



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

INKL. VERLEIHUNG
DES DEUTSCHEN
MARKETING PREISES

42. DEUTSCHER MARKETING TAG

3. Dezember 2015 • ICS Internationales Congresscenter • Stuttgart

Diese Referenten zum Motto „Individualisierung 4.0“ sind u.a. mit dabei:



Jonathan Forster
Managing Director
Spotify EMEA



Lothar Korn
Leiter Vertrieb und
Marketing
Audi Quattro



Kamran Wührmann
Marketing Direktor
Business Unit Deutschland
Bahlsen



Matthias Rolinski
Sales & Marketing Director,
Mitglied der Geschäftsleitung
Carglass



Eva Henry-Künne
Chief Marketing Officer
L'Oréal



Dr. Claudia Bünte
Director Knowledge,
Insights & Planning
Coca Cola



Dr. Jens Thiemer
Vice President Marketing
Mercedes-Benz PKW
Daimler



Julia Jäkel
Vorsitzende der
Geschäftsführung/CEO
Gruner+Jahr



Martin Wild
Chief Digital Officer
Media-Saturn



Dr. Torsten Wingenter
Leiter Digital Innovations
Deutsche Lufthansa

Eine gemeinsame Veranstaltung von:



DEUTSCHER MARKETING VERBAND



Verlagsgruppe Handelsblatt

www.deutschermarketingtag.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Individualisierung 4.0“ heißt das Motto des **42. DEUTSCHEN MARKETING TAGES**, der am 3. Dezember im ICS Internationales Congresscenter Stuttgart stattfindet.

Mehr als 40 nationale und internationale Referenten werden an einem Tag die folgenden Themen diskutieren:

- Welche Herausforderungen kommen auf das Marketing der Zukunft zu?
- Brands Ahead – Zukunftsfähigkeit der Marke
- CMO trifft CIO
- Big Data & Social Media meet CRM
- Mobile Marketing Next Generation
- Programmatic Advertisement: Erfolgsstrategien für den Media-Einkauf
- Flexible Marketingplanung 2.0
- Marketing 2020 – Vom Neuland zum Real-Time Enterprise
- Individualisierung im B2B
- Mass Customization & Dynamic Realtime Pricing
- Marketing-Automatisierung & Total Customer Experience Management

Und auch in diesem Jahr wird am Abend des Kongresses wieder der **DEUTSCHE MARKETING PREIS 2015** verliehen. Der Preis ist seit 1973 die Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing.

Seien auch Sie dabei, wenn aus ganz Deutschland die Marketing-Entscheider zum Branchenevent zusammen kommen.

Melden Sie sich jetzt an zum jährlichen Treffen der Marketing Elite.

Wir freuen uns auf Sie!

Prof. Dr. Ralf E. Strauß
Präsident
Deutscher Marketing Verband e.V.

Christian Thunig
Chefredaktion
absatzwirtschaft

Manuel Wolf
Projektleiter
Management Forum der
Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH



08:30 Einlass und Begrüßungskaffee

09:00 Begrüßung durch den Deutschen Marketing Verband e.V. und den Marketing-Club Region Stuttgart e.V.

Prof. Dr. Ralf E. Strauß,
Präsident,
Deutscher Marketing Verband e.V.

Andreas Küchle,
Präsident,
Marketing-Club Region Stuttgart e.V.



09:05 Evolution of Music Streaming Services – Putting data in context bring customers to the center

Jonathan Forster,
Managing Director,
Spotify EMEA



09:45 Warum wir nicht mehr nur Anzeigen verkaufen. Sondern immer mehr Lösungen.

Julia Jäkel,
Vorsitzende der Geschäftsführung / CEO,
Gruner+Jahr



10:25 Verleihung des Deutschen Wissenschafts Preises 2015 durch den Deutschen Marketing Verband e.V.

