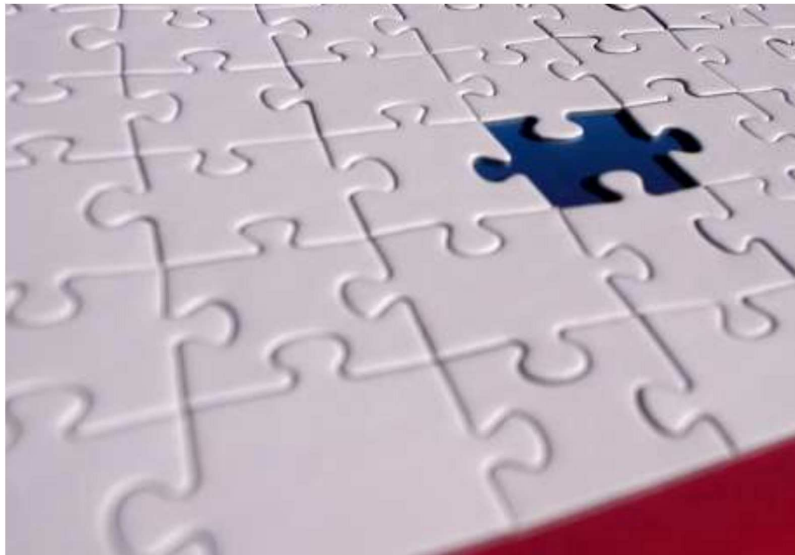


3.

### „DIE ADRESSEN - FRAGE“

... welche Adresslisten sich für die Gewinnung von Spendern besonders eignen



Mehr als nur Adressen

Arnold, Demmerer & Partner  
Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH

Zentrale Stuttgart  
Mittlerer Pfad 26  
70499 Stuttgart

Tel. +49 (0)711/8 87 13 - 0  
Fax +49 (0)711/8 87 13 - 44

Niederlassung München  
Bayerstraße 24  
80335 München

Tel. +49 (0)89/66 60 91 - 12  
Fax +49 (0)89/66 60 91 - 20





Auf dem deutschen Markt gibt es ca. 2.500 unterschiedliche Adresslisten mit einem Gesamtpotenzial von rund 60 Millionen Privatadressen. Von diesen ca. 2.500 Adresslisten sind über 500 für die Neuspendergewinnung geeignet. Die Eignung einer Adressliste ist hierbei primär davon abhängig, inwieweit sich der Anlass der Spendenaktion mit den Präferenzen der Zielgruppe deckt.

Wir haben Ihnen auf den folgenden Seiten eine Auswahl **unserer Exklusivlisten** zusammengestellt, die sehr oft und erfolgreich bei der Neuspendergewinnung eingesetzt werden.

Der Einsatz der Adresslisten ist aber je nach Organisation und Einsatzzweck unterschiedlich. Wir haben unsere Listen daher nach Themenschwerpunkten gruppiert:



#### **KINDERHILFE**

Potential: ca. 6,9 Mio. Adressen



#### **UMWELT / NATUR**

Potential: ca. 4,4 Mio. Adressen



#### **KIRCHLICHE HILFSWERKE**

Potential: ca. 4,6 Mio. Adressen



#### **GESUNDHEIT / LEBENSHILFE**

Potential: ca. 6,2 Mio. Adressen



#### **SONSTIGE**

Potential: ca. 5,4 Mio. Adressen

Für jede der aufgeführten Adresslisten gibt es eine Datenkarte mit ausführlichen Beschreibungen, Selektionsmöglichkeiten, Preisen und Konditionen. Kreuzen Sie einfach das entsprechende Kästchen auf dem beiliegendem Antwortfax an. Wir schicken Ihnen die Datenkarten dann umgehend zu.

**Wir verfügen über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Einsatz von Adresslisten für das Fundraising.** Für fast jeden Spendenzweck haben wir daher Erfahrungswerte, welche Zielgruppen sich besonders eignen.

Unsere nachfolgend aufgeführten Exklusivlisten sind nur ein kleiner Ausschnitt aus dem Gesamtmarkt. Welche Zielgruppen für Sie die geeignetsten sind, definieren wir Ihnen gerne nach einem Beratungsgespräch.

