als 200 Mitarbeiter namhafte Marken und Unternehmen wie neckermann.de, Bogner HomeShopping, Polo Motorrad Versand und Yves Rocher. dmc ist seit 2008 einer der Top 100 Arbeitgeber im deutschen Mittelstand. www.dmc.de



Als Full-Service Fulfillment & Logistikdienstleister für E-Commerce & Multichannel national und international bietet Dotmen Solutions ganzheitliche und innovative Lösungen basierend auf einer professionellen workflow-gesteuerten IT-Struktur. Mit unserem langjährigen Know-how bieten wir Ihnen rund um das Thema E-Commerce alles aus einer Hand. Kunden wie s.Oliver, Audi oder Palmers bauen bereits auf unsere Erfahrung. www.dotmen-solutions.de



Die ePages Software GmbH ist Hersteller einer ausgereiften Standardsoftware für E-Commerce-Lösungen und gehört mit mehr als 40.000 Kunden zu den führenden Anbietern weltweit. Ein umfassendes Partnernetzwerk setzt auf Basis der ePages-Technologie individuelle Kundenlösungen um, zahlreiche namhafte Hosting- und Internet Service Provider bieten leistungsstarke Mietshops auf Basis von ePages-Software an. www.epages.de



Die EOS Gruppe mit Hauptsitz in Hamburg ist seit über 30 Jahren kompetenter Partner des Deutschen Versandhandels. Mit dem Payment Service Provider EOS Payment Solutions und EOS Deutscher Inkasso-Dienst stellt die Gruppe passgenaue Lösungen von der elektronischen Zahlungsabwicklung bis hin zum integrierten Forderungsmanagement zur Verfügung. Dabei verfügt EOS nicht nur über einen einzigartigen Datenpool sondern auch über ein eigenes Callcenter und einen einzigartigen flächendeckenden Außendienst. www.eos-solutions.com

Die Medienpartner:



"All about sourcing" – die Wirtschaftszeitung für Beschaffung und www.allaboutsourcing.de – die Einkäufer-Community im Netz richtet sich gezielt an Beschaffungsentscheider in Industrie, Handel und Dienstleistung. www.allaboutsourcing.de



Das Fachmagazin acquisa ist Pflichtlektüre für alle Entscheider in Marketing und Vertrieb sowie Beschaffungsentscheider in großen und mittleren Unternehmen. www.acquisa.de



CRM-Expert-Site ist ein innovativer Fachinformationsservice, der wichtiges Know-how, Tipps und Checklisten für Kundenmanagement und CRM vermittelt. www.crm-expert-site.de



DIREKT MARKETING, 44 Jg., ist das älteste und führende Fachmagazin für das moderne Direkt- und Direktmarketing und die erfolgreiche Kundenentwicklung. www.direktmarketing.net



Das e-commerce magazin beschäftigt sich mit allen Aspekten von elektronischen Wertschöpfungsprozessen einschließlich deren Anbindung an interne oder externe IT-Infrastrukturen. www.e-commerce-magazin.de



EU-Marketingportal ist das Branchenportal für die Themen CRM, Direktmarketing, Call-Center, Business Intelligence und Online-Marketing. Hier informieren sich Entscheider über die aktuellen Entwicklungen in der Branche. www.eu-marketingportal.com



Business ist Trendsource und Wissensportal für Medienkonvergenz und liefert professionellen Nutzern interaktive Medien Nachrichten, Hintergrundanalysen, Rankings, Produkt und Firmenverzeichnis. www.business.de



INTERNET WORLD Business ist die führende 14-tägige Wirtschaftszeitung für Internet Professionals, die das Web als Marketing- und Absatzkanal erfolgreich einsetzen. www.internetworld.de



press1 ist technischer Dienstleister für Pressearbeit mit System, presst! bietet an: Versand von Pressemitteilungen inklusive Text, Bild und Video per E-Mail, RSS, Satellit und Fax, Online Pressefächer für Messen, Events und Kongresse.