Auszeichnung für die herausragende Dissertation im Marketing:

Dr. Nils Wlömert
„Information Technology and Online Content Distribution: Empirical Investigations and Implications for the Marketing of Entertainment Products“

10:40 Kaffeepause, Networking und Besuch des Marketing-Marktplatzes



11:20 „Zukunftsfähigkeit der Marke“ – die Perspektive deutscher Markenentscheider

Alessandro Panella,
Chief Strategy Officer,
GREY Germany



11:30 Roundtable / CMO Chat
Brands Ahead – Zukunftsfähigkeit der Marke



Marcus Haus, Bereichsleiter Marketing, PENNY Markt
Kamran Wührmann, Marketing Direktor Business Unit Deutschland, Bahlsen
Daniela Mündler, Vorstandsvorsitzende, Lottowelt
Alexander Ewig, Geschäftsführer, redblue Marketing (Media-Saturn Holding)
Eva Henry-Künne, Chief Marketing Officer, L'Oréal

12:10 Aufstieg und Fall einer Marke

Peter Kowalsky,
Gesellschafter & Geschäftsführer
INJU
(ehem. Gründer & Geschäftsführer Bionade)



12:40 CMO trifft CIO

Dr. Jens Thiemer,
Vice President Marketing Mercedes-Benz PKW,
Daimler



Nikitas Drakopoulos,
CIO ITM Mercedes-Benz Cars
Daimler



13:10 BEST OF DMV 2015
Die Auszeichnung für erfolgreiches, regionales Marketing

13:30 Marketing Lifetime Award
Ehrenpreis für herausragende Verdienste im Marketing:
Prof. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert



13:45 Mittagspause, Networking und Besuch des Marketing-Marktplatzes



15:00 5 parallele Breakout Sessions

Session 1:

Big Data & Social Media meet CRM

Kommunikation entlang individueller Bedürfnisse – In Echtzeit durch den Einsatz einer Inhouse Data Management Plattform

Jens Pones, Head of Digital Marketing, Immobilienscout24



CosmosDirekt – Erfolg durch massenhaft individualisierte Kundeninteraktion

Dr. Uwe Stuhldreier, Leiter Marketing, CosmosDirekt



Opel OnStar – persönlicher Online- und Service Assistent

Carsten Wreth, Chief Customer Officer & Vice President Customer Experience GME, Opel Group



Session 2:

Mobile Marketing Next Generation

Einkaufserlebnis 4.0 – Digitale Revolution und Personalisierung auf allen Kanälen

Martin Wild, Chief Digital Officer, Media-Saturn



Die IKEA App – Mobile Marketing mit Mehrwert für den stationären Handel

Heiko Klauer, Country Marketing Manager, IKEA



Mobile Services

(u.a. mobiles Selfscanning) im Handel – Auf dem Weg zu „Tante Emma 2.0“

Dr. Thomas Schwetje, CMO/Leiter Marketing und Services, Coop



Pay How You Drive – Das Smartphone als Monitor für individuelles Fahrverhalten und kontextspezifische Angebote

Guido von Scheffer, Managing Director, Motion-S



Session 3:

Programmatic Advertisement: Erfolgsstrategien für den Media-Einkauf

Moderation: Wiebke Kahle, Lead Accenture Media Management



Klassische Marketing-Zielgruppen programmatisch finden und automatisiert optimieren

Viktor Zawadzki, CEO, Spree7



Die richtige Botschaft im richtigen Moment – Erfolgsrezepte des Coca Cola Consumer Interaction Center

Dr. Claudia Bunte, Director Knowledge, Insights & Planning, Coca Cola



Good-bye klassisches Media-Management – Echtzeit-Kampagnen-Optimierung im Online-Vertrieb

Gunter Fritsche, Senior Vice President Internet Vertrieb und Service, Telekom Deutschland



Anschließende Diskussion u.a. mit: **Christof Baron**, CEO Mindshare

Session 4:

Flexible Marketingplanung 2.0

Moderation: Dirk Radetzki, Managing Director DACH, Teradata Marketing Applications