### **Spendenaffine Privatpersonen Zeitgeschehen/Umwelt/Bildung**



Mit dieser Liste erreichen Sie Personen, die sich aktiv mit den gesellschaftspolitischen Themen unserer Zeit auseinandersetzen. Themen wie Bildung und Erziehung, Mitbürger, die soziale Hilfe und Zuwendung benötigen, Klimaveränderung/Umwelt, Globalisierung etc. bezogen auf Deutschland als auch auf die Dritte Welt lassen diese Personen nicht unberührt.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listennr.</u></b>
Social Score 1	360.600	€150,00 p.t.	5680
Social Score 2	249.500	€140,00 p.t.	
Social Score 3	272.500	€130,00 p.t.	

### **Spendenaffine Privatpersonen der Kaufkraftelite**



Diese Privathaushalte weisen neben einer überdurchschnittlichen Spendenhäufigkeit auch einen überdurchschnittlichen Spendenbetrag auf. Bei dieser Datei stehen fünf Scoring - Klassen (Qualitäten 1 – 5) zur Verfügung.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listennr.</u></b>
Social Score 1	105.700	€165,00 p.t.	4053
Social Score 2	143.800	€160,00 p.t.	
Social Score 3	206.900	€155,00 p.t.	
Social Score 4	267.800	€150,00 p.t.	
Social Score 5	323.500	€145,00 p.t.	

### **Spendenaffine Privatpersonen für Projekte der Gesundheitsforschung und – prävention sowie Heilung**



Diese Datei vereint in idealer Weise zwei Kriterien: ein hohes Interesse an Gesundheitsthemen und eine ausgeprägte soziale Haltung, für Projekte in diesen Bereichen auch zu spenden. Das Merkmal "Gesundheitsinteresse" resultiert überwiegend aus Direktbestellungen (=Postkäufer) von Gesundheitsliteratur.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listennr.</u></b>
Spendenaffine Privatpersonen	272.100	€135,00 p.t.	4788

### **Spendenaffine Privatpersonen für anspruchsvolle, ökologische, humanitäre und Dritte-Welt-Projekte**



Überwiegend handelt es sich hierbei um selbstbewusste, bessergebildete Frauen im Alter zwischen 30-60 Jahren. Diese sind gerne bereit zu helfen, aber nur wenn sich der entsprechende Anlass bietet und fundiert, sachlich und kritisch argumentiert wird. Der Anspruch an die Hilfsorganisation ist hoch. Seriosität und Glaubwürdigkeit des Anliegens sind ein Muß.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Spendenaffine Privatpersonen	401.500	€145,00 p.t.	3931

### **Spendenaffine Privatpersonen – christlich humanitärer Prägung**



Die Bereitschaft für die unterschiedlichsten Zwecke zu spenden, ist in weiten Teilen der deutschen Bevölkerung vorhanden. Die in dieser Datei enthaltenen Privatpersonen sind insbesondere bereit bei christlich – humanitären Anlässen zu helfen.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Spendenaffine Privatpersonen	442.000	€120,00 p.t.	3642
Social Score	99.200	€145,00 p.t.	

### **Spendenaffine Privatpersonen in Gebieten mit überwiegend kath. oder evang. Bevölkerung**



Dieser überwiegend ältere Personenkreis zeichnet sich dadurch aus, dass er der Situation von Hilfsbedürftigen in Deutschland und auch in der Dritten Welt nicht tatenlos zusieht.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Social Score 1 kath.	121.600	€150,00 p.t.	4052
Social Score 2 kath.	237.400	€140,00 p.t.	
Social Score 3 kath.	108.900	€130,00 p.t.	
Social Score 1 ev.	36.400	€150,00 p.t.	
Social Score 2 ev.	80.100	€140,00 p.t.	
Social Score 3 ev.	40.400	€130,00 p.t.	

### Social Woopies



Hierbei handelt es sich überwiegend um Personen **älter 60 Jahre** mit einem hohen Anteil an Pensionären und Rentnern mit der Bereitschaft anderen zu helfen und auch soziale Verantwortung zu tragen. Die Selektion nach den einzelnen Selektionsklassen erlaubt eine weitere Differenzierung.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Social Score 1	438.800	€150,00 p.t.	2270
Social Score 2	435.400	€145,00 p.t.	
Social Score 3	456.100	€140,00 p.t.	
Social Score 4	354.200	€135,00 p.t.	
Social Score 5	371.400	€130,00 p.t.	

