

# Customer 2008.

Mit den besten Multi-Channel-Strategien  
die Kunden langfristig binden

**17. und 18. April 2008, Sofitel Berlin Schweizerhof**

### So melden Sie sich an:

**telefonisch** +49 (0)2 11.96 86 – 36 15 [Carolin Peltzer]  
**Zentrale** +49 (0)2 11.96 86 – 30 00  
**per Telefax** +49 (0)2 11.96 86 – 40 40  
**E-Mail** anmeldhb@euroforum.com  
**schriftlich** EUROFORUM Deutschland GmbH  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

**Termin und Ort** **17. und 18. April 2008**  
**Sofitel Berlin Schweizerhof**  
Budapester Straße 25, 10787 Berlin  
Telefon: 0 30.26 96 – 0

**Wir über uns.** Handelsblatt Veranstaltungen vermitteln Ihnen in hochkarätigen Managementseminaren wichtige Wirtschaftsinformationen zu aktuellen Themen. Wir bieten damit Führungskräften aus Wirtschaft und Industrie Foren für Know-how-Transfer und Meinungsaustausch. Mit der Planung und Organisation der Veranstaltungen haben wir die EUROFORUM Deutschland GmbH beauftragt.

<http://vhb.handelsblatt.com/customer>

**Ihre Daten.** Ihre Daten werden vom Handelsblatt und der EUROFORUM Deutschland GmbH zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre **Einwilligung**, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung (Telefon: +49 (0)2 11.96 86-33 33). Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

**Teilnahmebedingungen.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.999,- zzgl. MwSt. pro Person und ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

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

**Ihr Tagungshotel.** Inspirierendes Umfeld im Zentrum Berlins. Nur wenige Schritte von Kurfürstendamm, Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche und Zoologischem Garten entfernt, heißt Sie unser Sofitel Berlin Schweizerhof im pulsierenden Herzen der Metropole willkommen. Der zeitgemäße Stil unseres Hauses zeichnet sich durch eine Synergie von Design und Funktionalität aus und vereinigt scheinbare Gegensätze zu einem ebenso eleganten wie sachlichen Ambiente. Eine außergewöhnliche Plattform für kreative Tagungen und Kongresse. Das Sofitel Berlin Schweizerhof lädt Sie herzlich zu einem Umtrunk ein.

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung? Wir helfen gerne weiter.

**Heike Seidel** (Konferenz-Managerin)

**Carolin Peltzer** (Konferenz-Koordinatorin)

**Telefon 02 11.96 86 – 36 15**

- Ja,** ich nehme/wir nehmen am **17. und 18. April 2008** teil zum Preis von € 1.999,- zzgl. MwSt. p. P. [P 1200176M012]
- Ich kann nicht teilnehmen und bestelle die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 350,- zzgl. MwSt. (Erhältlich ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.)
- Ja, ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme **das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.**
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben. Wir nehmen Ihre **Adressänderung** auch gerne telefonisch auf: +49(0)2 11.96 86 – 33 33.

Name (1)	
Position	
Abteilung	
E-Mail	
Name (2)	
Position	
Abteilung	
E-Mail	
Firma	
Ansprechpartner im Sekretariat	
Anschrift	
Telefon	Telefax

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort

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

Rechnung an

Name	
Abteilung	
Anschrift	
Datum	Unterschrift

**Bitte per Telefax an Carolin Peltzer: 02 11.96 86 – 40 40**

## Handelsblatt Jahrestagung

# Customer 2008.

Mit den besten Multi-Channel-Strategien die Kunden langfristig binden

### Die zentralen Themen:

- **Kundenmanagement 2.0:** Mit Viralem Marketing, Social Blogging, Behavioural Targeting & Co. zum Erfolg
- **Kundenzufriedenheit, Kundenloyalität und Kundenwert:** Maßnahmen zur Umsatzsteigerung
- **Kundenprogramme auf dem Prüfstand:** Chancen und Risiken von Karten, Clubs und Bonussystemen
- **Erfolgskonzepte im B2B-Bereich:** Effiziente Strategien im Überblick
- **Dialogmarketing 2010:** Internationale Trends und Entwicklungen
- **Individuelle Kundenansprache und Customer Trust:** Neue Konzepte im Bereich Database Marketing/Datamining und Datenschutz