Carglass repariert – Marketingplanung flexibilisiert ... Wie externe Faktoren – z.B. Wetter – unsere Planungen drastisch beeinflussen

Matthias Rolinski, Sales & Marketing Director, Mitglied der Geschäftsleitung, Carglass



Der Weg zur Werbeetatsteuerung 2.0

Marcus Rügge, Leiter Integrierte Vermarktung, Excellence & Budget-Steuerung, Telekom Deutschland



Marketingplanung in einer dreidimensionalen Matrix (Organisation)

Jürgen Griebisch, EVP Brand Neff, Regional Brands, BSH Hausgeräte



Session 5:

Marketing Science meets Practice

Der Einfluss von Trends in sozialen Netzwerken auf die Nachfrage von Konsumenten

Prof. Dr. Michel Clement, Professur für Marketing und Medienmanagement, Universität Hamburg



ECO: Akquisition von Neukunden auf Preisvergleichsseiten

Prof. Dr. Ju-Young Kim, Professur für Service Management, Karlsruher Institut für Technologie



Einsatz von Market Maps zur Wettbewerbsanalyse auf digitalen Märkten

Prof. Dr. Bernd Skiera, Professur für Electronic Commerce, Goethe-Universität Frankfurt



16:30 Kaffeepause, Networking und Besuch des Marketing-Marktplatzes



17:00 5 parallele Breakout Sessions

Session 6:

Marketing 2020 – Vom Neuland zum Real-Time Enterprise

Moderation: Andreas Helios,
Sr. Group Manager Enterprise Marketing
Central Europe, Adobe



Unbegrenzte Kreativität aus dem Netz – Crowdstorming mit Jovoto

Bastian Unterberg,
CEO und Gründer, Jovoto



Die Mission: Männer mit Personal Shopping begeistern

Julia Bösch, Co-Founder & Managing
Director, OUTFITTERY



Home Delivery Services ... der nächste Evolutionssprung im Lebensmittel-einzelhandel

Boris Frank, Geschäftsführer – CMO,
Bringmeister



Discover. Save. Do – Wie Pinterest Content Marketing und Abverkauf beeinflussen kann

Jan Honsel,
Country Manager DACH, Pinterest



Session 7:

Individualisierung im B2B

Präzise Loyalitätssteuerung im Direktvertrieb – Kein Problem!

Dr. Karsten Hoppe,
Leiter Marketing Zentraleuropa,
Hilti Deutschland



Individualisierung 4.0 – Ohne Strukturierung 1.5 mehr Anspruch als Realität

Imre Szerdahelyi,
Global Head of Marketing and
Communications,
KraussMaffei Technologies



Integriertes Brand Management, Content Marketing und Storytelling

Tanja Brinks,
Marketingdirektorin, Vaillant



Session 8:

Mass Customization & Dynamic Realtime Pricing

Von 3 Freunden zu einem 400
Mitarbeiter-Unternehmen – Erfolg durch
Mass Customization bei mymuesli.com

Hubertus Bessau,
Mitgründer & Geschäftsführer, CMO,
mymuesli



Individualisierung im Zeitalter der Massenproduktion – Ein Widerspruch in sich?

Lothar Korn,
Leiter Vertrieb und Marketing,
Audi Quattro



Dynamic Realtime Pricing – Die massenhafte Aussteuerung kundenindividueller Preise in Echtzeit ... online, mobil, stationär

Dr. Wolfgang Merkle, Geschäftsführer,
MerCon – Concepts for Retail und
ehem. Director Corporate Marketing,
Tchibo



Session 9:

Marketing-Automatisierung & Total Customer Experience Management

Moderation: Petra Pirron, Head of SME and
Channel Marketing Middle & Eastern Europe, SAP



Mit Marketing-Automatisierung zu einer konsistenten „Customer Experience“

Dr. Torsten Wingenter, Leiter Digital Innovations,
Deutsche Lufthansa



Experience and Progress in driving Customer Centricity @ Bayer Pharma AG

Uwe Dalichow, Head of Global Marketing Operations, Bayer Pharma



Session 10:

Exklusive JUMP-Session

Diese Session wird von speziellen Partnern gestaltet, die aktuelle Themen aus Ihren Bereichen mit den JUMPs als Vertreter der Generation Y erörtern und daraus wertvolle Ergebnisse gewinnen können. Damit unterstützen die Partner die Nachwuchsförderung des Deutschen Marketing Verbandes.