Das Dienstleisterverzeichnis marketing-BÖRSE zählt zu den drei größten deutschsprachigen Marketingplattformen. Spezialanbieter von Außenwerbung über Suchmaschinen-Optimierung bis Zielgruppenanalyse sind bequem zu finden. www.marketing-boerse.de



ONE@ONE – Dialog über alle Medien. Nahezu alle Kommunikationsmaßnahmen laden heute mehr oder weniger offensiv zum Dialog ein. One-to-one-Marketing steht für die Vision, den Dialog mit Kunden- und Interessen in allen Kontaktpunkten möglichst individuell und möglichst gekoppelt zu führen. ONE@ONE berichtet seit 1998 per Zeitung, Buchreihe, Internet und E-Mail-Newsletter über Branchenentwicklungen, Anwender und Dienstleister sowie Grundlagen und Strategien. Zur Verlagsgruppe gehört FISCHER'S ARCHIV. Der Titel dokumentiert seit 1996 herausragende Dialogmarketing-Kampagnen. www.oneone.de



Zentralmarkt ist das Printmedium von zentrala, dem unabhängigen Marktplatz und Einkäufer-Netzwerk für Konsumenten in Deutschland und Europa. Zentralmarkt berichtet als Trendmagazin des Handels über die neuesten Produktrends und stellt die wichtigsten Themen im Handel vor. www.zentralmarkt.de



walters services ist einer der führenden Dienstleister für Kundenservice und Vertrieb. 8.500 Mitarbeiter stellen für professionelles Business Process Outsourcing innerhalb der Kundenwertschöpfungskette in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Polen und Rumänien. Im Versandhandel werden die Kundenprozessketten großer deutscher Versender und Online-Shops betreut und durch crossmediale Customer- und Sales-Services unterstützt. www.walterservices.com

Mail Order World

Die führende Fachmesse für den Versandhandel in Europa!

Die **Mail Order World** ist Deutschlands größte Fachmesse für das gesamte Spektrum des Versandhandels und stellt die Informations- und Business-Plattform parallel zum Deutschen Versandhandelskongress dar. Auf dieser Fachmesse haben Sie die Möglichkeit, den Messe- und Kongressbesuchern Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen vorzustellen.

Die Mail Order World zeichnet sich durch ein breit gefächertes Ausstellerportfolio aus. Hier werden die auf dem Kongress diskutierten Themen visualisiert und dadurch Theorie und Praxis anschaulich kombiniert. Damit ist die Messe parallel zum Deutschen Versandhandelskongress **DER Branchentreffpunkt für die Entscheider aus Versandhandel, E-Commerce und Direktmarketing**.

Neben den traditionellen Instrumentarien des Versandhandels haben sich in den letzten Jahren insbesondere Anbieter neuer Technologien und neuer Medien etabliert. Durch die stimmige Mixtur aus Bewährtem und Innovativem bietet die Messe für Produzenten und Dienstleister, Anwender und Agenturen, Insider und Einsteiger das optimale Geschäftsumfeld. Im Gegensatz zu vielen Spezialmessen ist die „Mail Order World“ der Business-Treff für das gesamte Dienstleister- und Lieferanten Spektrum „rund um den Versandhandel“. Und das auf hohem Niveau!

Einen besonderen Schwerpunkt bildet auch in diesem Jahr das Thema **Web 2.0 und E-Commerce – Zukunftsstrategien für den Versandhandel**. Neueste Produkte und Lösungen für Internet- und Community-Marketing, TV und IP-Video und innovative Kundenbindungs- und Kundengewinnungsaktivitäten sowie ausgefeilte Konzepte für professionelles Direkt- und Dialogmarketing, Database Management, CRM, Fulfillment, Logistik etc. werden Ihnen im Rahmen der Mail Order World 2008 präsentiert. Geballtes Know-how für Ihren Erfolg von morgen.