Mit 23 Beiträgen, unter anderem von:



Felix Ahlers, Vorstand Marketing/Vertrieb, **FROSTA**

Mag. Werner Neuwirth-Riedl, Vorstand Finanzen, **bauMax**

Jochen F. Obrecht, Geschäftsführer, **Quick-Schuh**

Benedikt Pachlatko, Leiter Kundenprogramme/Supercard, **Coop**

Ulrich Schumacher, Bereichsleiter Kundenmanagement, **KARSTADT**

Vorsitz: Dr. Wolfgang Martin, Analyst, Wolfgang Martin Team

# Die perfekte Kundenansprache – Mehr Profitabilität durch den intelligenten Einsatz von Off- und Online-Maßnahmen

Die Ausgaben für die klassische Kundenkommunikation werden in nächsten Jahren weiter sinken – und zwar zugunsten der Interaktion bewährter und innovativer Instrumente der Neukundengewinnung und Kundenbindung.

Gemäß einer Umfrage des Portals marketing-BÖRSE halten 95% der Online-Marketer E-Mail-Marketing für eines der effizientesten Kundenbindungsinstrumente. Online-Marketing, Direct Mailing, Kundenkarten, Kundenclubs und Bonussysteme sind längst gelebte Realität in den Unternehmen, doch Kommunikation über alle Kanäle heißt die neue Strategie. Sie entscheidet zukünftig noch stärker über den Markterfolg jedes einzelnen Unternehmens. Nur wer den Mix der Kommunikationskanäle beherrscht, wird in den Märkten von morgen erfolgreich sein.

Erfahren Sie auf unserer Handelsblatt Jahrestagung, welche Instrumente Sie morgen benötigen, um Ihre Kunden zu gewinnen und dann dauerhaft zu binden. Experten aus namhaften Unternehmen vermitteln Ihnen die Denkanstöße und Handlungsempfehlungen für Ihren Erfolg im Kundenmanagement. Nutzen Sie die Veranstaltung auch als Treffpunkt für anregende Diskussionen mit den Referenten und Teilnehmern.

**Info-Telefon: 02 11.96 86 – 36 15**

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

**Heike Seidel** (Konferenz-Managerin), Konzeption und Inhalt  
**Carolin Peltzer** (Konferenz-Koordinatorin), Organisation  
 E-Mail: carolin.peltzer@euroforum.com

## Sponsoring und Ausstellungen

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

**Jens Neubert** (Sales Manager)  
 Telefon: 02 11.96 86 – 37 23  
 E-Mail: jens.neubert@euroforum.com

## Wen treffen Sie auf dieser Jahrestagung?

Vorstände und Mitglieder der Geschäftsführung sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus Handel, Industrie, Dienstleistungsunternehmen, insbesondere der Abteilungen:

- (Strategisches) Marketing
- Kundenbindung/ Customer Relationship Management
- Kundenmanagement, -service
- Brand Management/ Markenführung
- Vertrieb
- Verkaufsförderung
- Produktmanagement
- Werbung/ Kommunikation

## Medienpartner



# Donnerstag, 17. April 2008

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee  
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 – 9.10

## Begrüßung und Einführung in die Thematik durch den Vorsitzenden

Dr. Wolfgang Martin, Analyst, Wolfgang Martin Team

## Stand und Perspektiven im Customer Management

9.10 – 9.30

### Status Quo 2008 – Facts & Figures zu Kundenbindung und Neukundengewinnung

- Customer Management in Deutschland – Hoffnungen, Realitäten, Perspektiven
- Was wird derzeit in den Unternehmen diskutiert?
- Überblick über die verschiedenen Maßnahmen und deren Einsatz
- Welches Tool eignet sich in welchen Fällen?
- Zielgruppensegmentierung/Targeting
- Welche Konzepte werden wo erfolgreich eingesetzt?