JUMP

18:30 Get Together • Business-Speed-Dating • Networking

20:00 Verleihung des DEUTSCHEN MARKETING PREISES 2015 & After-Show-Party bis in die frühen Morgenstunden

Wir gratulieren dem Preisträger des Deutschen Marketing Preises 2015:



MOTEL ONE

Am Abend des Kongresses verleihen wir die Premium-Auszeichnung für eine Spitzenleistung im deutschen Marketing, die auch über die Branche hinweg Relevanz besitzt. „Motel One hat dem stark umkämpften Hotelleriemarkt eine ganz neue Kategorie hinzugefügt. Der beeindruckende Erfolg zeugt von großem unternehmerischen Mut und Leidenschaft für die Marke“, sagt Prof. Dr. Ralf Strauß, Jury-Vorsitzender und Präsident des Deutschen Marketing Verbands. Die Gründer der europäischen Budget Design Hotelkette werden die Trophäe im Rahmen einer feierlichen Gala entgegen nehmen. Seien Sie dabei!



Partner GOLD:



Accenture ist ein weltweit agierender Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister mit mehr als 358.000 Mitarbeitern, die für Kunden in über 120 Ländern tätig sind. Als Partner für große Business-Transformationen bringen wir umfassende Projekterfahrung, fundierte Fähigkeiten über alle Branchen und Unternehmensbereiche hinweg und Wissen aus qualifizierten Analysen der weltweit erfolgreichsten Unternehmen in eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden ein. Die Unternehmenssparte Accenture Digital bietet ein weitreichendes Spektrum an Dienstleistungen in den Bereichen Digitales Marketing, Mobilität und Analytics. Wir helfen Unternehmen mittels digitaler Technologien das Wachstum zu fördern und neue Wertschöpfungsquellen zu erschließen. Dank unseres umfassenden digitalen Verständnisses liefern wir praxisorientierte Lösungen, erzielen greifbare Ergebnisse dank virtueller Technologien und tragen so maßgeblich zur Steigerung des Unternehmenserfolges bei. www.accenture.com/de-de/digital-index



Adobe ist der weltweit führende Anbieter für Lösungen im Bereich digitales Marketing und digitale Medien. Mit den Werkzeugen und Diensten von Adobe können Kunden atemberaubende digitale Inhalte entwickeln und sie auf allen Medien und über alle Geräte hinweg bereitstellen, ihren Erfolg messen und dauerhaft optimieren sowie mit den daraus gewonnenen Erkenntnissen den Geschäftserfolg maximieren. Über die Adobe Marketing Cloud Die Adobe Marketing Cloud versetzt Unternehmen in die Lage, große Datenmengen für die personalisierte Ansprache und Aktivierung ihrer Nutzer über alle Devices und digitalen Touchpoints gewinnbringend zum Einsatz zu bringen. Acht integrierte Lösungen bieten ein komplettes Set an Marketing-Technologien für Analytics, Web und App Experience Management, Testing und Targeting, Advertising, Audience Management, Video, Social Engagement und Kampagnen-Orchestrierung. Die Verknüpfung mit der Adobe Creative Cloud macht es dabei besonders einfach, kreative Assets über alle Marketingkanäle hinweg zu aktivieren. Tausende von Marken, darunter zwei Drittel der Fortune-50-Unternehmen, setzen weltweit auf die Adobe Marketing Cloud mit über 30,4 Billionen Transaktionen pro Jahr. www.adobe.com/de