5 Vorteile, warum Sie als Aussteller dabei sein sollten:

- Die Mail Order World ist DER Treffpunkt für Top-Entscheider aus Versandhandel, E-Commerce und Direktmarketing – DIE hochkarätige Networking-Plattform parallel zum Deutschen Versandhandelskongress.
- Die Mail Order World ermöglicht Unternehmen direkten „Face-to-Face-Kontakt“ mit Kunden bzw. potenziellen Kunden.
- Ganz persönlich: Ihr Kontakt zu den Top-Entscheidern, die Ihr Geschäft vorantreiben möchten.
- Die Mail Order World bietet Ihnen eine einmalige Gelegenheit, Ihre Lösungen und Dienstleistungen einer ausgewählten Zielgruppe zu präsentieren – frei von Streuverlusten!
- Sie erhalten als Aussteller Gratis-Eintrittskarten und Werbematerialien für eigene Mailing-Aktionen. Zusätzliche Werbemöglichkeiten bieten Advertorials in der Messezeitung „Mail Order News“, Anzeigen im Messekatalog, Berichte in eigenen Firmenzeitschriften, Einklinker in Zeitungsanzeigen u.v.m.



Internet-Café im Foyer Obergeschoss

mit freundlicher Unterstützung von:



Die Ausstellungsfelder im Überblick:

Direktmarketing

- Adressmanagement/Adressverlage
- Customer Relationship Management (CRM)
- Database-Management
- Datawarehousing/Datamining
- Fulfillment-Services
- Lettershops
- Mail Services/Mailing-Spezialisten

Agenturen

- Marktforschung
- Bildagenturen
- Foto-/Grafikdesign
- Multimedia-Agenturen
- Direktwerbeagenturen
- Werbeagenturen
- Werbetexter

E-Business/E-Marketing

- E-Commerce/E-Selling
- E-Mail-Marketing/E-Mail Dienste
- Internet-Services
- Mobile Marketing
- Newsletter-Marketing
- Online-Dienste/Online-Vermarktung
- Suchmaschinen

Kreation, Produkte & Sourcing

- Kataloggestaltung
- Katalogproduktion/Printing
- Werbemittel/-produktion

Print & Services

- Briefhüllen/Versandtaschen
- Druckereien/Druckvorstufe
- Desktop-Publishing
- Druckweiterverarbeitung
- Postverarbeitungssysteme

Sales

- Couponing
- Kundenkarten
- Salespromotion
- Rabattsystem

Logistik & Retouren

- Logistik- und Beschaffungslösungen
- Beratung und Retouren-Management

Call Center

- Help Desk/Support Center
- Call Center-Einrichter
- Tele-Services/-Selling
- Telemarketing-Dienstleister
- Interactive-Services/-Selling

Forderungsmanagement

- Debitorenmanagement
- Customer-Care
- Risk-Management

Sonstiges

- Verlage/Verbände
- Wirtschaftsförderungen



Für wen ist die Mail Order World von Interesse?

Sind auch Sie Spezialist für den Versandhandel und das Katalog-Business? Dann gehören Sie als Aussteller auf die **Mail Order World 2008**: Auf über 10.000 qm bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Produkte und Dienstleistungen in einem innovativen Umfeld zu präsentieren.

Nutzen Sie den exklusiven Rahmen dieser Veranstaltung zur Demonstration Ihrer Services und Produkte und werden Sie Teil der Mail Order World – **DEM Treffpunkt der Branche**.

Sind Sie interessiert?

Dann fordern Sie unverbindlich die detaillierten Ausstellerinformationen an:

Tel.: 06172 / 9666 - 12

Fax: 06172 / 9666 - 45

E-Mail: mow@managementforum.com

**Autogrammstunde am
Stand der Hermes Logistik
Gruppe mit Mika Häkkinen**

am 1. Oktober 2008
in Halle 1, Stand 124

HERMES
LOGISTIK GRUPPE



Informationen für Besucher

Fachmesse Mail Order World 2008 Rhein-Main-Hallen Wiesbaden 1./2. Oktober 2008

Die **Mail Order World** ist Europas größte Fachmesse für das gesamte Spektrum des Versandhandels.

