

## **Praktikerseminar Direktmarketing**

25. März 2011, 9:30 Uhr – 13:00 Uhr

---

Der gesetzliche Rahmen des Direktmarketings hat sich sowohl aus wettbewerbs- als auch aus datenschutzrechtlicher Sicht innerhalb der letzten 5 Jahre fortlaufend verändert. Die Referenten möchten auch dieses Jahr wieder den aktuellen Stand dieser Entwicklungen und ihrer Auswirkungen auf die Praxis komprimiert darstellen. Der Schwerpunkt des Seminars liegt auf dem Telefon- und E-Mail Marketing als den risikoreichsten Formen des Direktmarketings. Zusätzlich beleuchten die Referenten die Rahmenbedingungen des Lettermailings als die aufgrund der Verschärfung des Datenschutz- und Wettbewerbsrechts wieder in den Fokus gerückte, klassische Art des Direktmarketings. Sie geben Hinweise und Tipps aus ihrer Beratungspraxis zu Konzeption und Durchführung der entsprechenden Direktmarketingmaßnahmen.

## **Vertragsgestaltung im Direktmarketing**

20. Juni 2011, 11:00 Uhr – 14:00 Uhr

---

Direktmarketing stellt besondere Anforderungen an die Vertragsgestaltung. Im Rahmen dieses Vortrages stellen die Referenten nicht nur datenschutzrechtliche Fragestellungen oder Regelungen zu gewerblichen Schutzrechten dar, sondern erläutern anhand des typischen Ablaufs einer Direktmarketingkampagne praxisnah häufige Fehler und Fallen bei der Gestaltung, Verhandlung, Abwicklung und Beendigung der Kampagne.

## **Facebook, Xing und Twitter – Direktmarketing in Social Media**

23. September 2011, 9:30 Uhr – 13:00 Uhr

---

Facebook, Xing und Twitter haben sich zwischenzeitlich als ein neben den klassischen Kommunikationskanälen des Direktmarketings stehendes Kommunikationsmedium im Bereich der Werbung fest etabliert. Von „Like-Buttons“ bis zur unmittelbaren Ansprache sind vielfältige Nutzungsmöglichkeiten vorhanden. Die Referenten stellen die maßgeblichen Kommunikationsansätze dar und erläutern deren Zulässigkeit.

## **Gewinnspiele on- und offline als Mittel zur Lead-Generierung**

2. Dezember 2011, 9:30 Uhr – 13:00 Uhr

---

Der deutsche Gesetzgeber hat bei der Reform des BDSG in 2009 unmissverständlich klargestellt, dass die Gewinnung von Werbe-Permissions durch die Unternehmen incentiviert werden kann. Das Gewinnspiel ist geradezu die klassische Form des Incentives. Da eine qualifizierte Nutzung personenbezogener Daten zu Werbezwecken im Regelfall die Einholung einer Permission bedarf, stellt sich die Frage, wie Gewinnspiele oder andere Incentives rechtmäßig umgesetzt werden können. Die Referenten stellen die auf die Bewerbung von Gewinnspielen sowie die Generierung der Permission anwendbaren Regelungen beispielhaft dar.

---

Die Referenten **Markus Faust** und **Dr. Dennis Voigt** sind Partner bei Melchers Rechtsanwälte. Vom Frankfurter Büro der Sozietät heraus beraten beide seit vielen Jahren Werbetreibende und Direktmarketingagenturen bei der Konzeption und Durchführung von Direktmarketingkampagnen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Gestaltung nationaler und internationaler CRM-Tools sowohl im IT- und Vertrags-, als auch im Wettbewerbs- und Datenschutzrecht.

**Rechtssicheres Direktmarketing**  
IHK Frankfurt am Main, Börsenplatz 4

Name .....

Funktion .....

Firma .....

Anschrift .....

.....

Tel./Fax. ....

Mail .....@.....

Ich melde mich für folgende Veranstaltung an (bitte ankreuzen):

- 25.03.11: **Praktikerseminar Direktmarketing**
- 20.06.11: **Vertragsgestaltung im Direktmarketing**
- 23.09.11: **Facebook, Xing und Twitter - Direktmarketing in Social Media**
- 02.12.11: **Gewinnspiele on- und offline als Mittel zur Lead-Generierung**
  
- Kostenbeitrag pro Veranstaltung: € 50,00 pro Teilnehmer
- Kostenbeitrag pro Veranstaltung: €25,00 pro Teilnehmer** für Mitglieder der IHK Frankfurt, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern, Offenbach und Fulda

**Bei Teilnahme an allen Terminen gilt der Preis von €160,00 bzw. von €80,00!**

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Rechnung, diese ist gleichzeitig Anmeldebestätigung.

.....

Datum

.....

Unterschrift/Firmenstempel