

TOP-Themen für die Assekuranz

Die wichtigsten Lösungen von AMC-Kooperationspartnern in 2010



Angebotssoftware CRM Dialogmarketing Druckmanagement
 Finanzberatung Kampagnenmanagement Kooperatives Marketing
 Kosteneinsparung Kundenkenntnisse Kundenmanagement
 Lokale Werbung Lokales Marketing Marketing
 Marketingeffizienz Marketingprozessoptimierung
 Produktmanagement Prozessoptimierung Ranking Rating
 Regionale Werbung Regionales Marketing Touch Point Management
 Vergütungsmodelle Verkaufsförderung Vertrieb
Vertriebssteuerung Vertriebsunterstützung
 Wachstum Werbung Zielgruppenanalyse

Die Lösung ist immer einfach, man muß sie nur finden.

Alexander Solschenizyn, russischer Schriftsteller, 1918 - 2008

Willkommen bei den TOP-Themen für die Assekuranz 2010!

Die TOP-Themen sollen Ihnen dabei helfen, einfach und schnell Lösungen für Themen zu finden, die Sie aktuell beschäftigen. Ohne Marketing-Schnickschnack, kurz und knackig – so war die Vorgabe bei der Gestaltung dieser Unterlage. Anhand der Themenübersicht auf dieser Seite sehen Sie auf einen Blick, ob etwas Interessantes für Sie dabei ist. Oder Sie blättern die TOP-Themen einfach durch und orientieren sich an der linken Spalte, bis Sie finden, wonach Sie vielleicht noch gar nicht gesucht haben.

Ich wünsche Ihnen viele Ideen und kompakte Neuigkeiten beim Lesen!



Frank Kersten
 Dr. Frank Kersten
 Senior Manager



Themen

Angebotssoftware	3	Prozessoptimierung	8
CRM	3, 5, 9	Ranking	9
Dialogmarketing	8, 9	Rating	9
Druckmanagement.....	8	Regionale Werbung	4
Effizienz	6	regionales Marketing	5
Finanzberatung.....	5	regionalisierte (Online)Werbung	5
Kampagnenmanagement.....	7, 8	Touch Point Management.....	6
Kooperatives Marketing	3	Vergütungsmodelle.....	4
Kosteneinsparung	8	Verkaufsförderung	9
Kundenkenntnisse	6	Vertrieb.....	6, 9
Kundenmanagement.....	8	Vertriebssteuerung	3, 4, 7, 9
Lokale Werbung.....	3	Vertriebsunterstützung.....	3, 4, 5, 6, 9
Lokales Marketing.....	4	Wachstum	6
Marketing.....	8, 9	Werbung.....	6, 8
Marketingprozessoptimierung	3, 4, 5	Zielgruppenanalyse	8, 9
Produktmanagement.....	9		


 <p>Lokale Werbung, Kooperatives Marketing, Marketingprozess- optimierung, Vertriebsunterstützung</p>	<p>Ihre Vermittler repräsentieren Konzern und Marke vor Ort, bei ihrem lokalen Kundenkreis. Persönliche Kundenansprache und markengerechtes Auftreten dürfen sich daher nicht ausschließen. Hier unterstützt die Marketing-Software BrandMaker. Über die intuitive, webbasierte Vermittler-Plattform greifen die Vermittler auf zentral bereitgestellte Werbemittel zu und passen diese auf ihre Person und Region an. BrandMaker ermöglicht den Vermittlern dabei, ohne spezielle Kenntnisse alle Kommunikationskanäle zu bedienen: Von klassischer Printwerbung oder der Bestellung von individualisierten Giveaways über Außenwerbung, Kinospots bis hin zu professioneller Online-Werbung.</p> <p>Kontakt: Mirko Holzer, CEO BrandMaker GmbH, Haid-und-Neu-Straße 7, 76131 Karlsruhe, Tel.: 0721-9658-526, holzer@brandmaker.com, www.brandmaker.com/kooperatives_marketing</p>
 <p>Angebotssoftware, CRM, Vertriebs- steuerung</p>	<p>Erfolg messbar machen: Unternehmen und Vermittler wollen nachhaltigen Erfolg durch hohe Kundenzufriedenheit, Empfehlungsgeschäft und Ausschöpfung des Cross Selling Potentials. Die etvice Holding AG stellt mit efp24.Cheops das System für den Versicherungsvertrieb zur Verfügung, das nachhaltigen Erfolg ermöglicht und gleichzeitig messbar macht. Grundlage dafür ist ein hochmodernes, operatives Maklerverwaltungsprogramm, mit dem durch vollintegrierte Verkaufsprozesse, Tarifierung und Finanzanalyse eine 360 Grad Kundensicht auf einer Datenbasis realisiert wird. Durch den integrierten Cheops.BI Server (Business Intelligence Server) werden nun u.a. die Informationen über Produkte, Kunden und Vermittler analysierbar. Sie können gegen Zielvorgaben abgeglichen werden. Der BI Server erzeugt Ergebnisse, die in Kampagnen, gezielte Vertriebsmassnahmen, Verkaufsförderung und Vertriebssteuerung überführt werden.</p> <p>Kontakt: Dipl.-Math. Marc M. Engel, Vorstandsvorsitzender, etvice Holding AG, Langereihe 49, 22941 Jersbek, Tel.: 04532-26 60 90, Fax: 04532-26 60 922, marc.engel@etvice.com, www.etvice.com</p>