Öffnungszeiten:

1. Oktober 2008: 10.00 Uhr – 18.00 Uhr
2. Oktober 2008: 9.00 Uhr – 17.00 Uhr

Veranstaltungsort:

Rhein-Main-Hallen Wiesbaden
Rheinstraße 20
65185 Wiesbaden

Preis/Konditionen:

Teilnahme an **einem** Tag: 20,- €
Teilnahme an **zwei** Tagen: 30,- €

Tel.: 0611 / 144 - 0
Fax: 0611 / 144 - 118

Eintrittskarten können nur vor Ort erworben werden.



Höhepunkt der Mail Order World 2008: Mail Order Party Rhein-Main-Hallen Wiesbaden / am 1. Oktober 2008

mit freundlicher Unterstützung der

HERMES
LOGISTIK GRUPPE

Die Mail Order Party findet im **Anschluss an die Preisverleihung Katalog und Onlineshop des Jahres** in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden statt. Genießen Sie einen unterhaltsamen zünftigen Abend mit Buffet, Musik und den Katalog-Preisträgern.

Nutzen Sie die Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre Ihre Versandhandels-Kollegen, Partner und Dienstleister zu treffen und Ihr Netzwerk wertvoller Kontakte zu pflegen und auszubauen. Freuen Sie sich auf einen spannenden Abend in stimmungsvoller Ambiente.



Deutscher Versandhandelskongress + Mail Order World 2008

Die weiteren Sponsoren des Deutschen Versandhandelskongresses 2008:



Die Medien-Partner:



Fax ab zur Anmeldung: (0 61 72) 96 66 45

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum Deutschen Versandhandelskongress 2008:

30. September – 2. Oktober 2008 – **Pre Conference Workshops + Kongress*** € 1.490,- zzgl. MwSt./Person
- Ich nehme an folgendem Workshop teil:**
- Workshop I: Einsteiger Workshop II: Marketing im Web 2.0 (Bitte ankreuzen!)
- 1./2. Oktober 2008 – **Kongress*** € 1.290,- zzgl. MwSt./Person
30. September 2008 – **Pre Conference Workshops** € 290,- zzgl. MwSt./Person
- Ich nehme an folgendem Workshop teil:**
- Workshop I: Einsteiger Workshop II: Marketing im Web 2.0 (Bitte ankreuzen!)
- Datenschutzerklärung** (BITTE ANKREUZEN!)
Mir/uns ist bekannt, dass meine/unsere personenbezogenen Daten nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) erhoben, verarbeitet und genutzt werden können. Alle über diese Anmeldung erhobenen Daten werden daher entsprechend den gesetzlichen Grundlagen behandelt. Meine/unsere personenbezogenen Daten werden grundsätzlich nicht an Dritte weitergegeben. Externe Dienstleister, die im Auftrag von B+P Management Forum Bad Homburg Daten verarbeiten, Sponsoren, Aussteller und Mitveranstalter sind ebenfalls den gesetzlichen Vorschriften verpflichtet, gelten jedoch nicht als Dritte.
- Abonnenten des Versandhausberaters** und/oder **Mitglieder des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels** erhalten einen **Rabatt von € 150,-** auf die Kongressteilnahme. (bitte ankreuzen!)
- Wir sind an der Teilnahme als Aussteller auf der Mail Order World 2008** interessiert.
Bitte senden Sie mir/uns unverbindlich das Informationspaket zu.
- Wir sind an einem Sponsoring** für den **Deutschen Versandhandelskongress 2008** interessiert.
Bitte senden Sie mir/uns unverbindlich das Informationspaket zu.
- * inkl. kostenfreiem Messebesuch, Mail Order World und Gala-Abend!