Dr. Wolfgang Martin

## Kundenbindung im Handel – Darauf kommt es an!

9.30 – 10.00

### Kundenbindung über den Preis – Warum der Klassiker so gut funktioniert!

- Reduktion auf das Wesentliche
- Welche Zielgruppen lassen sich über den Preis ansprechen?
- Möglichkeiten der Zielgruppenerweiterung

Jochen F. Obrecht, Geschäftsführer, Quick-Schuh mbH & Co. KG

10.00 – 10.30

### Auf die Dauer hilft nur Power

- Erfolgskonzepte für den Mittelstand
- Jubiläumsverkäufe und Co. als Kundenbindungsinstrument beim Umsatzmotor „Mode“

Peter Schütte, Geschäftsführer, Modehaus Peter Schütte

10.30 – 11.00

Pause mit Kaffee und Tee im Rahmen der Fachausstellung

11.00 – 11.30

### Servicehandel 2010: Der Wert eines Kunden – Ein Praxisbericht aus der Sicht des Fachhandels

- Kundenbindung durch Problemlösung: Preise binden keine Kunden!
- Wettbewerbsfaktor Mensch: Individualität und Begeisterung
- Information und Aufklärung: Qualität und Leistung für den Kunden greifbar machen
- Kundenbindung als Investition begreifen und als Mittel zur Wertschöpfung nutzen

Elmar Fedderke, Prokurist, Walgenbach GmbH & Co. KG

## International Customer Management – Ein Blick über den Tellerrand

11.30 – 12.00

### Kundenmanagement beim größten Detailhändler der Schweiz

- Kundenmarketing in der Migros
- Vorstellung Kundenbindungsprogramm M-CUMULUS
- Kundenorientierte Kommunikation

Nicole Dietiker, Leiterin Kundenmarketing, Migros-Genossenschafts-Bund

12.00 – 12.30

### Österreich: Die Data-Warehouse-, Data-Mining- und Kundenkartenlösung bei bauMax für nachhaltigen Erfolg im CRM

Mag. Werner Neuwirth-Riedl, Vorstand, bauMax AG

12.30 – 12.40

### Diskussion mit Referenten und Teilnehmern

12.40 – 14.00

Gemeinsames Mittagessen



Dr. W. Martin



J. F. Obrecht



P. Schütte



E. Fedderke



N. Dietiker



Mag. W. Neuwirth-Riedl

# Donnerstag, 17. April 2008

## Kundenprogramme auf dem Prüfstand

14.00 – 14.30

### Verkaufsförderungsmaßnahmen im Rahmen von CRM-Programmen – Aktuelle Studienergebnisse aus der Schweiz

- Key Learnings der Studie
- Übertragbarkeit auf andere Bereiche
- Im Fokus: Die Nutzenwahrnehmung von Coupons durch Konsumenten

**Dr. Sven Köhler**, Leiter des Instituts für Allgemeine BWL, Kalaidos Fachhochschule

14.30 – 15.00

### Coop Supercard – Das größte Schweizer Kunden-treueprogramm im Fokus

- Kundenbindungsprogramme in der Schweiz – Was ist anders?
- Aufbau des Programms und laufende Weiterentwicklung
- Herausforderungen aus Sicht des Programm-Betreibers und aus Kundensicht
- Ausblick in die Zukunft

**Benedikt Pachlatko**, Leiter Kundenprogramme/ Supercard, Coop

15.00 – 15.30

### Kundenbindungsmaßnahmen im Spielwaren-Einzelhandel durch zielgruppengerechtes Direktmarketing

- Mechanismen zur Steigerung der Kaufhäufigkeit
- Potenziale zur Kompetenzstärkung in einzelnen Sortimentskategorien
- Geburtstagsgeschenke als Umsatzmultiplikator

**Jan Hinrichs**, Vorstand, Spiele Max AG

15.30 – 16.00

Pause mit Kaffee und Tee im Rahmen der Fachausstellung

16.00 – 16.30

### Neue Wege bei der Kundenbindung im Einkaufscenter rund um die MY SHOPPING CARD

**Stephan Kugel**, Geschäftsführer Centermanagement, ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG

## Die neue Welt der Bonusprogramme: Wie Sie Ihre Kunden erfolgreich erreichen!

16.30 – 17.00

### Kleine Preise – Große Wirkung?

- Managen Sie Ihre Promotion-Strategie
- Profitable Promotions – Faktoren, die Sie für Ihr Promotion-Portfolio beachten sollten
- Promotion-Benchmarks – Wie effektiv sind unterschiedliche Promotion-Formen?

