

MAILINGTAGE AUSSTELLERKOMBI

acquisa das marktführende Magazin für multimedialen Kundendialog ist exklusiver Premium-Medienpartner der Mailingtage.

Mit acquisa erreichen Sie potenzielle Besucher der Messe – denn nur acquisa hat nach der Übernahme der Zeitschrift direktmarketing alle ehemaligen Besucher der mailingtage im Verteiler.

Profitieren Sie von den vielfältigen Präsentationsmöglichkeiten für Aussteller schon ab 1198,- EUR.



Vom 16. bis 17. Juni 2010 heißt es »Bühne frei« für die mailingtage. Rund 400 Aussteller - von A wie Adressen, über E wie E-Mail-Marketing, M wie Mobile Marketing, T wie Telefonmarketing bis hin zu Z wie Zustellung - präsentieren die aktuellsten Entwicklungen der Branche.

Die 8.150 Fachbesucher erwartet neben der Fachmesse wieder ein umfangreiches Rahmenprogramm mit vielfältigen Informations- und Kontaktplattformen sowie den begleitenden Kongress »Treffpunkt Dialog«.



acquisa Spezial Mai/2010 direktmarketing

→ Termine

Erscheinungstermin	05.05.2010
Anzeigenschluss	07.04.2010
Druckunterlagenschluss	09.04.2010

acquisa Juni/2010 Mailingtage-Ausgabe

→ Termine

Erscheinungstermin	02.06.2010
Anzeigenschluss	10.05.2010
Druckunterlagenschluss	12.05.2010

→ Herausgeber/Verlag

Haufe Lexware GmbH & Co. KG
Im Kreuz 9, 97076 Würzburg
Unternehmensbereich Media Sales
www.haufe.de/mediacenter

→ www.acquisa.de

IHRE PRÄSENTATIONSMÖGLICHKEITEN PRINT (AUFLAGE 25.000) FAXANTWORT (BITTE ANKREUZEN UND ZURÜCKFAXEN)



mailingtage Ausstellerpräsentation

Image-Anzeige

→ **Format**
85 mm breit x 123 mm hoch

→ **Ausgaben**

- Spezial direktmarketing Mai 1198,- EUR
- acquisa Juni 1198,- EUR

Kombipreis
nur 1999,- EUR

natürlich auch einzeln buchbar



acquisa + direktmarketing Image-Anzeige 1/2 Seite 4-farbig

→ **Ausgaben**

- Spezial direktmarketing Mai 2520,- EUR
- acquisa Juni 3900,- EUR

Kombipreis
nur 4494,- EUR

natürlich auch einzeln buchbar



acquisa + direktmarketing Image-Anzeige 1/1 Seite 4-farbig

→ **Ausgaben**

- Spezial direktmarketing Mai 4080,- EUR
- acquisa Juni 6320,- EUR

Kombipreis
nur 7280,- EUR

natürlich auch einzeln buchbar



FAXANTWORT an: 0931 2791-477

Firma

PLZ, Ort

Ansprechpartner / Funktion

Telefon, Fax oder E-Mail

Straße, Hausnummer

Die Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt
Es gelten die AGB lt. www.haufe.de/mediacenter/agb

→ Ihre Ansprechpartner

Michael Reischke
Anzeigenverkaufsleitung
Telefon: 09 31 - 27 91 543
michael.reischke@acquisa.de

Kathrin Hennermann
Key Account Manager
Telefon: 09 31 - 27 91 541
kathrin.hennermann@acquisa.de

Christian Schwert
Key Account Manager
Telefon: 09 31 - 27 91 542
christian.schwert@acquisa.de

IHRE PRÄSENTATIONSMÖGLICHKEITEN ONLINE FAXANTWORT (BITTE ANKREUZEN UND ZURÜCKFAXEN)

acquisa Newsletter: Markenbindung geht nur über Qualität und Vertrauen

Sehr geehrte Frau Baumeister,

da investieren Unternehmen Millionen in den Aufbau von Marken und die Kunden schert es wenig, wenn diese in Folge der Rezession vom Markt verschwinden. Nur jeder vierte Deutsche würde seine präferierte Marke vermissen. Dies geht aus einer Studie von TNS Infratest hervor. Mehr zu diesem Thema lesen Sie in unserem Newsletter. Wir wünschen eine anregende Lektüre.

Mit freundlichen Grüßen
Ihre acquisa-Redaktion
<http://www.haufe.de/acquisa>

1. ALLGEMEINES

Nur jeder vierte Deutsche würde seine Marke vermissen

Wenn Marken in Folge der Rezession vom Markt verschwinden, ist das für jeden zweiten Deutschen der normale Lauf der Dinge. Dies geht aus einer Studie von TNS Infratest hervor.

>> [Nachricht online lesen](#) >> [zum Inhaltsverzeichnis](#)

Anzeige

Top-aktuelle B2B-Adressen, denn für Ihren Erfolg ist Qualität entscheidend!