 <p>Lokales Marketing, Regionale Werbung, Vertriebsunterstützung, Marketingprozess- optimierung</p>	<p>Immer mehr Versicherungsmarken entscheiden sich für Local Branding und damit für ein verstärktes werbliches Engagement auf ihren lokalen Märkten im Schulterschluss mit ihren Vermittlern. Versicherungen wie Victoria, WWK, Hamburg-Mannheimer, Helvetia, BGV und Canada Life zählen bereits zu den Kunden der Agentur marcapo, die mit ihrer Local Branding 360°-Lösung für eine ganzheitliche Vertriebskommunikation und damit für die Synchronisierung zentraler sowie lokaler Werbeaktivitäten steht. In der Branche ist die lokale Repräsentanz durch den Vermittler von entscheidender Bedeutung und daher elementarer Baustein der Markenkommunikation. Auf den Vermittler abgestimmte Local Branding Konzepte verwandeln diesen in eine erfolgreiche lokale Marke – durch qualitativ wertige Werbung, die ihn wörtlich und bildlich in den Mittelpunkt stellt, gleichzeitig aber das zentrale Marken-CD bewahrt. Dabei kommen nicht nur klassische Werbemittel wie Anzeigen, Mailings und Großplakate zum Einsatz, sondern verstärkt auch innovative Medien aus dem Bereich Vereinsmarketing und lokales Charity. Individualisierung und Abwicklung der Werbung erfolgen jeweils über ein webbasiertes Local Branding Portal, das dem Vermittler Arbeit und Zeit erspart und Versicherungen bis zu 30% mehr Budgeteffizienz beschert.</p> <p>Kontakt: Thomas Ötinger, Geschäftsführer marcapo – The Local Branding People, Bahnhofstraße 4, 96106 Ebern, Tel.: 09531-9220-0, Fax: 09531-9220-92, thomas.oetinger@marcapo.com, www.marcapo.com</p>
 <p>Vertriebssteuerung, Vergütungsmodelle</p>	<p>Mit neuen Vergütungsmodellen den Vertrieb effizient steuern: Die Etablierung von komplexen und z. T. neuen Vergütungsmodellen (Staffel- und Bestandsprovisionen, Honorar- und kundenwertbasierte Vergütung) wird den Versicherungsvertrieb in den nächsten Jahren erheblich verändern. Wie aber wirken sich solche Modelle auf Ihre Möglichkeiten zur Steuerung des Vertriebs aus? Und wie kann man solche Modelle erfolgreich und schnell in der IT abbilden? Nutzen Sie das Prozess-Wissen und das Produkt-Angebot der Consileon Business Consultancy zur zukunftsgerichteten Lösung dieser Fragen.</p> <p>Kontakt: Markus Ellerbrake, Consileon Business Consultancy, Maximilianstr. 5, 76133 Karlsruhe, Tel.: 0176-93105488, Markus.Ellerbrake@consileon.de, www.consileon.de, www.conprov.de</p>