**Michaela Hockenberger**, Director Marketing & Corporate Communications, The Nielsen Company

17.00 – 17.30

### Einkaufen ist täglicher Volksentscheid und Marketing heißt Verkaufen!

- Die Rahmenbedingungen – Wie aus Herausforderungen Chancen werden
- Der Shopper ist der Boss – Dem Kunden noch mehr Lust auf Ihre Produkte machen
- Customer Lifetime Value – Kundentreue ist der Schlüssel zum Reichtum
- Vertrauen als Grundlage – Von der Trademark zur Trustmark
- Point of Sale Marketing – Vom Punkt der Langeweile zum Point of Success
- Trends und Erfolgsbeispiele bei Handelspromotions

**Bert Martin Ohnemüller**, Inhaber, BMO – Bert Martin Ohnemüller GmbH & Co. KG

17.30 – 18.00

### Kundenmanagement bei KARSTADT – Erfolgsfaktoren und neue zukunftsweisende Ansätze

**Ulrich Schumacher**, Bereichsleiter Kundenmanagement, KARSTADT Warenhaus GmbH

18.00 – 18.15

### Diskussion mit Referenten und Teilnehmern und Zusammenfassung des ersten Tages

18.15

Ende des ersten Tages

Im Anschluss laden wir Sie herzlich zu einem Get-Together ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, mit Referenten und Teilnehmern ins Gespräch zu kommen und lassen Sie den Tag Revue passieren.



Dr. S. Köhler



B. Pachlatko



J. Hinrichs



S. Kugel



M. Hockenberger



B. M. Ohnemüller



U. Schumacher

# Freitag, 18. April 2008

8.30 – 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

## Kundenmanagement im B2B-Bereich – Mit den richtigen Strategien zu mehr Erfolg!

9.00 – 9.30

### Praxisbeispiel: Multi-Level-Kundenbindung für B2B-, B2C- und B2E-Zielgruppen

- Ausgangslage für das Kundenbindungssystem
- Zielsetzungen
- Die Bausteine des Multi-Level-Kundenbindungsprogramms
- Innovatives Database-Marketing

**Gregor Buchmann**, Director Sales, easycash loyalty solutions GmbH

**Co-Referent aus der Praxis** (in Absprache)

9.30 – 10.00

### Marketingplanung mit Plan – Strategien für ein ergebnisorientiertes Marketing

- Marketing in der Beweisnotfalle – Was ist der Return on Marketing Investment?
- Der Planungsprozess als zentraler Hebel für die (Neu-)Positionierung der Marketingorganisation
- Sieben Stufen zu einer effizienten Marketingplanung und Implementierung bei SAP Deutschland

**Dr. Ralf E. Strauß**, Leiter Marketing SAP Deutschland, SAP Deutschland AG & Co. KG

## Das Internet als Direktmarketing-Plattform und der optimale Mix von On- und Offline-Maßnahmen

10.00 – 10.30

### Beziehungsmanagement im Zeitalter des Web 2.0

- Phoenix aus der Asche: Wie das Internet zu immer neuen Höhenflügen ansetzt
- Facebook, YouTube, Wikipedia & Co.: Nutzerbeteiligung als treibende Kraft

- Die neue Macht der Vertrauensfilter: Wie Social Networks den Zugang zum Kunden steuern
- Das Web wird verschwinden, Engagement Marketing bleibt: Beziehungsmanagement in der digitalen Welt von morgen

**Dr. Christian Bachem**, Partner, .companion: Strategieberatung

10.30 – 11.00

Pause mit Kaffee und Tee im Rahmen der Fachausstellung

11.00 – 11.30

### Kanalübergreifende Nutzung von Kundenkarten: Die erfolgreiche Verknüpfung von On- und Offline- Maßnahmen

- Der Kundenkartenclub VIF – Ansprache zwischen Filiale und Internet
- Wo liegt die Zukunft der Kundenkarten?

**Michael Jacobs**, Bereichsleiter Marketing & Kommunikation, Ludwig Görzt GmbH

11.30 – 12.00

### Zwischen Coolness und Business: Erfolgreiche Kundenbindung bei einer jungen Zielgruppe

- Den Kunden mit Multi-Channel-Marketing ins Boot holen
- Internet-Communities, Affiliate Programme & Co. – Was lässt sich wo einsetzen?