Auf dem Adress-Portal von bedirect stehen Ihnen ca. 3 Mio. wirtschaftsaktive und bonitätsgeprüfte Firmenadressen zur individuellen Auswahl zur Verfügung: Selektieren Sie nach Branche, Region, Betriebsgröße, Umsatz und weiteren Merkmalen. Wählen Sie aus der 1. und 2. Führungsebene Ihre Ansprechpartner aus und erhalten Sie so trefflichere Businessadressen. Step-by-Step leiten wir Sie durch das Bestellsystem und prüfen jede Bestellung, die bei uns eingeht, bevor wir die Adressen versenden.

www.firmenzielgruppen.de - topaktuell - für ein effizientes Direktmarketing ohne unnötige Streuverluste

Deutsche verstehen Handytarife nicht

Deutschlands Verbraucher blicken im Vertragswirrwarr der Telekommunikationsbranche nicht mehr durch. Das ist das Ergebnis einer Umfrage der Kölner Agentur „Die...“

Wenn dieser Newsletter nicht richtig angezeigt wird, bitte [hier](#) klicken.

Ihr Direktmarketing-Newsletter No. 6

acquisa direkt marketing

Sehr geehrte Frau Baumeister,

Direct Mailings bleiben, neben Messeauftritten, das Mittel der Wahl, wenn B2B-Unternehmen mit ihren Kunden kommunizieren. Acht von zehn Unternehmen nutzen Direktmarketing. Auch der Außendienst kommt zu seinem Recht, 77 Prozent der befragten Unternehmen wollen auf diesen direkten Kontakt mit Kunden und Interessenten nicht verzichten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage des Auma, des Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der deutschen Wirtschaft. Die klassischen Instrumente der Kommunikation haben also noch lange nicht ausgedient. Ob das daran liegt, dass laut Bitkom 95 Prozent des E-Mail-Aufkommens heute Spam sind? Mehr zu diesen und anderen Themen lesen Sie in diesem Newsletter.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre. Noch mehr Informationen finden Sie auf unserem [Portal](#).

Herzliche Grüße aus Freiburg

Christoph Pause
Christoph Pause, Chefredakteur acquisa

Inhalt

- direkt marketing FORUM - Direktmarketing
- direkt marketing FORUM - E-Mail-Marketing
- direkt marketing FORUM - CRM
- direkt marketing FORUM - Versandhandel
- direkt marketing FORUM - Telefonmarketing
- direkt marketing FORUM - E-Mail-Marketing

Messeaussteller setzen auf Direct Mailings
Fast jede E-Mail ist mittlerweile Spam
Deutschlands Kundenchampions werden im Rahmen von CRM-Kongress ausgezeichnet
BGH-Entscheidung zu Vertragsbedingungen in Katalogen
Call Center World 2010: Gut besucht, aber auf Vorjahresniveau
Neue Messe für E-Mail-Marketing

Anzeige

Adresskatalog 2010 jetzt gratis bestellen!

Der Adresskatalog von Deutsche Post Direkt ist ein nützliches Hilfsmittel bei der Auswahl und Bestellung von Zielgruppenadressen. Damit haben Sie Selektionskriterien, Preise und Produktinfos immer griffbereit. Planen Sie jetzt Ihre Direktwerbung. Zum Beispiel mit den neuen Spezialmärkten, die Firmenadressen nach Merkmalen wie z. B. Messepräsenz oder Entscheider zusammenstellen. adresseskatalog.de oder www.adress-satalog.de

Bildgalerie

Messeaussteller setzen auf Direct Mailings

Aussteller auf Fachbesuchsmessen nutzen ein breites Spektrum an Marketinginstrumenten. Am häufigsten setzen sie auf Direct Mailings und den Außendienst.

acquisa-Newsletter 5.900 Abonnenten

Jeweils 600 Zeichen + Verlinkung zur gewünschten Website.

- 1 Textanzeige 500,- EUR
- 2 Textanzeigen 700,- EUR

→ Erscheinungstag Montag und Mittwoch

Sie sparen
300,-
gegenüber der Einzelbuchung

acquisa-direktmarketing-Newsletter 14.900 Abonnenten

Jeweils 480 Zeichen + Logo + Verlinkung zur gewünschten Website.

- 1 Textanzeige mit Logo 800,- EUR
- 2 Textanzeigen mit Logo 1120,- EUR

→ Erscheinungstag Dienstag

Sie sparen
480,-
gegenüber der Einzelbuchung

FAXANTWORT an: 0931 2791-477

Firma

Ansprechpartner / Funktion

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon, Fax oder E-Mail

Die Preise verstehen sich zzgl. gesetzlicher MwSt
Es gelten die AGB lt. www.haufe.de/mediacenter/agg

→ Ihre Ansprechpartner
Michael Reischke
Anzeigenverkaufsleitung
Telefon: 09 31 - 27 91 543
michael.reischke@acquisa.de

Kathrin Hennermann
Key Account Manager
Telefon: 09 31 - 27 91 541
kathrin.hennermann@acquisa.de

Christian Schwert
Key Account Manager
Telefon: 09 31 - 27 91 542
christian.schwert@acquisa.de