



Dialogmarketing 2010:

Synergien durch Vernetzung

**Intelligente Verzahnung
von Maßnahmen lässt
On- und Offline profitieren**

Wie eine aktuelle Umfrage des OWM (Organisation Werbungtreibende im Markenverband) belegt, erwarten 39 Prozent der Befragten für 2010 eine Steigerung der Werbeausgaben. Zugleich nehmen die Investitionen in digitale Medien zu.

Diese Entwicklung spiegelt sich auch bei den diesjährigen Einreichungen zum Deutschen Dialogmarketing Preis ddp wider: Erstmals in seiner 27-jährigen Geschichte wurden mehr Arbeiten in der Kategorie „Digitale Medien“ eingereicht als in der Kategorie „Mailing“. Interessanterweise ist zugleich auch die Vernetzung von Off- und Online-Maßnahmen angestiegen; dabei werden viele Offline-Maßnahmen direkt ins Internet verlängert. Offensichtlich haben Werbeexperten erkannt, dass bei einer Vernetzung beide Kanäle voneinander profitieren und Synergien erzeugen.

Auch in diesem Jahr konnte sich die Jury wieder über sehr interessante und qualitativ hochwertige Arbeiten freuen, insgesamt 420 Einreichungen in 18 Kategorien.

ddp 2010: Dialogmarketing punktet in Krisenzeiten – Anregungen auch für Ihren Erfolg

Dabei ist die Anzahl der einreichenden Agenturen im Vergleich zu 2009 trotz Krise nur um fünf Prozent gesunken. Ein Beweis für den hohen Stellenwert, den der ddp für die Branche besitzt!

80 Arbeiten befinden sich auf der Shortlist; besonders stark 2010 sind die Kategorien „Handel“, „Mailing“, „Digitale Medien“ und „Kundenbindung“. Diese und alle anderen Gewinnerarbeiten präsentiert der Kampagnenteil der Buchdokumentation – in diesem Jahr als Steifbroschur gestaltet – umfassend und detailgetreu.

Dabei liefert die Dokumentation eine informative und top-aktuelle Leistungsschau zum Stand des deutschsprachigen Dialogmarketings sowie wichtige Hintergrundinformationen zur Effizienz der Kampagnen. Im redaktionellen Teil hingegen bietet die hochwertige Dokumentation fundierte Informationen und Kurzweiliges:

So zeigen Beiträge, was „Mut“ im Dialogmarketing bewirken kann und welchen Wert Auszeichnungen bei Wettbewerben haben. Im Anschluss an einen Bericht über Dialogmarketing „in Arabien“ macht ein hochkarätig besetztes Round-Table-Gespräch deutlich, welche Verantwortung Agenturen als „Leuchttum der Orientierung“ für ihre Kunden tragen. Hier diskutieren die Teilnehmer, welche Folgen sich aus dem heutigen Anspruch des Verbrauchers auf Mitgestaltung der Kommunikation ergeben und welche Herausforderungen und Optionen sich dadurch strategisch und steuerungstechnisch für die Markenführung ergeben.

Der Sonderpreis der Jury (EDDI) geht 2010 an die Coca-Cola GmbH. Hier beleuchtet das Interview mit dem Preisträger u.a., welche Bedeutung das Unternehmen dem Bereich Social Media beimisst.

Der ddp wird alljährlich vom Deutschen Dialogmarketing Verband (DDV) ausgelobt. Der Wettbewerb wird seit Beginn von der Deutschen Post AG als Hauptsponsor unterstützt.

Deutscher Dialogmarketing Verband DDV (Hrsg.)

Deutscher Dialogmarketing Preis 2010

Steifbroschur; 24 x 32 cm; 276 Seiten; ISBN 978-3-941231-05-4;

50 € (Vorzugspreis für DDV-Mitgl.: 40 €; nur bei Direktbestellung über den Verlag);

alle Preise jew. inkl. MwSt.; zuzügl. Verpackung und Porto; Varus Verlag, Bonn; 2010

Bestell-Coupon (bitte zurück an Varus Verlag, 53227 Bonn, Fax-Nr.: +49 / (0)2 28 / 9 44 66-66)

„ddp-Jahrbuch
2010“

Datenschutzhinweis: Bei uns sind Ihre Daten in guten Händen (keine Weitergabe an Dritte; nur Nutzung für interne Auswertungen und zur Bewerbung eigener Angebote). Mit dieser Bestellung geben Sie Ihre Einwilligung zur Verwendung Ihrer u.g. Daten in schriftlicher Form (Verarbeitung und Speicherung sowie Verwendung per Fax, E-Mail oder postalischen Anschreiben). Dieser Einwilligung können Sie jederzeit widersprechen: Varus Verlag, Am Bonner Bogen 2, 53227 Bonn; office@varus.com

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 2010 zum Preis von 50 € (Vorzugspreis f. DDV-Mitglieder 40 €), zzgl. Porto/Verpackg.
- der Ausgabe 2009 (50 €, DDV-Mitglieder wie vor)
- der Ausgaben 2010 und 2009 (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