**Titus Dittmann**, Geschäftsführer, Titus AG

12.00 – 12.30

### Herausforderung Longtailgeschäft im PC-Handel – Wie PC-Spezialist mit höchst erklärungsbedürftigen Produkten umgeht

- Der Longtail im PC-Handel
- Wie aus Mitarbeitern Mitproduzenten werden
- Einführung von Wikis
- Mitarbeiter werden Internetredakteure
- Franchisenehmer und -geber vertauschen teilweise ihre Rollen
- Wie der Kunde in den Beratungsprozess integriert wird

**Frank Roebbers**, Vorstandssprecher, SYNAXON AG



G. Buchmann



Dr. R. E. Strauß



Dr. C. Bachem



M. Jacobs



T. Dittmann



F. Roebbers

# Freitag, 18. April 2008

12.30 – 13.00

## Der FRoSTA Blog: Neue Wege in der Kundenkommunikation

- Was ist bei der Einführung eines Corporate-Blogs zu beachten?
- Wie können Blogs für das Kundenmanagement geschickt genutzt werden?
- Erfahrungen aus den ersten beiden Jahren

**Felix Ahlers**, Vorstand Marketing/Vertrieb, FRoSTA AG

13.00 – 14.15

Gemeinsames Mittagessen

## Optimieren Sie Ihre Daten und gewinnen Sie das Vertrauen der Konsumenten!

14.15 – 14.45

### Optimierung des analytischen CRM durch Data Fusion Techniken

- Zusammenführung von Informationen aus verschiedenen Datenquellen mit Hilfe von speziellen Verfahren des Data Mining und der multivariaten Statistik
- Durchführung von Kundenanalysen mit kombinierten Datenquellen zur effizienteren individuellen Kundenansprache
- 360°-Sicht auf den Kunden: holistische Kundensegmentierung oder detaillierteres „Behaviour Forecasting“ zusätzlich mit Hilfe von „soft facts“, wie z.B. Bedürfnissen, Einstellungen, Zufriedenheiten, etc.

**Dr. Stefan Tuschl**, Director Modelle und Methoden, TNS Infratest

14.45 – 15.15

### Customer Loyalty 2.0 – Die Werttreiber moderner Loyalitätsprogramme im B2C

- Was zeichnet führende Programme im Handel aus?
- Welche Zusammenhänge sind zu beachten?
- Zusatznutzen, Incentivierung und segmentierte Kommunikation im Zusammenspiel

**Bernd Bednorz**, Leiter Marketing, Sinn Leffers GmbH

**Marcus Wailersbacher**, Prokurist/Director Consulting und New Business, defacto marketing GmbH

15.15 – 15.45

### Geomarketing: Der zielgerichtete Einsatz für eine optimierte Marketing- und Vertriebssteuerung

- Die geographische Komponente – Wo sind meine Kunden und Märkte?
- Kleinräumige, kanalspezifische Aussteuerung der Mediaplanung
- Optimierung der Vertriebsgebiete mit Hilfe mikrogeographischer Potenzialdaten

**Jonathan Überall**, Teamleiter Customer Intelligence, Versatel AG

15.45 – 16.00

### Abschlussdiskussion und Zusammenfassung

16.00

Ende der Jahrestagung



F. Ahlers



Dr. S. Tuschl



B. Bednorz



M. Wailersbacher



J. Überall

## Der Sponsor der Jahrestagung



Die **SAP AG**, mit Hauptsitz in Walldorf, ist der weltweit führende Anbieter von Unternehmenssoftware. Das Portfolio der SAP umfasst Geschäftsanwendungen für große Unternehmen und den Mittelstand. Mit mehr als 25 branchenspezifischen Lösungsportfolios unterstützt SAP Kernprozesse u.a. in Handel, Finanzen, High-Tech, Gesundheitswesen und in öffentlichen Verwaltungen. Damit sind Organisationen in der Lage, ihre Geschäftsprozesse intern sowie mit Kunden, Partnern und Lieferanten erfolgreich zu organisieren und die betriebliche Wertschöpfung maßgeblich zu verbessern. SAP-Anwendungen sind bei über 39.400 Kunden in mehr als 120 Ländern im Einsatz. SAP ist heute der weltweit drittgrößte unabhängige Softwareanbieter mit knapp 40.500 Mitarbeitern, davon mehr als 14.300 in Deutschland. Weitere Informationen unter: [www.sap.de/crm](http://www.sap.de/crm)