 <p>Vertriebsunterstützung, regionalisierte (Online)Werbung, regionales Marketing, Marketingprozess-optimierung</p>	<p>Regionale Werbung für eine starke Marke muss immer einen Spagat bewältigen: Einerseits soll der werbliche Auftritt des Markenrepräsentanten vor Ort kampagnen- und CD-konform sein, andererseits ist Marketingmaterial gefordert, das individuell auf den lokalen Vermittler zugeschnitten ist und seinen persönlichen Markenauftritt vorantreibt. Mit dem Einsatz des Marketing-Management-Systems socoto lassen sich beide Anforderungen problemlos erfüllen. Zentral bereitgestellte Werbemittelvorlagen können durch die Vermittler vor Ort individualisiert und gebucht werden. Neben den klassischen Werbeemitteln bietet socoto auch ein umfangreiches Portfolio zur Individualisierung und Buchung regionalisierter Onlinewerbung an. Damit können Vermittler vor Ort professionell und zielgerichtet im WWW werben und sämtliche Vorteile, die das Internet als Plattform bietet, optimal ausschöpfen: von punktgenau regional und zielgruppenspezifisch ausgesteuerter Ansprache über extrem niederschwellige Kontaktangebote bis hin zur detaillierten Erfolgskontrolle jeder einzelnen Maßnahme. Und das alles eingebettet in das bewährte System socoto mit seinen bedarfsgerechten Planungs-, Steuerungs- und Controllingtools sowie umfassendem Serviceangebot.</p> <p>Kontakt: Dr. Bernhard Gründer, Geschäftsführer socoto GmbH & co. kg, Cläre-Prem-Straße 3, 54292 Trier; Tel.: 0651-9365-515, Fax: 0651-9365-519; b.gruender@socoto.com, www.socoto.com</p>
 <p>CRM, Finanzberatung</p>	<p>CRM und Finanzberatung: Mit unserer vorkonfigurierten CRM- und Finanzberatungslösung unterstützen wir die schnelle und flexible Optimierung von Vertriebs-, Marketing-, Beratungs- und Service-Prozessen bei (inter-)national agierenden Versicherern. Unsere SaaS-Lösung update.revolution ermöglicht unseren Kunden eine höchst individuelle und bedarfsgerechte Konfiguration der CRM-Lösung sowie eine kontinuierliche Feinjustierung, Anpassung und Erweiterung. Das bedeutet maximale Flexibilität für das Anwenderunternehmen. Das Projektrisiko übernehmen wir – selbst bei ambitioniertesten CRM-Projekten. Update.revolution erfüllt höchste Ansprüche an Sicherheit und Verfügbarkeit, denn die Lösung wird auf dedizierten Servern in Deutschland gehostet, im State-of-the-Art-Rechenzentrum IBM Deutschland in Ehningen. Unser Grundsatz: Unsere Kunden sind erfolgreicher.</p> <p>Kontakt: Suleika Hollenhorst, Marketing Manager, update Financial Services International GmbH, Bahnstraße 67, 50858 Köln, Tel.: 02234-4074498, Mobil: 0152-09220738, E-Mail: suleika.hollenhorst@update.com, www.update.com</p>