SAP hat nur ein Ziel: Wir wollen jedem Kunden helfen, mehr zu erreichen. SAP befindet sich im Zentrum der gegenwärtigen Technologierevolution und entwickelt Innovationen, die nicht nur unseren Kunden helfen, ihre Arbeitsabläufe zu optimieren, sondern auch das Leben von Menschen auf der ganzen Welt verbessern. Durch Customer Engagement & Commerce-Lösungen von SAP erhalten Sie eine Sicht auf Ihre Kunden. Die Voraussetzung um Ihre Kunden entlang der gesamten Customer Journey zu begeistern und langfristig zu binden. Über alle Kanäle. In Echtzeit. Im richtigen Kontext. Sie setzen Ihre Budgets und Ressourcen optimal ein, automatisieren Abläufe und beschleunigen interne und externe Kommunikation. www.sap.de/cmo



Teradata Corp. ist ein weltweit führender Anbieter von integrierten Marketingapplikationen und von Big-Data-Analyse-Lösungen. Mit rund 11.500 Mitarbeitern in 77 Ländern betreut Teradata mehr als 2.500 Kunden, zu denen Top-Unternehmen aus allen wichtigen Branchen gehören. Die Business Unit Teradata Applications stellt Marketingverantwortlichen umfassende und integrierte Technologie-Lösungen zur Planung, Umsetzung und Analyse aller Marketingaktivitäten zur Verfügung. Die Vision von Teradata ist ein data-driven Marketing welches Entscheider in die Lage versetzt, in real-time und mit einem hohen Automatisierungsanspruch einen personalisierten Dialog mit den Kunden zu führen. Schwerpunkte der anerkannten Lösungen sind Marketing Resource Management, Omni-Channel Marketing, Digital Marketing sowie Marketing Analytics. Weitere Informationen finden Sie unter <http://marketing.teradata.com/>.

Partner SILBER:



TNS Infratest ist eines der renommiertesten Institute für Marktforschung und Marketingberatung, das seit über 60 Jahren seinen Premiumanspruch in der Markt-, Fach- und Methodenkompetenz verfolgt. Unseren Auftraggebern liefern wir strategisches Wissen und wissenschaftlich fundierte Empfehlungen auf Grundlage zuverlässiger Daten und Fakten. Dafür besitzt TNS Infratest ein einzigartiges Portfolio hochklassiger Forschungsinstrumente und Problemlösungen. www.tns-infratest.com

Partner BRONZE:



Mit 370 Mitarbeitern in Deutschland bietet **Laudert** ganzheitliche Betreuung für die Produktkommunikation: Fotografie, Bilddatenoptimierung, Texterstellung, Medienproduktion, Analyse/Optimierung der gesamten Prozesskette sowie maßgeschneiderte Implementierung von Systemen für PIM, MAM, Web2Print sowie Printausleitungen. Die persönliche Betreuung an den Standorten Vreden, Hamburg und Stuttgart wird unterstützt durch das große Potential unserer Asia-Teams. www.laudert.de



Mitten in einer der stärksten Wirtschaftsregionen Europas gelegen, ist die **Messe Stuttgart** bevorzugter Standort nationaler sowie internationaler Messen, Kongresse und Events. Sie bietet mit 105.200 m² Ausstellungsfläche und 33 Räumen im ICS Internationales Congresscenter Stuttgart vielfältige Nutzungsmöglichkeiten. Und das 200 Meter vom Flughafen Stuttgart entfernt und mit direkter Anbindung an die Autobahn A8. www.messe-stuttgart.de



Als Event- und Kommunikationsagentur mit Sitz in Stuttgart planen und realisieren wir seit mehr als 20 Jahren Veranstaltungen im In- und Ausland. Dazu zählen beispielsweise: Kongresse • Messen • Ausstellungen • Roadshows • VIP-Events • Mitarbeiterveranstaltungen & Incentives
Unser Leistungsumfang: Konzepterstellung • Event Organisation • Event Kommunikation • Teilnehmer Management. Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf unserem Stand. www.scherer-werbung.de



viaprinto | CEWE Stiftung & Co. KGaA
Die Online-Druckerei viaprinto ist der perfekte Partner an Ihrer Seite. Auf www.viaprinto.de können Sie jederzeit Ihren Druck in beliebiger Auflage (ab 1 Exemplar) in Auftrag geben. Wir kümmern uns um die Qualität. Durch Multi-Versand und Overnight-Service kommen Ihre Drucksachen schnell und zuverlässig an. Bei Fragen sprechen Sie Ihren Berater an.

