

The Finance Marketing Summit

Der neue Jahrestreff für die
Finanzmarketing-Community

26. und 27. August 2009, Maritim Hotel, Frankfurt/Main

1. Deutscher Finanzmarketing-Gipfel

Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Erfolg –
Perspektiven für eine neue Finanzkommunikation!

Die Top-Themen des Kongresses:

- Welche Rolle spielen Marketing und Kommunikation für die Finanzdienstleistungsbranche in Zeiten der Krise?
- Wie kann wieder Vertrauen in Banken, Produkte, Dienstleistungen und die gesamte Branche geschaffen werden?
- Welche Akteure haben die marketingorientierten Herausforderungen der Finanzkrise erfolgreich gemeistert und was sind ihre Erfolgsrezepte?
- Wie können Marketingverantwortliche trotz Budgetrestriktionen ihre Effizienz steigern und Erfolge im immer härteren Wettbewerb erzielen?
- Was müssen Werbe- und Medienpartner der Banken, Versicherungen und Fondsgesellschaften heute leisten?

Es referieren und diskutieren u.a.:



Dr. Lutz R. Raettig,
Sprecher des Präsidiums,
Frankfurt Main Finance e.V.;
Vorsitzender des Aufsichtsrates
der Morgan Stanley Bank AG



Frank Strauß
Vorsitzender der
Geschäftsleitung Privat- und
Geschäftskunden Deutschland,
Deutsche Bank AG



Peter M. Endres,
Vorstandsvorsitzender,
KarstadtQuelle
Versicherungen



Lars Hille,
Kapitalmarktvorstand, Leiter
Privatkundengeschäft,
Aktiengeschäft, Handel sowie
Research und Volkswirtschaft,
DZ Bank AG



Carsten Maschmeyer
AWD-Gründer



Klaus Oskar Schmidt
Vorstand Marketing und
Vertrieb, ING-DiBa AG



Thomas Richter
Geschäftsführer,
DWS Investment GmbH



Michael Schramm
persönlich haftender
Gesellschafter,
Hauck & Aufhäuser



Joseph K. Gross
Head of Centre of Competence
Market Management,
Allianz SE



Wolfgang Schmitz
Vorstand Privatkunden,
Kreissparkasse Köln



Dr. Helge Lach
Vorstand
Marketing und Vertrieb,
Deutsche Vermögens-
beratungs AG (DVAG)



Oliver Brüß
Vorstand
Sprecher des Vorstands,
Advocard
Rechtsschutzversicherung AG



Martin Daut,
CEO,
Cortal Consors Deutschland



Dr. Oliver Mihm
Vorstand (CEO),
Investors Marketing AG

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

Matthias Bart,
Geschäftsführer,
SEB Asset Management AG

Detlef Frank,
Mitglied des Vorstands,
HUK24 AG

Matthias Glas,
Geschäftsführer Banken & Finanzintermediäre,
Allianz Global Investors
Kapitalanlagegesellschaft mbH

Dirk Huefnagels,
Leiter Privatkundenmarketing,
HypoVereinsbank AG und Bank Austria

Carsten Jung,
Vorstand Vertrieb und Privatkunden,
Berliner Volksbank eG

Jürgen Lieberknecht,
Vorstand Marketing und Produkte,
Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA

Alexander Maresch,
Head of Public Distribution and Marketing Europe,
DWS Investment GmbH

Bernd M. Michael,
Präsident, Deutscher Marketing-Verband;
Inhaber, BMM Büro für Markenarchitektur

Hans-Joachim Reinke,
Mitglied des Vorstandes,
Union Asset Management Holding AG

Stefan Seip,
Hauptgeschäftsführer/Director General,
BVI Bundesverband Investment und
Asset Management e.V.