 <p>Wachstum, Effizienz, Touch Point Management, Kundenkenntnisse</p>	<p>Die WATC Consulting AG ist eine Schweizer Unternehmensberatung, die ihre Klienten darin unterstützt, durch besseres Kundenverständnis und Kundenfokus profitabel zu wachsen. Die wichtigsten Dienstleistungen der WATC Consulting AG sind der „Net Promoter Score als Management Ansatz“, „Touch Point Management“, „Steigerung des ROI von Marketing-Massnahmen“ und „Überlegene Kundenkenntnisse“. Der Schlüssel zum erfolgreichen Auf- und Ausbau von Kundenbeziehungen liegt im überlegenen Verständnis der Faktoren, die einen Kunden begeistern und ihn gar dazu bewegen, das Unternehmen seinen Freunden, Bekannten und Verwandten zu empfehlen – hier liefert der Net Promoter Score als Managementansatz wichtige Informationen zur Identifikation relevanter Treiber. Effiziente Kundenfokussierung ist nur dann möglich, wenn unternehmensinterne und unternehmensexterne Sichten zusammengeführt werden – WATC unterstützt Unternehmen hier durch das Touch Point Management. Zur Messung des ROI von Marketing-Massnahmen verwendet WATC einen bei vielen Klienten erprobten Ansatz, der die Ungereimtheiten der klassischen Messmethoden überwindet und Unternehmen unterstützt, mit Hilfe von richtigen Informationen faktenbasierte Entscheide in Bezug auf die Ressourcen-Allokation zu fällen. Die Verschmelzung von psychologischen Erkenntnissen mit modernen Computertechnologien erlaubt es schließlich, überlegene Kundenkenntnisse aufzubauen und Kunden noch gezielter anzusprechen und zu betreuen.</p> <p>Kontakt: Dr. Irina Bechmann, WATC Consulting AG, Seestrasse 17/19 // CH - 8002 Zürich, Tel.: +41 44 289 60 07, Fax: +41 44 289 60 09, Mobil: +41 79 631 29 54, irina.bechmann@whataboutthecustomer.com, www.whataboutthecustomer.com</p>
 <p>Vertrieb, Vertriebsunterstützung, Werbung</p>	<p>Entscheidender Berührungspunkt starker Versicherungsmarken ist der Ausschließlichkeitsvertreter - er verbindet Marke und Märkte. Durch seine Vor-Ort-Präsenz im Lebensumfeld potenzieller Kunden kombiniert er Marke mit Authentizität und Greifbarkeit. Der Ausschließlichkeitsvertreter steht in Beziehung mit Kunden, prägt direkt die Erfahrung mit der Marke und ist damit Schlüssel zu positivem Erleben, Vertrauen, Sympathie und Erfolg. Als lokaler Vertreter der Marke benötigt er bestmögliche Unterstützung und effektive Werkzeuge für sein Marketing und einen erfolgreichen Vor-Ort-Dialog. Gefordert ist ein individualisierbares Werbemittelportfolio, eine Auswahl an Aktivitäten und Maßnahmen, eine zielführende Verwendung von Werbekostenzuschüssen, Erfolgsmessung und -kontrolle sowie ein hervorragender Service und eine umfassende Betreuung. Die Marketing-Plattform der AZ Direct bietet leistungsstarke Prozesse und Lösungen von arvato: Die einfache Bedienung der webbasierten Plattform erfordert kein Marketing-Know-how von den Vertriebspartnern und sichert so der Zentrale hohe Budgeteffizienz und -effektivität.</p> <p>Kontakt: Jan-Philipp Wachsmuth, Key Account Manager, arvato services - AZ Direct GmbH, Carl-Bertelsmann-Str.161 S, 33311 Gütersloh, Tel.: 05241-80-88643, Fax: 05241-80-94244, Mobil: 0175-2998025, JanPhilipp.Wachsmuth@Bertelsmann.de, www.az-direct.com</p>

 <p>Marktforschung, Werbung, Werbeeffizienz, Web 2.0, Sellability</p>	<p>Werbeeffizienz von Webseiten im Web 2.0: Drei wesentliche Treiber sind ausschlaggebend für die Werbeeffizienz von Webseiten: die Sellability, die Werbewirkung und die Umsetzung der neuen Möglichkeiten des Web 2.0. Die Sellability stellt auf die Ziele und Interessen der Webseitenbetreiber ab und geht damit weit über die klassische, nutzerbezogene Usability hinaus. Usability stellt eine Voraussetzung der Sellability dar, darf aber keinesfalls die Abverkaufswirkung der Webseiten beschränken. Mit Blick auf die Werbewirkung sind Webseiten wie ein klassisches Werbemittel zu sehen: Die impliziten Faktoren der Werbewirkung müssen optimal zusammenwirken, um den Abverkaufserfolg zu sichern. Neben Wahrnehmungsstärke geht es dabei ebenso um die kognitive und die emotionale Verständlichkeit der Inhalte, wie um Branding und die Auslösung von Handlungsimpulsen. Schließlich müssen Webseiten heute hohen Anforderungen an die Kommunikation mit ihren Usern genügen. Eine vom User selbstbestimmte Interaktion ist beispielsweise eine von vielen Möglichkeiten des Web 2.0, einen verkaufsfördernden Dialog zwischen Unternehmen und Kunden zu gestalten.</p> <p>Kontakt: Joachim Netz, Sales Director, MediaAnalyzer Software & Research GmbH, Glockengiesserwall 2 20095 Hamburg, Tel.: 040-866893-11, Fax: 040-866893-90, netz@mediaanalyzer.com, www.mediaanalyzer.com</p>
 <p>Wertorientierte Vertriebssteuerung für Vermittler, Multikanal- Kampagnenmanage- ment</p>	<p>Auf Erfolgskurs im Vertrieb - kundenwertbasierte Steuerung speziell für Ausschließlichkeit, Makler und Direktvertrieb. Mit der Produktfamilie des simple fact/NAVIGATOR bietet simple fact eine Standardsoftware für potenzialorientierte Vertriebssteuerung & Kampagnenmanagement, übergreifend für Vertriebswege und Kanäle. Vermittler und Vertriebssteuerung erreichen messbare Effizienzsteigerung durch optimierte Betreuungssystematik für den Bestand. Die gemeinsame Plattform ermöglicht, zentrale Direktaktionen mit regionaler Kundenverantwortung und Maßnahmeplanung des Vermittlers zu einer ganzheitlichen Kundenkommunikation zusammenzuführen. Die Vertriebssteuerung kann rasch eine einheitliche Betreuungsmethodik mit flexibler Zielsteuerung in die Fläche bringen. Auch das Marketing profitiert von der Möglichkeit, mehrstufige Aktionen in effizientem Kampagnenprozess aufzusetzen, der mit einem schlanken Werkzeug BI Kundenanalytik, Zielgruppenselektion, Durchführung und Erfolgskontrolle integriert. Auch eine rasche Einführung durch Nutzung als SaaS (Software-as-a-Service) ist möglich.</p> <p>Kontakt: Torsten Krüger, Director Technology, simple fact AG, Erlenstegenstr. 5, 90491 Nürnberg, Tel.: 0911/120 70 –116, Fax: 0911-12070-177, Mobil: 0171-5478969, torsten.krueger@simplefact.de, www.simplefact.de</p>