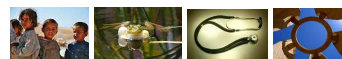
### Social Best Age



Hierbei handelt es sich überwiegend um Personen im **Alter zwischen 50-60 Jahren**, die noch voll im Berufsleben stehen. Sie zeichnen sich durch ein hohes frei verfügbares Einkommen aus, was sich auch auf die durchschnittliche Spendenhöhe positiv auswirkt. Die Selektion nach den einzelnen Selektionsklassen erlaubt eine weitere Differenzierung.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Social Score 1	122.600	€150,00 p.t.	2271
Social Score 2	114.800	€145,00 p.t.	
Social Score 3	144.900	€140,00 p.t.	
Social Score 4	123.200	€135,00 p.t.	
Social Score 5	129.000	€130,00 p.t.	

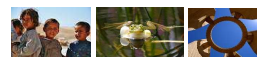
### Social Mid Age



Überwiegend handelt es sich hierbei um Personen im **Alter zwischen 40 – 50 Jahren** (zum Teil noch mit Jugendlichen im Haushalt), die soziale Probleme erkennen und bereit sind zu helfen. Darüber hinaus ist diese Zielgruppe auch für Spendenprojekte im Bereich Umwelt, Natur und Tiere ansprechbar. Die Selektion nach den einzelnen Selektionsklassen erlaubt eine weitere Differenzierung.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Social Score 1	111.700	€150,00 p.t.	2272
Social Score 2	113.200	€145,00 p.t.	
Social Score 3	154.500	€140,00 p.t.	
Social Score 4	139.300	€135,00 p.t.	
Social Score 5	160.900	€130,00 p.t.	

## **Social Younger**



Hierbei handelt es sich überwiegend um Personen, die als Single in einer Partnerschaft oder bereits als junge Familie leben und die Bereitschaft zu sozial-kritischem Engagement haben. Der Altersschwerpunkt liegt **unter 40 Jahren**. Diese Zielgruppe ist insbesondere gegenüber Spendenprojekten im Bereich Umwelt, Natur und Tiere sowie für konkrete Projektaufgaben offen. Die Selektion nach den einzelnen Selektionsklassen erlaubt eine weitere Differenzierung.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listenr.</u></b>
Social Score 1	53.600	€150,00 p.t.	2273
Social Score 2	51.400	€145,00 p.t.	
Social Score 3	71.700	€140,00 p.t.	
Social Score 4	67.000	€135,00 p.t.	
Social Score 5	83.500	€130,00 p.t.	

## **Akademiker, Bildungs- und Informationselite**



Alle Adressen in dieser Datei haben ein gemeinsames Merkmal: sie können der Bildungs – und Informationselite in Deutschland zugerechnet werden. Das Informationsbedürfnis und das Informationsverhalten dieser Zielgruppe liegt weit über dem Durchschnitt. Die überdurchschnittliche Einkommenssituation dieser Personengruppe in Verbindung mit einer hohen Bereitschaft zu helfen, führt in den meisten Fällen zu weit überdurchschnittlichen Neuspender- / Spendenbetragsquoten bzw. return on investment-Werten.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listenr.</u></b>
Gesamt	931.400	€140,00 p.t.	2260
Social Score 1	143.000	€160,00 p.t.	
Social Score 2	190.600	€145,00 p.t.	

## **Dun & Bradstreet Entscheider Privatadressen**



Mit Ihren Mailings erreichen Sie hier gezielt die TOP Entscheider (Inhaber, Gesellschafter, Geschäftsführer) unter der Privatadresse. Eine sehr kaufkräftige Zielgruppe für alle Angebote des gehobenen Bedarfs. Umfangreiche, sehr interessante Selektionen (z.B. Alter, Ultra Consumer, Soziale Orientierung) sind möglich.

<b><u>Selektion</u></b>	<b><u>Menge</u></b>	<b><u>Preis</u></b>	<b><u>Listenr.</u></b>
Gesamt	776.200	€140,00 p.t.	2071
Social Score	213.100	€150,00 p.t.	

### **LOHAS – Typ 1** **zeitgeistbasiert / öko-/ umweltorientiert**



Gut informierte und in hohem Maße kritische Personen mit weit überdurchschnittlichem Bildungsgrad und entsprechend hoher Kaufkraft. Ihr Lebensstil ist von Umweltbewusstsein geprägt. Schlechte Qualität und Wegwerfartikel werden ebenso abgelehnt wie Spontankäufe. Sie vertreten ganzheitliche Werte, nutzen die Medien selektiv und denken vernetzt.

**Je nach Zielsetzung der Fundraising-Aktion können weitere LQ-Kriterien definiert werden, um die Kernzielgruppe noch präziser zu erreichen!**

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Top Score 1	230.400	€160,00 p.t.	6426
Top Score 2	450.700	€150,00 p.t.	