Prof. Dr. Jens Weidner,
Professor für Kriminologie/Erziehungswissen-
schaften, Fakultät Wirtschaft & Soziales, Hoch-
schule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

Jetzt anmelden –
Teilnahme sichern!
www.conferencegroup.de

Initiatoren:

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

INVESTORS
marketing
Management Consultants

Veranstalter:

the conference group
worldwide business events

Ein Beteiligungsunternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Partner:

DWS
INVESTMENTS
Deutsche Bank Gruppe

IMR

Institute for Marketing Research

NEW MARK
Finanzkommunikation

Medienpartner:

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

BANKMAGAZIN
versicherungs
magazin

Bloomberg

www.conferencegroup.de/finanzmarketing • Telefax: 069 7595 3030 • E-Mail: info@conferencegroup.de

Das Programm des 1. Deutschen Finanzmarketing-Gipfels 2009

1. Veranstaltungstag – Mittwoch, 26. August 2009

9.30 – 9.40

Eröffnung des 1. Deutschen Finanzmarketing-Gipfels durch die Vorsitzenden
Dr. Oliver Mihm¹, CEO, Investors Marketing Management Consultants
Jürgen Scharrer², Chefredakteur, HORIZONT

Bedeutung des Finanzmarketing in und nach der Vertrauenskrise

9.40 – 10.10 Eröffnungsvortrag

Kann Kommunikation (allein) die Finanzbranche aus der Krise führen?
Wie käuflich ist Vertrauen?

Bernd M. Michael³, Präsident, Deutscher Marketing-Verband;
Inhaber, BMM Büro für Markenarchitektur

10.10 – 10.40 Keynote

Ein starker Finanzplatz braucht eine starke Kommunikation!
Lehren aus der Kommunikation der Finanzdienstleistungsbranche in Zeiten der Krise

Dr. Lutz R. Raettig⁴, Sprecher des Präsidiums, Frankfurt Main Finance e.V.;
Vorsitzender des Aufsichtsrates der Morgan Stanley Bank AG

Part 1: Banken

10.40 – 11.00 Impulsreferat

Vertrauenswachstum versus Ertragswachstum

Frank Strauß⁵, Vorsitzender der Geschäftsleitung Privat- und Geschäftskunden
Deutschland, Deutsche Bank AG

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

11.30 – 12.10

Präsentationsrunde mit Top-Repräsentanten der Branche

Perspektiven 2010

Wie lässt sich das Vertrauen der Kunden (zurück)gewinnen?
Welche Strategien sind zielführend? Qualitäts- versus Preiskommunikation?
Was müssen Marktverantwortliche zukünftig beachten?

Diskutanten:

Frank Strauß⁵, Vorsitzender der Geschäftsleitung Privat- und Geschäftskunden
Deutschland, Deutsche Bank AG

Carsten Maschmeyer⁶, AWD-Gründer

Lars Hille⁷, Kapitalmarktvorstand, Leiter Privatkundengeschäft, Aktiengeschäft,
Handel sowie Research und Volkswirtschaft, DZ Bank AG

Michael Schramm⁸, persönlich haftender Gesellschafter,
Hauck & Aufhäuser Privatbankiers KGaA

Moderation: **Peter Rensch**⁹, Chefredakteur, Bankmagazin

Special: Besondere Herausforderungen für Sparkassen und VR-Banken

12.10 – 12.30 Impulsreferat

Sind Verbundinstitute aus Sicht der Kunden die Gewinner der Finanzkrise?
Vertrauen ist der Anfang von allem... – die Kommunikation der Sparkasse

Christian Achilles³⁰, Leiter Kommunikation und Medien,
Deutscher Sparkassen- und Giroverband

12.30 – 13.10

Präsentationsrunde mit Top-Repräsentanten der Branche

Perspektiven 2010

Wie stark unterscheidet der Kunde zwischen Großbanken und Regionalen Instituten?
Wie erfolgreich ist werbebasierte Vertrauenskommunikation? Reichen Nähe, Service und gute Beratung dauerhaft im Kampf um den Kunden? Was müssen Marketingverantwortliche der Sparkassen und VR Banken in Zukunft beachten?

