

**ddp 2003 – erfolgreiche Dialog-Kampagnen zum Nachlesen**



## Die besten Dialogmarketing- Kampagnen 2003

Kreative Dialogmarketing-Kampagnen sind erfolgreicher. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung von Dialogmarketing zu. Dies dokumentiert die gerade erschienene repräsentative Buchveröffentlichung zum Deutschen Dialogmarketing Preis (ddp) 2003.

Das Buch stellt zunächst die ausgezeichneten Kampagnen des Jahres 2003 vor. Erstmals werden dabei auch die Auszeichnungen in den fünf neuen Medienkategorien des ddp berücksichtigt. Die Kampagnen sind aufwändig gestaltet und mit ausführlichen Erläuterungen versehen.

Die Dokumentation veröffentlicht darüber hinaus redaktionelle Beiträge mit strategischen, kreativen und fachlichen Anregungen für erfolgreiches Dialogmarketing. Sie stellt so eine wertvolle Arbeitshilfe für alle in diesem Bereich tätigen Fachleute aus Unternehmen, Verbänden und Agenturen dar.

## ddp 2003 – kreative Dialogmarketing-Kampagnen sind erfolgreicher

Kerstin Plehwe, Präsidentin des Deutschen Direktmarketing Verbands (DDV), appelliert in ihrem Beitrag an Unternehmen, kreatives Querdenken zuzulassen und auch entsprechend zu honorieren. Kreativität müsse sich wieder lohnen, da sie nachweislich der Schlüssel für den überdurchschnittlichen Erfolg einer Kampagne sei.

Weitere Beiträge plädieren u.a. für eine noch intensivere Verzahnung von Dialogmarketing und klassischer Werbung und liefern Details zum aktuellen Trend, demzufolge sich Unternehmen mehr und mehr mit bestehenden Kunden auseinandersetzen und entsprechende Management-Tools zur besseren Nutzung der Informationen etablieren.

Background: Der vom Deutschen Direktmarketing Verband (DDV) unter maßgeblicher Unterstützung der Deutschen Post AG ausgelobte Deutsche Dialogmarketing Preis (ddp) zeichnet alljährlich Kampagnen aus, die in den Wettbewerbskategorien Effizienz, Aufbau von Markenwerten, innovative Konzepte und Kreativität überzeugen konnten. Auch die diesjährige Dokumentation belegt erneut, dass sich effektive Kommunikation und Kreativität in Idee und Umsetzung nicht ausschließen, sondern sogar gegenseitig bedingen.

Insgesamt 283 Kampagnen in den Branchenkategorien und 246 Kampagnen in den Medienkategorien wurden beim ddp 2003 eingereicht – ein neuer Rekord. Ausgezeichnet wurden 59 Preisträger in den Branchen- und 16 Preisträger in den Medienkategorien; 17 Agenturen platzierten sich auf den Medaillenrängen. Erstmals erhielt eine soziale Organisation (Aktion Mensch) den EDDI.

Mitglieder des DDV und des Kommunikationsverbandes erhalten das Werk zum Vorzugspreis.

Deutscher Direktmarketing Verband DDV (Hrsg.)

### Deutscher Dialogmarketing Preis 2003

Hardcover mit Schutzumschlag; 24 x 32 cm; 232 Seiten; ISBN 3-928475-66-5; 2003; Varus Verlag, Bonn; 50 € (Mitgl. DDV und Kommunikationsverband: 40 €) jew. inkl. MwSt., zuzügl. Verp./Porto

„ddp-.2003“, ISBN 3-928475-66-5; 50,00 €

**Bestell-Coupon**

Name, Vorname

Firma

Str., Nr.

PLZ, Stadt, Land

e-mail/Tel.

Datum, Stempel, Unterschrift

Ich/wir bestelle/n  Exemplar/e

(Zutreffendes bitte ankreuzen)

zum Preis von 50,00 € + Porto/Verp.

für Mitglieder im DDV/kommunikationsverband  
zum Preis von 40,00 € + Porto/Verp.

Ich bin Mitglied; Mitgl.-Nr.

Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

varus verlag

königswinterer straße 552, d-53227 bonn

tel. 0228/944 66-0, fax. 0228/ 944 66-66

e-mail: info@varus.com