 <p>Zielgruppenanalyse, Kundenmanagement, Kampagnenmanagement, Dialogmarketing</p>	<p>Moderne Marketing-Konzepte leben von der Qualität guter Scores, die zielgenau die Bedürfnisse der Kunden widerspiegeln. Individuelle Kundenanalyse-Modelle werden heute jedoch immer noch von Hand entwickelt und justiert. Dies ist zeit-, personal- und kostenintensiv. Ein bewährtes Modell auf dem aktuellsten Stand zu halten, ist häufig genauso personal- und damit kostenintensiv wie dessen ursprüngliche Entwicklung. Unter diesen Umständen können Marketing-Kampagnen keine optimalen Ergebnisse erzielen. Die automatisierte Data-Mining-Software der Dymatrix Consulting Group bringt die Lösung. Mit DYNAMINE werden Ihre Analyse-Modelle lernfähig. Sie reagieren selbstständig auf Marktveränderungen und überprüfen routinemäßig ihre Aktualität und Qualität. Das Ergebnis sind hochwertige Prognosen für Kampagnenplanung und -steuerung und die Möglichkeit, den Einsatz der Marketingbudgets im Multichannelmix gezielt zu optimieren. Finden Sie heraus, auf welche Produkt- und Leistungsangebote Ihre Kunden durch Einsatz der passenden Ansprache zum richtigen Zeitpunkt am aufgeschlossensten reagieren. Typische Einsatzgebiete für Data Mining Automation sind Next Best Offer/Activity-Berechnungen, Churn-Reduktion, Hochrechnungs- und Prognosemodellierung, Frühwarnsysteme, Betrugserkennung und Text Mining. DYNAMINE Data Mining Automation setzt auf den marktführenden Data Mining Tools auf, wie SAS Enterprise Miner, SPSS Clementine und MS Analysis Services.</p> <p>Kontakt: Sebastian Fischer, Senior Consultant, DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH, Friedrichstraße 7, 70174 Stuttgart, Tel. 0711-2200788-24, s.fischer@dymatrix.de, www.dymatrix.de</p>
 <p>Dialogmarketing, Werbung, Marketing, Prozessoptimierung, Kosteneinsparung, Druckmanagement</p>	<p>Kosten sparen und Prozesse optimieren bei der Mailingproduktion. Bei der Gestaltung von Mailings oder Prospekten ist es häufig schwierig, die richtige Technik und den jeweils besten Produktionspartner zu finden. Im Tagesgeschäft fehlt den Fachabteilungen schlicht die Zeit für langwierige Lieferanten- und Produktrecherchen. Als unabhängige Agentur bieten wir Ihnen Sicherheit und Kompetenz bereits bei der Beratung in der Druckvorstufe bis zum Management Ihrer kompletten Mailings. Im Rahmen des für AMC-Mitglieder kostenfreien Print-Checks bieten wir Ihnen die Überprüfung Ihrer aktuellen Einkaufskonditionen und technischen Konzepte an. So können Sie direkt Optimierungspotenziale erkennen und Kosteneinsparungsmöglichkeiten quantifizieren.</p> <p>Kontakt: Bettina Krambo, Sommer & Goßmann MEDIA-MANAGEMENT GmbH, Erlennmeyerstraße 1, 63741 Aschaffenburg, Tel. 06021/360-791, b.krambo@sommer-gossmann.com, www.sommer-gossmann.com</p>