### **SAP Deutschland AG & Co. KG**

Hasso-Plattner-Ring 7, 69190 Walldorf  
 Ansprechpartner: Ralf Heeke  
 Senior Marketing Manager  
 SAP CRM - Marketing, Sales & Service  
 Telefon: +49 (0) 18 05.34 34 24  
 Telefax: +49 (0) 18 05.34 34 20  
 E-Mail: [info.germany@sap.com](mailto:info.germany@sap.com)

## Folgende Aussteller haben bereits zugesagt



Die **Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG**, ein Gemeinschaftsunternehmen der Deutschen Post AG und der Bertelsmann AG. Mit stets innovativen Dienstleistungen sind wir die Nr. 1 im Bereich der Adressaktualisierung in Deutschland und gehören zu den Marktführern in Europa. Ausführliche Informationen zu allen Leistungen erhalten Sie auf unserer Website [www.postadress.de](http://www.postadress.de)

### **Deutsche Post Adress GmbH & Co. KG**

Am Anger 33, 33332 Gütersloh  
 Ansprechpartner: Thomas Fortkord  
 Telefon: +49 (0) 52 41.53 93 - 0  
 Telefax: +49 (0) 52 41.53 93 - 49  
 E-Mail: [thomas.fortkord@postadress.de](mailto:thomas.fortkord@postadress.de)



Die **easycash loyalty solutions GmbH** ist deutscher Marktführer für die Implementierung und Betreuung von individuellen Kundenbindungsprogrammen. Mit Sitz in Hamburg und 76 Mitarbeitern ist das Unternehmen das erfahrenste Kompetenzzentrum für Kundenbindungslösungen im Lande. Seit 2007 ist loyalty solutions ein Unternehmen der easycash-Gruppe, Deutschlands größtem Anbieter bargeldloser Zahlungsverkehrslösungen.

### **easycash loyalty solutions GmbH**

Albert-Einstein-Ring 3, 22761 Hamburg  
[www.easycash-loyaltysolutions.de](http://www.easycash-loyaltysolutions.de)  
 Ansprechpartner: Gregor Buchmann  
 Telefon: +49 (0) 40.8 99 50 - 1 21  
 Telefax: +49 (0) 40.8 99 50 - 2 90  
 E-Mail: [gregor.buchmann@easycash.de](mailto:gregor.buchmann@easycash.de)

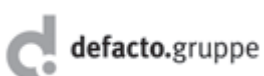


**TNS Infratest** gehört zu einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften der Welt. Für unsere Auftraggeber liefern wir den Wissensvorsprung und die Entscheidungssicherheit im Wettbewerb. Mit EXAMINE verfügt TNS Infratest über ein hocheffektives CRM-Instrument: Strategien und Lösungen für ein holistisches Kundenverständnis, die in ihrer Kombination von Know-how und innovativen Produkten einzigartig sind.

### **TNS Infratest**

Landsberger Straße 338, 80687 München  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)  
 Ansprechpartner: Martin Kögel  
 Telefon: +49 (0) 89.56 00 - 14 06  
 Telefax: +49 (0) 89.56 00 - 11 88  
 E-Mail: [martin.koegel@tns-infratest.com](mailto:martin.koegel@tns-infratest.com)

## Informationsmaterial hält für Sie bereit



Die **defacto gruppe** ist international tätiger Dialogmarketing- und CRM Dienstleister und steht für Markenqualität, klare Serviceorientierung und hohe Mitarbeiterzufriedenheit. Unter dem Dach sind mehrere spezialisierte Einzelunternehmen für Direktmarketing, Research & Consulting, Kreativleistungen, Call Center und Software Lösungen vereint. Dadurch sind alle Unternehmensteile eng miteinander verbunden und hiervon profitieren am meisten unsere Kunden.

### **defacto marketing GmbH**

Am Pestalozziring 1 - 2, 91058 Erlangen  
[www.defacto.de](http://www.defacto.de)  
 Ansprechpartner: Marilena Lichtenauer  
 Telefon: +49 (0) 91 31.7 72 - 0  
 Telefax: +49 (0) 91 31.7 72 - 21 44  
 E-Mail: [marilena.lichtenauer@defacto.de](mailto:marilena.lichtenauer@defacto.de)