1. Name	Vorname
Position	E-Mail**
2. Name	Vorname
Position	E-Mail**
3. Name	Vorname
Position	E-Mail**
Firma	Telefon/Fax
Straße	PLZ/Ort

Datum	Firmenstempel	Unterschrift
-------	---------------	--------------

** Hiermit erkläre ich mich einverstanden, künftig weitere Informationen von B+P Management Forum GmbH zu erhalten.

Mit der Bahn ab 99,- € zum Deutschen Versandhandelskongress.
Nähere Informationen unter www.versandhandelskongress.de



Alles, was Sie wissen müssen:

Information und Anmeldung

So melden Sie sich an:

per Telefon: 0 61 72/96 66 - 0 · per Fax: 0 61 72/96 66 - 45
per Post: B+P Management Forum GmbH
Schwedenpad 24 · 61348 Bad Homburg
per E-Mail: info@managementforum.com
per Internet: www.versandhandelskongress.de

Termin und Ort:

30. September 2008 – Parallele Pre-Conference Workshops im Dorint Pallas Hotel Wiesbaden (11.00 - 16.00/16.30 Uhr)
Auguste-Viktoria-Strasse 15 · 65185 Wiesbaden
Tel. 0611/3306-3306 · Fax: 0611/3306-1000

1./2. Oktober 2008 – Deutscher Versandhandelskongress + „Fachmesse Mail Order World 2008“ in den Rhein-Main-Hallen Wiesbaden
Rheinstraße 20 · 65185 Wiesbaden · Tel.: 0611/144-0 · Fax: 0611/144-11

Öffnungszeiten:

1. Oktober 2008 10.00 Uhr – 18.00 Uhr
2. Oktober 2008 9.00 Uhr – 17.00 Uhr

Zimmerreservierung:

Contel Hotel Mainz

Wallstr. 56
55122 Mainz
Tel. 06131 / 3040 - 0
Fax: 06131 / 3040 - 500
€ 95,- inkl. Frühstück

Hotel Nassauer Hof Wiesbaden

Kaiser-Friedrich-Platz 3-4
65183 Wiesbaden **Ausgebucht**
Tel. 0611 / 133 - 0
Fax: 0611 / 133 - 632
EZ: € 245,- exkl. Frühstück

Crowne Plaza Hotel Wiesbaden

Bahnhofstraße 10-12
65185 Wiesbaden **Ausgebucht**
Tel. 0611 / 162561
Fax: 0611 / 761372
EZ: € 165,- exkl. Frühstück

Penta Hotel Wiesbaden

Abraham-Lincoln-Straße 17
65189 Wiesbaden
Tel. 0611 / 797 - 0
Fax: 0611 / 761372
EZ: € 135,- exkl. Frühstück

Dorint Pallas Hotel Wiesbaden

Auguste-Viktoria-Strasse 15
65185 Wiesbaden **Ausgebucht**
Tel. 0611/3306-3306
Fax: 0611/3306-1000
EZ: € 195,00 exkl. Frühstück

Best Western Hotel Hansa

Bahnhofstr. 23
65185 Wiesbaden **Ausgebucht**
Tel. 0611/901240
Fax: 0611/90124666
EZ: € 136,- inkl. Frühstück

Ibis Hotel

Georg -August Zinn Strasse 2
65189 Wiesbaden **Ausgebucht**
Tel. 0611/3614-0
Fax: 0611/3614-499
EZ: € 80,50 inkl. Frühstück

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Die Gebühr für den Kongress + Pre Conference Workshops beträgt € 1.490,- und für den zweitägigen Kongress € 1.290,- zzgl. MwSt. pro Person. Ab dem dritten Teilnehmer gewähren wir 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Kongressdokumentation, Getränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn begleichen wird. Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 50,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage spätestens bis 2. September 2008 schriftlich bei B+P Management Forum, Bad Homburg, eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 2. September 2008 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung angemeldeter Teilnehmer möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.