

Neu: Folgen Sie uns auf Twitter: VDZPresse
und auf Facebook: www.facebook.com/VDZPresse

Pressemitteilung 39/2013

5. VDZ Dialogmarketing-Tag: Dialogmarketing-Potenzial in Verlagshäusern auf dem Prüfstand

Chancen der direkten Kundenansprache für das Abonnementgeschäft / Keynotes und Case Studies von über 20 internationalen Vertriebsprofis und Rechtsexperten

Berlin/Hamburg, 3. September 2013 – Dialogmarketing wird für Verlagshäuser in der digitalen Medienwelt zu einer besonderen Herausforderung. Über den Status Quo und die Chancen der direkten Kundenansprache für das Abonnementgeschäft sprechen seit heute über 20 internationale Vertriebsprofis und Rechtsexperten im Rahmen des 5. VDZ Dialogmarketing-Tags in Hamburg. „Die stetig steigende Medienvielfalt und die immer stärkere Ausdifferenzierung von Themen und Inhalten erfordern mehr denn je detaillierte Kenntnisse der Lesermärkte und höchste Präzision im Dialog“, zog VDZ-Hauptgeschäftsführer Stephan Scherzer eine erste Zwischenbilanz des ersten Kongresstages. „Dabei eröffnen sich den Verlagshäusern ganz neue Optionen, denn nie zuvor gab es mehr Möglichkeiten, mit potenziellen Lesern und Usern in Kontakt zu treten, als im digitalen Zeitalter von heute.“

In der Eröffnungs-Keynote referierte Dieter Weng, Präsident des Deutschen Dialogmarketing Verbandes (DDV) und des europäischen Dachverbandes FEDMA, über aktuelle Dialogmarketing-Trends in Deutschland sowie im europäischen Ausland. Den Einfluss der USA als einer der wichtigsten Vorreiter für digitale Technologien verdeutlichte Christoph Keese. Der Executive Vice President bei Axel Springer zeigte in seinem Vortrag auf, wie das Silicon Valley die Medienwelt verändert und wie Verlage darauf reagieren sollten. Jede Menge Praxis-Einblick vermittelte die Diskussionsrunde mit Vertriebs- und Marketingexperten aus dem Condé Nast Verlag, der Burda News Group/Verlagsgruppe Milchstraße und dem Heise Zeitschriften Verlag zu den Potenzialen im Direktmarketing. Ein weiteres Thema auf der Agenda des ersten Kongresstages waren praxisrelevante Informationen zu aktuellen Rechtsfragen – insbesondere im Zusammenhang mit der für Verlage bedeutenden Datenschutznovelle.

Der 5. VDZ Dialogmarketing-Tag findet morgen mit einem ebenso vielfältigen Mix aus Keynotes und Case Studies seinen Abschluss. Weitere Informationen zum Programm und zu den Referenten sind unter www.dialogmarketingtag.com erhältlich.

Weitere Informationen:

Peter Klotzki

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

E-Mail: p.klotzki@vdz.de

Internet: www.vdz.de

Facebook: www.facebook.com/VDZPresse

Twitter: VDZPresse

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 fünf Landesverbänden, repräsentieren seine 430 Mitgliedsverlage mit mehr als 3.000 Zeitschriften rund 80 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, Digitale Medien, 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.vdz-akademie.de, www.zeitschriftentage.de