Diskutanten:

Wolfgang Schmitz¹⁰, Vorstand Privatkunden, Kreissparkasse Köln

Carsten Jung¹¹, Vorstand Vertrieb und Privatkunden, Berliner Volksbank eG

Klaus Oskar Schmidt¹², Vorstand Marketing und Vertrieb, ING-DiBa AG

Jürgen Lieberknecht¹³, Vorstand Marketing und Produkte,
Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA

Moderation: **Gerald Braunberger**, verantwortlicher Redakteur Finanzen, FAZ

13.10 – 14.10 Kommunikations- und Mittagspause

Part 2: Versicherungen

14.10 – 14.30 Impulsreferat

Marketing in der Assekuranz – die unterschätzte Perspektive

Peter M. Endres¹⁴, Vorstandsvorsitzender, KarstadtQuelle Versicherungen

14.30 – 15.10

Präsentationsrunde mit Top-Repräsentanten der Branche

Perspektiven 2010

Wie kann Marketing den Vermittler erfolgreicher unterstützen?

Sales Compliance: Konsequenzen für die Kommunikation und Produktpolitik?

Vom Direktgeschäft lernen?

Diskutanten:

Dr. Helge Lach¹⁵, Vorstand Marketing und Produkte, Deutsche Vermögensberatung (DVAG)

Joseph K. Gross¹⁶, Head of Centre of Competence Market Management, Allianz SE

Peter M. Endres¹⁴, Vorstandsvorsitzender, KarstadtQuelle Versicherungen

Martin Daut¹⁷, CEO, Cortal Consors Deutschland

Moderation: **Bernhard Rudolf**¹⁸, Chefredakteur, Versicherungsmagazin

15.10 – 15.40 Kommunikations- und Kaffeepause

Part 3: Asset Management

15.40 – 16.00 Impulsreferat

Marktorientierte Herausforderungen 2010

Ein Teilnehmer der Präsentationsrunde

16.00 – 16.40

Präsentationsrunde mit Top-Repräsentanten der Branche

Perspektiven 2010

Was kommt auf die Branche zu?

Was sind die Strategien führender Player? Wie kommen sie gestärkt aus der Krise?

Was müssen Marketingverantwortliche zukünftig beachten?

Diskutanten:

Matthias Bart¹⁹, Geschäftsführer, SEB Asset Management AG

Thomas Richter²⁰, Geschäftsführer, DWS Investment GmbH

Matthias Glas²¹, Geschäftsführer Banken & Finanzintermediäre,
Allianz Global Investors Kapitalanlagegesellschaft mbH

Hans-Joachim Reinke²², Mitglied des Vorstandes, Union Asset Management Holding AG

Stefan Seip²³, Hauptgeschäftsführer/Director General, BVI Bundesverband
Investment und Asset Management e.V.

Moderation: **Hubertus Väth**²⁴, Geschäftsführer, NewMark Finanzkommunikation

16.40 – 17.15 Abschlussvortrag

Die Peperoni-Strategie. Setzen Sie sich durch, um Gutes zu tun!

Prof. Dr. Jens Weidner²⁵, Professor für Kriminologie/Erziehungswissenschaften,
Fakultät Wirtschaft & Soziales, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

ca. 17.15

Ende des 1. Tages

18.00 – 19.00 Preisverleihung

Erstmalige Verleihung des PEGASUS – Der Zukunftspreis für die Finanzindustrie

Begrüßung und Vorstellung des PEGASUS

Dr. Oliver Mihm¹, CEO, Investors Marketing Management Consultants

Verleihung des PEGASUS in den Kategorien Kreditinstitute, Versicherungen und Fondsgesellschaften

anschließend Get-Together



Das Programm des 1. Deutschen Finanzmarketing-Gipfels 2009

2. Veranstaltungstag – Donnerstag, 27. August 2009

Differenzierungsstrategien im Finanzmarketing – Aktuelle Trends und Praxisbeispiele für mehr Marketingerfolg

9.25 – 9.30

Begrüßung durch die Vorsitzenden

Dr. Oliver Mihm¹, CEO, Investors Marketing Management Consultants
Jürgen Scharer², Chefredakteur, HORIZONT

9.30 – 10.00 Keynote

Markt Management: Kundenorientierung als Geschäftsmodell

Joseph K. Gross¹⁶, Head of Centre of Competence Market Management, Allianz SE

Vertriebs- und Produktpolitik

10.00 – 10.30 Praxisbeispiel

Vertrauensbildende Produkt- und Preispolitik

Jürgen Lieberknecht¹³, Vorstand Marketing und Produkte, Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA

10.30 – 11.00 Praxisbeispiel

Das Internet als Informations- und Abschlusskanal für Versicherungen am Beispiel der HUK 24

Detlef Frank²⁶, Mitglied des Vorstands, HUK24 AG

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Neukundengewinnung und Kundenbindung

11.30 – 12.00 Praxisbeispiel

Vertriebserfolge durch Kooperationen schaffen –

Der FC Bayern München und die HypoVereinsbank

Dirk Huefnagels²⁷, Leiter Privatkundenmarketing, HypoVereinsbank AG und Bank Austria

12.00 – 12.30 Praxisbeispiel

Effizientes Markenmanagement im Rahmen der „3K-Strategie“

(Kundengewinnung, Kundenservice, Kundenbindung)

Oliver Brüb²⁸, Sprecher des Vorstands, Advocard Rechtsschutzversicherung AG

Marke und Vertrauen

12.30 – 13.00 Praxisbeispiel

Die Bedeutung der Marke DWS für den Vertriebserfolg

Alexander Maresch²⁹, Head of Public Distribution and Marketing Europe, DWS Investment GmbH

13.00 Schlusswort und Ende des 1. Deutschen Finanzmarketing-Gipfels 2009

13.10 – 14.30

Gemeinsame Mittagspause als Abschluss der Veranstaltung

Customers Future Financial Partner of the Year

PEGASUS – Der Zukunftspreis für die Finanzindustrie

Mit dem PEGASUS verleihen die Veranstalter im Rahmen des Finanzmarketing-Gipfels erstmalig einen Publikumspreis für diejenigen Finanzunternehmen, die aus Sicht der Kunden künftig erfolgreicher sein werden als ihre Wettbewerber. Die Auszeichnungen werden jährlich in den Kategorien Kreditinstitute, Versicherungen und Fondsgesellschaften vergeben.

Der PEGASUS verkörpert dabei als mythologische Figur das Potenzial, Außergewöhnliches zu leisten und andere zu überflügeln.

Das Besondere

Basis für den PEGASUS ist der von Investors Marketing entwickelte Future Market Performance Indicator (FMPI®), der die zentralen Kriterien abbildet, die für den zukünftigen Markterfolg entscheidend sind. Dabei steht insbesondere die Fragestellung im Fokus, welche Anbieter heute die besten Grundlagen geschaffen haben, um aus Kundensicht zu den Gewinnern von morgen zu zählen.

Der FMPI basiert auf den Erkenntnissen der Kaufverhaltensforschung und setzt sich insbesondere aus Wahrnehmungen/Einstellungen zu Finanzdienstleistern sowie konkreten Handlungsabsichten zusammen.

Erfolgsermittlung

Der FMPI wird jährlich auf Basis einer Marktforschungserhebung unter 5.000 Privatkunden, die Entscheider in Finanzangelegenheiten sind, ermittelt. Dabei werden wesentliche Determinanten des Kauf- und Entscheidungsverhaltens erhoben und Anbieter beispielsweise hinsichtlich Sympathie, Vertrauen, Preis-/Leistungsverhältnis, (Wieder-) Kaufbereitschaft, Empfehlungsbereitschaft, Preis-Premium etc. beurteilt. Diese Ergebnisse werden zu einem aussagekräftigen Indikator für den zukünftigen Markterfolg aus Kundensicht verdichtet.

Die Partner:



DWS Investments steht für das gesamte Publikumsfondsgeschäft der Deutschen Asset Management. Mit über EUR 124 Mrd. verwaltetem Fondsvermögen ist die DWS mit Abstand Marktführer in Deutschland¹⁾.