 <p>CRM, Dialogmarketing, Vertriebsunterstützung, Zielgruppenanalyse</p>	<p>Intelligente Leadbehandlung und –verteilung. Adressen kann man heute vielfältig kaufen. Viele, die derartige Aktionen gefahren haben, mussten feststellen, dass die Aktionen wirkungslos verpufft sind. Ziel muss es also sein, den gewonnenen Adressbestand zu qualifizieren. Dies haben wir zum Anlass genommen, ein Werkzeug zu entwickeln, welches den intelligenten Abgleich von Adressbeständen mit nach vertrieblichen Zielen aufgebauten anderen Daten erlaubt. Das Werkzeug erlaubt die intelligente Verknüpfung mit gewichteten Regeln. Auf Wunsch erstellen wir aus zugelieferten Daten Ihr Regelwerk und optimieren das Werkzeug im Rahmen eines Servicevertrages. Vereinbaren Sie ein Gespräch mit uns.</p> <p>Kontakt: Eckart E. Glüer, Vorstand, Brokadata AG, Wiesenstr. 21 a, 40549 Düsseldorf, Tel.: 0211 97903-0, Fax: 0211 - 97903-20, EMail: glueer@brokadata.de, www.brokadata.de</p>
 <p>Vertrieb, Vertriebssteuerung, Vertriebsunterstützung</p>	<p>Motivieren und aktivieren Sie Ihren Vertrieb! Viele Vertriebler scheuen sich, mit dem Thema Kapitalanlagen gerade in Krisenzeiten aktiv zu werden. Viele Kunden möchten aber gerade jetzt ihr Kapital sicher bei soliden Unternehmen anlegen. Millionen von Euro werden zur Zeit bei „Hasardeurunternehmen“ frei. Wie können Sie Ihren Vertrieb nun motivieren, aktivieren und richtig einstellen? Marcus Kutzzeba ist ehemaliger Profitennispieler, gelernter Betriebswirt und Trainer bei AV Seminare Niehaus-Lug mit vielen Jahren Erfahrung in der Versicherungsbranche als Verkaufstrainer und Spezialist für Verkaufsverhalten und -strategie. Er bietet ein Training mit folgenden Inhalten an: Praktische Tipps und Tricks im Umgang mit Firmenkunden / Wie ticken meine Kunden? / Verkaufen oder Kaufen helfen? / Einwände positiv und als Chance sehen!</p> <p>Kontakt: Marcus Kutzzeba, AV-Seminare Niehaus-Lug, Mühlengasse 1, 50667 Köln, Tel: +43699 110 898 69, Email: marcus.kutzzeba@avseminare.at, www.avseminare.at, www.kpunkttraining.at</p>
 <p>Produktmanagement, Marketing, Verkaufsförderung, Ranking, Rating</p>	<p>MORGEN & MORGEN bietet Versicherungsgesellschaften die Möglichkeit, mit den von ihnen erzielten Bewertungen in den verschiedenen M& M Ratings, Rankings und Test in Form von Plaketten zu werben. Im Angebot finden Sie folgende MORGEN&MORGEN-Plaketten: M&M LV-Unternehmensrating und M&M Belastungstest der Lebensversicherer, M& M BU-Rating (Gesamtrating, Teilratings und BU-Kompetenz-Tests), M&M KV-Bilanztest und M&M-Top-Ranking.</p> <p>Kontakt: Nicole Schmidl, MORGEN & MORGEN, Bereichsleitung Customer Care, Tel. 06192/ 9962- 11, n.schmidl@morgenundmorgen.de</p>