### **LOHAS Typ 2 – Markenbewusster Lifestyle** **ambiente- und genussorientiert**



LOHAS sind sehr markenbewusst und haben eine überdurchschnittliche Kaufbereitschaft – vorausgesetzt, Hersteller und Dienstleister genügen ihren Ethikstandards. Der Focus richtet sich auf wirtschaftlich, gesundheitlich und ökonomisch sinnvolle Angebote. Grüner Lifestyle wird zum Trend bei dem gutes Design und gutes Gewissen verschmelzen.

**Je nach Zielsetzung der Fundraising-Aktion können weitere LQ-Kriterien definiert werden, um die Kernzielgruppe noch präziser zu erreichen!**

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Top Score 1	498.900	€160,00 p.t.	6427
Top Score 2	592.800	€150,00 p.t.	

### **LOHAS Typ 3 – Reife LOHAS**



Diese Personen haben die höchste Übereinstimmung zu LOHAS-relevanten Werten. Sie sind gleichermaßen zeitgeistbasiert, öko- und umweltorientiert und zeichnen sich durch einen markenbewussten Lebensstil mit Ambiente- und Genussorientierung aus. Das heißt: sie vereinigen alle Merkmale der LOHAS Typen 1 und 2.

**Je nach Zielsetzung der Fundraising-Aktion können weitere LQ-Kriterien definiert werden, um die Kernzielgruppe noch präziser zu erreichen!**

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Top Score 1	227.200	€160,00 p.t.	6428

### Wirtschaftsinfo – private Adressen



Gemeinsames Merkmal aller Personen in dieser Datenbank ist ein höherer sozio-ökonomischer Status und ein ausgeprägtes Informationsinteresse. Gerne gelesen werden z.B. Börsen- und Kapitalanlageinformationen, Wirtschaftszeitschriften und -bücher, Nachrichtenmagazine, überregionale Tages- und Finanzzeitungen, sowie jede Art von Fachliteratur.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	471.629	€120,00 p.t.	1498
Social Score	139.841	€145,00 p.t.	

### Halberts Buchkäufer



Diese Käufer wurden zu 100% über Mailings gewonnen, es handelt sich somit um sehr responsefreudige Postkäufer. Das Buch enthält Kapitel über Landesgeschichte, Namensentstehung und Wappenkunde. Jedes Buch wurde für den Empfänger individuell mit Namen, Wappen und einem Adressenverzeichnis produziert.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	258.200	€125,00 p.t.	621
Social Score 1	77.000	€125,00 p.t.	
Social Score 2	55.100	€125,00 p.t.	

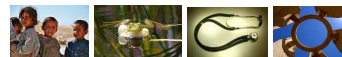
### Dr. Pierre Ricaud



Die Kundinnen dieses Versenders legen großen Wert auf Ihr Äußeres und sie kaufen die hochwertigen Pflegeprodukte und Kosmetika per Post. Der Altersschwerpunkt liegt bei 40 Jahren und älter. Die Kaufkraft ist hoch.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	209.600	€145,00 p.t.	164
Social Score	51.400	€170,00 p.t.	

### Daniel Jouvance



Die Angebotspalette reicht von pflegenden Duschgels, dekorativer Kosmetik bis hin zu exklusiven Anti-Faltencremes, hochwertigen Cellulitis-Behandlungen und hochwirksamen Straffungsprodukten, und alles aus natürlichen Algen- und Meereswirkstoffen. Die Kundinnen sind anspruchsvolle Postkäufer, aktive und schönheitsbewusste Frauen mittlerer und höherer Kaufkraft, die großen Wert auf ein gepflegtes Äußeres legen und sich dies auch gerne etwas kosten lassen. Die Kernzielgruppe ist ca. 30 bis 55 Jahre alt.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	98.800	€145,00 p.t.	1221
Social score	21.400	€170,00 p.t.	

### Rodale Press



Diese Gesundheitsbuchkäufer sind überwiegend älter als 40 Jahre, zu ca. 60% weiblich, sehr postkauffin und stark an allen Themen rund um Gesundheit interessiert. Es handelt sich um eine qualitativ hochwertige Liste, deren Käufer zu 100% aus Mailings an Postkäuferlisten generiert wurden. Auf Anfrage kann für Spendenorganisationen ein Rabatt (abhängig von der Einsatzmenge) auf den Adresspreis gewährt werden.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	124.300	€130,00 p.t.	1787
Social Score	53.300	€155,00 p.t.	