In Europa verwaltet die DWS derzeit EUR 133 Mrd.²⁾ und steht damit auf Platz 3. Weltweit zählt die DWS mit EUR 231 Mrd.³⁾ verwalteten Geldern zu den größten Fondsanbietern. www.dws.de

1) BVI, 30. April 2009; inkl. DB-Produkte

2) Lipper FMI, 31. März 2009; inkl. DB-Produkte

3) Lipper FMI (Europa), Simfund (USA, Asien, Australien); 31. März 2009. Europazahlen inkl. DB-Produkte



NewMark ist eine auf Finanzkommunikation spezialisierte Agentur mit fundiertem Know-how sowie ausgeprägten Kontakten zu allen relevanten Ansprechpartnern der Branche und führt unter anderem die Geschäfte für Frankfurt Main Finance. www.newmark.de

IMR

Institute for Marketing Research Das **IMR Institute for Marketing Research** ist ein auf Finanzdienstleistungen spezialisiertes Marktforschungsinstitut mit branchenspezifischen Tools und Expertise in weltweiter Expertenforschung für strategische Betrachtungen aktueller und zukünftiger Märkte. www.imr-frankfurt.de

Die Medienpartner:



Die **Frankfurter Allgemeine Zeitung** gilt als die führende Zeitung für Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung und wurde als die beste deutsche Wirtschaftsredaktion bestätigt. Ihr dichtes Korrespondentennetz, das auch die Sonntagszeitung und die Internetausgabe mit Nachrichten, Analysen und Kommentaren beliefert, umspannt den ganzen Erdball. Dazu gehören auch namhafte Experten aus allen Fachgebieten. Gemeinsam stehen sie für eine journalistische Kompetenz, die ihresgleichen sucht. www.faz.net

BANKMAGAZIN

Das **BANKMAGAZIN** ist die größte, unabhängige Fachzeitschrift der Bankenbranche im deutschsprachigen Raum. Unabhängige Experten berichten für Sie monatlich über die wichtigsten Themen aus der Bankenwelt. Weitere Informationen und zwei Ausgaben GRATIS erhalten Sie auf www.bankmagazin.de

versicherungsmagazin

Das **Versicherungsmagazin** ist eine der führenden Versicherungsfachzeitschriften Deutschlands. Unabhängige Experten berichten monatlich über die wichtigsten Themen aus den Bereichen Versicherung und Vertrieb. Weitere Informationen und zwei Ausgaben GRATIS erhalten Sie auf www.versicherungsmagazin.de

Bloomberg

Bloomberg is the leading provider of information for businesses and professionals, and tools with which to analyze, customize and use it. Bloomberg's media services cover the world with more than 2, 200 news professionals at 145 bureaus in 68 countries. The BLOOMBERG TELEVISION® 24-hour network reaches more than 200 million homes around the world. www.bloomberg.com

Mit freundlicher Unterstützung von:



1. Deutscher Finanzmarketing-Gipfel 2009

Einladung

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie heute ganz herzlich zu dem neuen Top-Event für die Finanzmarketing-Branche in Deutschland einladen.

Vor dem Hintergrund der turbulenten Entwicklungen der letzten Monate sind Image und das Vertrauen in die Marke bei vielen Banken, Versicherungen und der Fondsindustrie zum Teil schwer in Mitleidenschaft gezogen worden. Die Bewältigung der Finanzkrise stellt auch vor diesem Hintergrund eine große Herausforderung dar und erfordert dauerhaftes Umdenken. Gleichzeitig bietet sich aber auch die Chance für eine Neupositionierung der gesamten Branche.

Unter dem Motto **Vertrauen, Glaubwürdigkeit und Erfolg – Trends, Perspektiven und Strategien für die Finanzbranche!** veranstaltet The Conference Group erstmals am 26. und 27. August 2009 im Maritim Hotel Frankfurt den **1. Deutschen Finanzmarketing-Gipfel 2009**.

Die Initiatoren der Veranstaltung, HORIZONT und die Managementberatung Investors Marketing, werden auf dieser neuen Jahresveranstaltung für die Finanzmarketing-Community ab sofort jährlich die marktorientierten Entscheider der Finanzbranche zusammen bringen.

Am ersten Kongresstag werden diese die aktuellen Herausforderungen aufzeigen und über Strategien und Wege einer zukünftig erfolgreichen Marktbearbeitung diskutieren. Zahlreiche Praxisvorträge erfolgreicher Unternehmen der Finanzbranche geben am zweiten Tag detaillierten Einblick in deren Strategien.

