

Pressemitteilung 28/2010

## Neue Vertriebschancen durch innovatives Dialogmarketing

### 2. VDZ-Dialogmarketing-Tag 2010 in Hamburg

Berlin, 10. Juni 2010 – Zum zweiten VDZ-Dialogmarketing-Tag am 25. und 26. August 2010 in Hamburg lädt jetzt der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger ein.

Unter dem Titel „Abomarketing 3.0: Trends – Geschäftsmodelle und Visionen“ geht es um Chancen, Potentiale und juristische Grenzen beim Dialogmarketing, das gerade auch für den Vertriebs Erfolg der Zeitschriftenverleger zusehends wichtiger wird. „Deren Vertriebs Erlöse spielen angesichts zurückgehender Anzeigenvolumina eine offenkundig größere Rolle; dabei hilft das Abonnement den Zeitschriften als bedeutendster Vertriebskanal“, so Ludwig von Jagow, Geschäftsführer Vertrieb im VDZ. Die ganze Stärke des Direktmarketings zeigt sich in den Zahlen für das Jahr 2009, in dem rund 30 Milliarden Euro in Dialogmedien investiert wurden; der Anteil von Dialogmarketingmedien an den Werbeaufwendungen lag bei 37 Prozent, der für Medien mit Dialogmarketing-Elementen bei 26 Prozent.

Wie können aber Zeitschriftenverlage von der Stärke und Dynamik des Dialogmarketings mit seinen Innovationen und Weiterentwicklungen optimal profitieren? Um Fragen zu den wichtigsten fachlichen Entwicklungen, Strategien und Trends im In- und Ausland, den Marktherausforderungen und mögliche Lösungsansätze im Direktkundenmarketing qualifiziert zu beantworten, hat der VDZ für den Dialogmarketing-Tag Experten aus Wissenschaft und Praxis wie unter anderem Marco Koeder, Executive Director Cyber Media oder Ove Saffe, SPIEGEL-Verlagschef gewonnen, um folgende Felder auszu-leuchten:

- Weltweite Trends im Direktmarketing
- Aktuelle Rechtslage – Status Quo – Aussichten
- Social Media zur Bindung und Gewinnung von Lesern
- Erfolgreiche Formen der Opt-in Generierung
- Tests im Direktmarketing – Testfelder und Testfallen
- Nationale und internationale Best-Cases

„Wir haben großen Wert auf erfolgreiche Beispiele aus der Praxis gelegt“, so Ludwig von Jagow, und präsentieren deshalb neben Perspektiven und Ausblicken drei Best Cases wie das Kundenbindungsprogramm „MeinPlus“ (Bauer-Verlag), die „Kaiser-Karte WM 2010“ – Crossmediale Ergebnisse (Axel Springer) und „Kundenbindung-Geo“ (DPV Direkt).

Zum VDZ Dialogmarketing-Tag werden über 100 Teilnehmer, Geschäftsführer, Verlagsleiter, Fach- und Führungskräfte im Vertriebsmarketing, Vertriebsmitarbeiter von Verlagen und Nationalvertriebsunternehmen sowie Werbeleiter und Online-Verantwortliche, erwartet. Weitere Informationen zum Programm, zu den Experten, zu den Konditionen und den Sponsoringmöglichkeiten finden Sie unter [www.dialogmarketingtag.com](http://www.dialogmarketingtag.com)

#### Weitere Informationen:

Peter Klotzki, Tel: +49 (30) 72 62 98-162

E-Mail: [p.klotzki@vdz.de](mailto:p.klotzki@vdz.de)

Internet: [www.vdz.de](http://www.vdz.de)

**Über den VDZ:**

*Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e.V. ist die Interessenvertretung der deutschen Zeitschriftenbranche. Als Dachverband, organisiert in drei Fachverbänden (Fachpresse, Konfessionelle Presse, Publikumszeitschriften) und sieben Landesverbänden, repräsentieren seine 400 Mitgliedsverlage mit mehr als 3.000 Zeitschriften rund 90 Prozent des deutschen Zeitschriftenmarktes. Als Dienstleistungsverband bietet der VDZ den Verlagen ein breites Spektrum an Beratungs-, Informations- und Serviceleistungen in allen Bereichen des Verlagsgeschäftes (Anzeigen, Vertrieb, New Media, Rechtsfragen, Betriebswirtschaft, Umwelt und Papier). Als Wirtschaftsverband engagiert er sich auf deutscher und europäischer Ebene für die Wahrung und Berücksichtigung der Interessen von Verlagen. Und als Arbeitgeberverband führt er im Auftrag der Landesverbände für die Verleger die Tarifverhandlungen mit den Gewerkschaften für Redakteure. Darüber hinaus leistet der VDZ mit der Zeitschriften Akademie einen wesentlichen Beitrag zur Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche. Weitere Informationen im Internet unter: [www.vdz.de](http://www.vdz.de), [www.pz-online.de](http://www.pz-online.de), [www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de), [www.print-wirkt.de](http://www.print-wirkt.de), [www.zeitschriften-akademie.de](http://www.zeitschriften-akademie.de), [www.crossmedia-cases.de](http://www.crossmedia-cases.de), [www.zeitschriftentage.de](http://www.zeitschriftentage.de)*