### Silkies



HCI Direct bietet die „Silkies Feinstrumpfhosen“ ausschließlich über den Versand an, wobei die Neukundengewinnung zu 100% über Mailings an Postkäuferlisten erfolgt. Die Silkies Zielgruppe ist weiblich, älter 50 Jahre, mit durchschnittlicher Kaufkraft.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Gesamt	475.200	€135,00 p.t.	2259
Social Score	119.600	€135,00 p.t.	

### Olio Carli



Seit 2001 ist der bekannte italienische Olivenölhersteller Fratelli Carli unter dem Namen Olio Carli in Deutschland aktiv. Feinstes Olivenöl von besonderer Qualität und andere italienische Spezialitäten werden in diesem traditionsreichen Familienunternehmen seit mehreren Generationen hergestellt und vertrieben. Den Käufern bleiben diese Produkte immer als etwas ganz Besonderes in Erinnerung.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Kunden 0-6 Monate	54.100	€200,00 p.t.	5622
Kunden 7-12 Monate	40.900	€200,00 p.t.	

### GesundheitsCenter



Das Label 'GesundheitsCenter' steht für diverse Versandhandelsaktivitäten eines Listeigners. Neben Nahrungsergänzungsmitteln und Aufbaupräparaten gehören Kosmetika, Gesundheitsbücher und viele praktische Neuheiten zum Sortiment: Sie erreichen mit dieser Liste eine Zielgruppe, deren Altersschwerpunkt über 50 Jahren liegt (gem. Vornamensanalyse), mit einer mittleren bis gehobenen Kaufkraft.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Kunden GesundheitsCenter	165.500	€135,00 p.t.	5267
Soziale Orientierung	46.400	€150,00 p.t.	

### Mayfair and More



Mayfair ([www.mayfairdirect.de](http://www.mayfairdirect.de)) bietet seinen Kunden wunderschöne Geschenkideen für die besonderen Momente des Lebens. Bezaubernder Schmuck, entworfen von internationalen Designern, exklusive Uhren und außergewöhnliche Editionen werden als limitierte Einzelstücke angeboten. Die Zielgruppe entstammt dem etablierten, bürgerlichen und wertkonservativen Milieu und sieht sich als Bewahrer kultureller, moralischer Werte und Traditionen. Wichtig sind Lebensqualität, Sicherheit, materielles sowie emotionales Wohlergehen. Die Mayfair-Kunden sind kaufkraftstark, zwischen 40 und 60 Jahre alt und kaufen gerne per Post. Sie wurden vorrangig durch Anzeigen- und Beilagenwerbung gewonnen.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Kunden	159.000	€140,00 p.t.	3606
Soziale Orientierung	84.000	€160,00 p.t.	

### **Pearl Agency**



"Pearl Agency der Versender Ihres Vertrauens" unter diesem Motto versendet Pearl jährlich mehrere Mio. Kataloge in D-A-CH. Das Sortiment umfasst zur Zeit weit über 10.000 Artikel aus den Bereichen PC-Hardware, Software, Heimelektronik und vieles mehr. Bestellt wird schriftlich, telefonisch und über das Internet unter [www.pearl.de](http://www.pearl.de).

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Kunden lt. 12 Mon.	1.154.000	€135,00 p.t.	1391
Soziale Orientierung	179.700	€150,00 p.t.	

### **Primofit**



Die Firma „Primofit Gesundheitsprodukte“ bietet ein ausgewähltes Sortiment an exklusiven Wellness- und Haushaltsartikeln an. Neben Massagesesseln & -liegen bilden im Wellnessbereich vor allem Badezusätze für Entspannungs- & Anti-Streß-Bäder sowie Luftsprudelbäder und Cremes einen Schwerpunkt. Sie erreichen mit dieser Liste eine Zielgruppe, deren Altersschwerpunkt über 50 Jahren liegt.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Kunden	368.500	€145,00 p.t.	4676
Soziale Orientierung	93.600	€160,00 p.t.	

### **Fashion Service**



Der Fashion Service Jellinghaus bietet seinen Versandhandelskunden ein ausgesuchtes Sortiment an Wäsche- und Miederwaren. Insbesondere der „Magic-Soft“-BH erfreut sich bei der fast ausschließlich weiblichen Käuferschaft einer besonderen Beliebtheit. Sie erreichen mit dieser Liste eine Zielgruppe, deren Altersschwerpunkt über 50 Jahren liegt.