Sie interessieren sich für Sponsoring oder Ausstellungsmöglichkeiten auf diesem hochkarätigen Branchenhighlight?

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme:

Herr Björn Krings

Sales Manager,
☎ 069-2424-4789 oder
✉ krings@managementforum.com



Frau Isabelle Wittbusch
Projekt-/Verbandsmanagerin

☎ 0211-864 06-13
✉ wittbusch@marketingverband.de



Management Forum der VHB GmbH, Eschersheimer Landstr. 50, 60322 Frankfurt



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post
ALLEMAGNE Port payé

42. DEUTSCHER MARKETING TAG

3. Dezember 2015 • ICS Internationales Congresscenter • Stuttgart

Online gedruckt bei:



Fax-Anmeldung: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99

- Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum 42. DEUTSCHEN MARKETING TAG am 3.12.2015 zu DMV Sonderkonditionen für Mitglieder (590,- € zzgl. 19 % MwSt. p. P.)
- Ja, wir sind an der Teilnahme als Sponsor oder Aussteller interessiert. Bitte senden Sie uns unverbindlich Informationen zu.



Kontakt:

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main
Fax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99

Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70

E-Mail: info@managementforum.com

Internet: www.managementforum.com

Termin und Ort: 3. Dezember 2015

ICS Internationales Congresscenter Stuttgart
Messeplaza 1, 70629 Stuttgart, www.messe-stuttgart.de/ics

Zimmerreservierung:

Eine Auswahl an Hotels in der Nähe des Veranstaltungs-ortes finden Sie unter www.marketing-tag.de/ort.php

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:

Bitte nehmen Sie die Anmeldung auf dem nebenstehenden Vordruck vor. Die Gebühr für diesen eintägigen Kongress beträgt regulär 990,- € zzgl. MwSt. p.P. Nehmen mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen am Kongress teil, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr enthält die Tagungsgetränke, das Mittagessen und die Abendveranstaltung. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und Rechnung. Der Rechnungsbetrag ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, sofern kein anderes Zahlungsziel auf der Rechnung ausgewiesen ist. Bei schriftlicher Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von 50,- € erhoben, wenn die Absage spätestens bis 5. November 2015 schriftlich bei Management Forum einget. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung nach dem 5. November 2015 wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Management Forum. Die AGB sind einsehbar unter www.managementforum.com/agb.

Datenschutz:

Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, Eschersheimer Landstraße 50, 60322 Frankfurt am Main, Telefon: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 70, Telefax: +49 (0) 69 / 24 24 - 47 99, E-Mail: info@managementforum.com (verantwortlich i.S.d. BDSG) widersprechen.

| | |
|-----------|-----------|
| 1. Name | Vorname |
| Position | Abteilung |
| Telefon** | Fax |

E-Mail**

** Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

| | |
|-----------|-----------|
| 2. Name | Vorname |
| Position | Abteilung |
| Telefon** | Fax |

E-Mail**

** Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

| | |
|-----------|-----------|
| 3. Name | Vorname |
| Position | Abteilung |
| Telefon** | Fax |

E-Mail**

** Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse und Telefonnummer erkläre ich mich einverstanden, dass mich Management Forum über diese und weitere Veranstaltungen per E-Mail/telefonisch informiert.

| | |
|---|--------------|
| Firma | |
| Straße | |
| PLZ | Ort |
|  | Unterschrift |