



Viva el ddp!

## Dialogmarketing punktet auch in der Krise

Kreativität *und* Effizienz  
entscheiden über den Markt-  
erfolg von Dialogmaßnahmen

Ganz im Zeichen des Mottos „Viva el ddp!“ zeigt sich der Deutsche Dialogmarketing Preis (ddp) im Jahr 2009. Und liefert ausgerechnet im Krisenjahr sein bestes Jahrgangsergebnis: Mit 69 Trophäen präsentiert der renommierteste deutsche Kreativwettbewerb der Dialogmarketing-Branche mehr Sieger als je zuvor in seiner Geschichte – ein deutliches Signal auch für den Erfolg und die Wertschätzung von Dialogmarketing insgesamt.

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten kann der ddp seine Trumpfkarte ausspielen: Denn bei diesem Award fließt die Effizienz – und damit der Erfolg einer Kampagne – zu gleichen Teilen in die Bewertung ein wie die Kreativität der Idee, die Umsetzung und die Strategie. Und was sonst als die Forderung nach Effektivität treibt gerade jetzt die Werbebranche zu revolutionären Höchstleistungen an? Trotz dieser beeindruckenden Resultate herrscht in der Branche jedoch aktuell ein höchst brisanter Mangel an Fachkräften. Im redaktionellen Teil des Buches disku-

## ddp 2009: Dialogmarketing at its best – Beispiele und Anregungen für Ihren Erfolg

tieren deshalb Fachleute aus Praxis und Lehre in einem hochkarätig besetzten Round-Table-Gespräch zu diesem Thema und vermitteln dem Leser wertvolle Informationen, Anregungen und konkrete Maßnahmen zur Verbesserung von Talentmanagement, Mitarbeiterentwicklung und Recruiting in Agenturen und Verbänden.

Welche Bedeutung die Teilnahme an Direktmarketing-Awards der deutschsprachigen Nachbarländer für einreichende Agenturen hat und was die jeweiligen nationalen Wettbewerbe auszeichnet, erläutern drei namhafte Agenturvertreter aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Einblicke in eine völlig andere Welt gewährt zudem der Bericht eines deutschen Kreativen über die Situation des Direktmarketings in Asien.

Der Kampagnenteil der repräsentativen Buchdokumentation bietet die gewohnt umfassende und detailgetreue Präsentation aller Gewinnerarbeiten. Diese ebenso informative wie top-aktuelle Leistungsschau zum Stand des deutschsprachigen Dialogmarketings liefert dem Nutzer nicht nur einen fundierten Überblick über die Branche; die Texte und Darstellungen geben vielmehr auch wichtige Hintergrundinformationen zur Effizienz der Kampagnen. Agenturen und Unternehmen erhalten auf diese Weise fundierte und aussagefähige Beispiele und Benchmarks für erfolgreiche Dialogkommunikation im Jahr 2009. Dies verleiht dem Werk besonderen Wert als strategischer Ideengeber und wertvolle Arbeitshilfe. Aufgrund seiner repräsentativen Aufmachung als edle Visitenkarte für alle Beteiligten wird das Buch zugleich als wertiges Präsent geschätzt.

2009 zeigt sich diese Visitenkarte im „revolutionären Gewand“: Denn erstmals wurde nicht nur im Rahmen der Preisverleihung, sondern auch bei der Covergestaltung das Motto des letztjährigen Goldgewinners beim Junior Creative Award (Leo Burnett GmbH) umgesetzt: „Viva el ddp!“

Der ddp wird alljährlich vom Deutschen Dialogmarketing Verband (DDV) ausgelobt. Der Wettbewerb wird seit Beginn von der Deutschen Post AG als Hauptsponsor und 2009 von der Allianz AG als VIP-Sponsor unterstützt.

Deutscher Dialogmarketing Verband DDV (Hrsg.)

### Deutscher Dialogmarketing Preis 2009

Hardcover mit Schutzumschlag; 24 x 32 cm; 344 Seiten; ISBN 978-3-941231-02-3;  
50 € (Vorzugspreis für DDV-Mitgl.: 40 €; nur bei Direktbestellung über den Verlag);  
alle Preise jew. inkl. MwSt.; zuzügl. Verpackung und Porto; Varus Verlag, Bonn; 2009

„ddp-Jahrbuch 2009“, ISBN 978-3-941231-02-3; 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, alle Preise inkl. MwSt.)
- der Ausgabe 2009 zum Preis von 50 € (Vorzugspreis f. DDV-Mitglieder 40 €), inkl. Porto/Verpackg.
- der Ausgabe 2008 (50 €, DDV-Mitglieder wie vor)
- der Ausgaben 2009 und 2008 (Vorzugspreis 90 €, Mitgl. 80 €), zzgl. P./V.
- Ich bin Mitglied; Mitgl.-Nr.:
- Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

**Varus Verlag**

Am Bonner Bogen 2, D-53227 Bonn  
Tel. 02 28 / 9 44 66-0, Fax 02 28 / 9 44 66-66  
E-Mail: info@varus.com