<u>Selektion</u>	<u>Menge</u>	<u>Preis</u>	<u>Listennr.</u>
Käuferinnen mit LQ	105.900	€135,00 p.t.	4793
Soziale Orientierung	41.000	€150,00 p.t.	

**Für weitere Fragen und/oder ein persönliches Beratungsgespräch stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.**

Ihre Ansprechpartner in Stuttgart:

**Herr Klaus Arnold**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 11  
Email: [arnold@arnold-demmerer.de](mailto:arnold@arnold-demmerer.de)  
[demmerer.de](http://demmerer.de)

**Frau Anita Demmerer**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 10  
Email: [demmerer@arnold-demmerer.de](mailto:demmerer@arnold-demmerer.de)

**Herr Helmut Scheu**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 16  
Email: [scheu@arnold-demmerer.de](mailto:scheu@arnold-demmerer.de)

**Frau Sarah Ehmann**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 15  
Email: [ehmann@arnold-demmerer.de](mailto:ehmann@arnold-demmerer.de)

**Frau Natascha Mahn**

Tel. 0711 / 8 87 13 - 13  
Email: [mahn@arnold-demmerer.de](mailto:mahn@arnold-demmerer.de)

Ihre Ansprechpartner in Taufkirchen:

**Herr Peer Buchholtz**

Tel. 089 / 66 60 91-14  
Email: [buchholtz@arnold-demmerer.de](mailto:buchholtz@arnold-demmerer.de)

**Frau Brigitte Schopf**

Tel. 089 / 66 60 91-12  
Email: [schopf@arnold-demmerer.de](mailto:schopf@arnold-demmerer.de)

**Zentrale:**

**Arnold, Demmerer & Partner**

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing mbH  
Mittlerer Pfad 26  
D-70499 Stuttgart

Telefon: +49 (0)711 / 8 87 13 - 0  
Fax: +49 (0)711 / 8 87 13 - 44

**Niederlassung München:**

**Arnold, Demmerer & Partner**

Gesellschaft für creatives Zielgruppenmarketing  
Bayerstr. 24  
D-80335 München

Telefon: +49 (0)89 / 66 60 91-0  
Fax: +49 (0)89 / 66 60 91-20

e-mail: [post@arnold-demmerer.de](mailto:post@arnold-demmerer.de)  
Web: [www.zielgruppenmarketing.de](http://www.zielgruppenmarketing.de)  
[www.arnold-demmerer.de](http://www.arnold-demmerer.de)

Amtsgericht Stuttgart HRB 12468

Geschäftsführer: Klaus Arnold, Anita Demmerer, Peer Buchholtz

USt-ID: DE 147 797 164

Mitglied im DDV-Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. mit dem DDV-Qualitäts- und Leistungssiegel Listbroking.

**Antwort-Fax: 0711/887 13 44**

**Arnold, Demmerer & Partner  
Frau Sarah Ehmann  
Mittlerer Pfad 26  
70499 Stuttgart**

**Bitte senden Sie mir zu den nachfolgend angekreuzten Listen die Datenkarten zu:**  
(bitte tragen Sie Ihre Anschrift in das vorgesehene Feld ein)

<b>Organisation</b>	
<b>Abteilung</b>	
<b>Name</b>	
<b>Strasse / Hausnummer</b>	
<b>Ort</b>	
<b>Telephon / Fax</b>	
<b>Email</b>	

Listennummer	
<input type="checkbox"/>	5680
<input type="checkbox"/>	4053
<input type="checkbox"/>	4788
<input type="checkbox"/>	3931
<input type="checkbox"/>	3642
<input type="checkbox"/>	4052
<input type="checkbox"/>	2270
<input type="checkbox"/>	2271
<input type="checkbox"/>	2272
<input type="checkbox"/>	2273
<input type="checkbox"/>	2260
<input type="checkbox"/>	2071
<input type="checkbox"/>	6426
<input type="checkbox"/>	6427

Listennummer	
<input type="checkbox"/>	6428
<input type="checkbox"/>	1498
<input type="checkbox"/>	621
<input type="checkbox"/>	164
<input type="checkbox"/>	1221
<input type="checkbox"/>	1787
<input type="checkbox"/>	2259
<input type="checkbox"/>	5622
<input type="checkbox"/>	5267
<input type="checkbox"/>	3606
<input type="checkbox"/>	3906
<input type="checkbox"/>	1391
<input type="checkbox"/>	4676
<input type="checkbox"/>	4793