Folgende Fragen stehen dabei im Fokus der Veranstaltung:

- **Wem wird der Kunde in Zukunft vertrauen und vor allem warum?**
- **Wie wird die Krise die Produkt- und Preispolitik zukünftig beeinflussen?**
- **Wie sehen konkret die Erfolgsstrategien der Marketingstrategen zur Gewinnung und Bindung verunsicherter Kunden aus?**

Erfahren Sie aus erster Hand, wer die marketingorientierten Herausforderungen der Finanzkrise erfolgreich gemeistert und im Wettbewerb innovativer und effizienter Vermarktungskonzepte die Nase vorn hat.

Wir freuen uns auf eine spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen am 26. und 27. August in Frankfurt.

Mit besten Grüßen

Markus Gotta
Bereichsgeschäftsführer
HORIZONT

Dr. Oliver Mihm
Vorstand (CEO)
Investors Marketing

Dr. Erhard Bost
Geschäftsführer
The Conference Group

Begleitende Fachausstellung

Der Marktplatz für die Finanzmarketing-Community

Auf der begleitenden Fachausstellung haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner der Werbetreibenden die Möglichkeit, Ihre Ideen und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen den Mediaentscheidern vorzustellen:

- Agenturen
- Marketingservices-Anbieter
- CRM- und Dialogmarketing-Dienstleister
- Consulting

Die Leistungsschau bietet Ihnen somit eine einmalige und hochrelevante Plattform, sich den wichtigsten Entscheidern der Finanzdienstleistungsbranche als kompetenter Partner zu präsentieren.

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?

Dann fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei Frau Nadine Ritscher, The Conference Group, unter Telefon **069 / 7595 - 3021**, per E-Mail nadine.ritscher@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das unten stehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es uns an folgende Faxnummer: **069 / 7595 - 3030**.

Die Initiatoren:

HORIZONT HORIZONT ist die Branchenzeitung für Marketing, Werbung und Medien. Marketingkonzepte der Unternehmen, Trends, Tendenzen im Agenturbusiness, Entwicklung in den klassischen und Nichtklassischen Medien sind nur einige der Branchenthemen die HORIZONT wöchentlich auf den Punkt bringt. www.horizont.net

INVESTORS marketing Die Investors Marketing AG ist eine auf den Finanzmarkt spezialisierte Managementberatung und unterstützt das Management national und international führender Finanzdienstleister, wenn es um die Lösung marktorientierter Fragestellungen geht. www.investors-marketing.de

Fax-Anmeldung: 069 / 7595 - 3030

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns zum **1. Deutschen Finanzmarketing Gipfel 2009** am 26./27. August 2009 in Frankfurt/Main an. Der Teilnahmepreis beträgt 1.190,- Euro zzgl. MwSt. p.P.

Ja, wir sind an der **Teilnahme als Aussteller** an der begleitenden Fachausstellung interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich nähere Informationen zu.

Ja, ich nehme an der **Preisverleihung mit anschließendem Get-Together** am 26. August teil.

Abonnenten von HORIZONT erhalten einen Rabatt von € 150,- auf die Kongressteilnahme. (Bitte ankreuzen!)

1. Name _____
Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail* _____

2. Name _____
Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail* _____

3. Name _____
Vorname _____
Position _____
Firma _____
Straße _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail* _____

- 15 %

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.

Information:

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: info@conferencegroup.de

per Internet: www.conferencegroup.de/finanzmarketing

Termin und Ort:

26./27. August 2009
Maritim Hotel Frankfurt
Theodor-Heuss-Allee 3, 60486 Frankfurt/Main
Telefon: +49 (0) 69 7578-0
Telefax: +49 (0) 69 7578-1000
E-Mail: reservierung_fra@maritim.de
EZ: € 130,00 inklusive Frühstück

Zielgruppe:

Zielgruppe der Veranstaltung sind Entscheider aus der Finanzdienstleistungsbranche – vor allem aus den Bereichen Marketing, Werbung, Kommunikation und Sales – sowie Geschäftsführer und leitende Angestellte aus der Werbe- und Medienbranche.

Zimmerreservierung:

Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Finanzmarketing Gipfel“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 1.190,- (zzgl. MwSt.). Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und

Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:

Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.