

Pressemitteilung 15/2011

Dialogmarketing: Große Potenziale im Pressevertrieb

Der 3. VDZ Dialogmarketing-Tag findet am 24. und 25. August in Hamburg statt/ Das Programm bietet ein breites Themenspektrum

Berlin, 17. Mai 2011 – Der VDZ stellt heute das Programm des 3. VDZ Dialogmarketing-Tags vor. Mit einer breiten Themenauswahl zum Direktkundenvertrieb zielt es darauf ab, bewährte und neue Strategien des Abo- und Dialogmarketing im In- und Ausland aufzuzeigen. „Der Leitgedanke „Aus der Praxis für die Praxis“ soll insbesondere Vertriebsverantwortlichen aus den Verlagen und verlagsnahen Unternehmen Perspektiven vorstellen, die Vertriebswege Abonnement und Dialogmarketing noch besser auszuschöpfen“, erläutert Ludwig von Jagow, Geschäftsführer Vertrieb im VDZ. Welches Potenzial hier noch gehoben werden kann, zeigt nicht zuletzt die Tatsache, dass 40 Prozent der Gesamtauflagen von Publikumszeitschriften auf Abonnements entfallen bei einem durchschnittlichen Gesamtumsatzanteil von rund 15 Prozent.

Der VDZ Dialogmarketing-Tag findet am 24. und 25. August 2011 in Hamburg statt und wird wieder ein im Preis enthaltenes attraktives Abendprogramm beinhalten.

Zu den Vortragsthemen gehören u.a. Fragen der Kundengewinnung und -bindung, neue Erkenntnisse zum Databasemarketing, eine Blickverlaufsstudie zur Online-Generierung von Abonnements sowie der Vortrag zu den aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen. Referenten sind unter anderen Manfred Braun, Sprecher der Publikumszeitschriften (PZ) im VDZ; Marco Koeder, Executive Director CyberMedia K.K.; Dr. Bernhard Mischke, Geschäftsführer der pubbles GmbH & Co KG sowie Christian Hoffmeister, Geschäftsführer Bulletproof Media. Medienunternehmer Ulrich Hegge wird den Kongress moderieren. Zudem wird auf dem Dialogmarketing-Tag das neue VDZ-White Paper „Digital Change in der Kundengewinnung und -bindung“ vorgestellt (erhältlich beim VDZ, Lutz Drüge, l.druege@vdz.de). Es stellt den Ist-Zustand von Zeitschriften im Bereich der digitalen Kundengewinnung und -bindung dar. Es zeigt auf, welche Potenziale Verlage im Bereich Cross- und Upselling sehen und wie sie planen, die Potenziale mittels digitaler Kundenkommunikation und digitalen Angeboten zu nutzen.

Liveschaltungen nach Japan und in die USA werden den Teilnehmern die aktuellen Herausforderungen in anderen gut entwickelten Märkten aufzeigen.

Der VDZ Dialogmarketing-Tag ist der wichtigste Verlagskongress für den Direktkundenvertrieb und hat bereits bei den beiden vorangegangenen Jahren bis zu 200 Teilnehmer aus Verlagen, dem BMD und anderen Unternehmen in Hamburg versammeln können.

Manfred Braun, Vorsitzender der Publikumszeitschriften im VDZ, wirbt für eine Teilnahme der Verlage: „Wir brauchen in diesen Zeiten, in denen wir uns intensiv um den Erfolg im Lesermarkt kümmern müssen, eine solche Plattform, um uns enger auszutauschen.“

Das komplette Programm der von der VDZ Akademie organisierten Veranstaltung und die Möglichkeit der Anmeldung sind online unter www.dialogmarketingtag.com verfügbar. Rückfragen an Bettina Heiroth (b.heiroth@vdz-akademie.de) oder telefonisch unter 030/726298113.

Weitere Informationen:

Peter Klotzki

Geschäftsführer Presse und Kommunikation

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

E-Mail: p.klotzki@vdz.de

Internet: 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, www.pz-online.de, www.deutsche-fachpresse.de, www.print-wirkt.de, www.zeitschriften-akademie.de, www.crossmedia-cases.de, www.zeitschriftentage.de