

iBusiness Executive Summary
Ausgabe 01 | 1. Juni 2021 | Ausgabe 01 | DER TRENDLEITER EXKURSIV FÜR BUSINESS-PROFISALS UND LEITUNGEN

INTERNETAGENTUR-RANKING 2021

Poster
Internetagentur-Ranking 2021

Corona bremst Agenturmarkt aus

Wo Onlinehändler in Zukunft investieren 20
Wie Hologramme unser Leben verändern werden 22
Wurfauf es bei Fernwerbung ankommt 26
Analytics-Tools im Vergleich 36/38

ONE to ONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

Marktübersicht Marketing-Suites

www.oneone.de Ausgabe 07/06/2021 | Euro 7,90 € - 47,90 €

Die Klima-Konsequente

Echter Wandel statt Greenwashing: Dr. Sarah Müller weiß, was eine nachhaltige Marketingstrategie auszeichnet.

#StopFundingHate
Eine Bestandsaufnahme- und Lösungsmatrix
→ Seite 9

Lokales Marketing
Die Rückkehr nach den Lockdowns
→ Seite 12

Employer Branding
Fünf Recruiting-Methoden für Social Media
→ Seite 44

Dialog 21
Dialogmarketing vor dem neuen Paragrafen
→ Seite 24

Versandhausberater
Strategien und Analysen für E-Commerce,
Katalogmarketing und Mobile Shopping

© 15883

Diese Woche besonders wichtig:

Studie Einkaufsverhalten...	auf Seite 1	Email-Marketing 2021	...	auf Seite 10
Marktanalyse Shopssysteme (2)...	auf Seite 4	E-Commerce in Finnland	...	auf Seite 12

Es gibt sie noch, die Non-Commercer

Liebe Kollegin, lieber Kollege,

Corona wühlt das Einkaufsverhalten der Deutschen durcheinander – aber weniger als erwartet. Unsere Exklusivstudie zeigt: Es dominiert das kanalübergreifende Shopping.

Welche Kanäle nutzen die Deutschen zum Einkaufen wirklich? Das Ergebnis der exklusiv für die Redaktion von Marktforschung Spezialist Research zum zweiten Mal durchgeführten Studie zeigt, dass die Mehrheit der Bundesbürger auch in Pandemiezeiten kanalübergreifend shoppt.

Zusätzlich gelegentlich nutzen rund 77 Prozent der Bundesbürger mehr als einen Einkaufskanal – bei der vergangenen Erhebung im Jahr 2019 waren es noch 95 Prozent. Einer von fünf Deutschen beschränkt sich beim Einkauf auf eine einzige Art des Einkaufs – 2019 war es jeder sechste. Davon sind die Hälfte Non-Onlineer, ein weiteres Drittel kauft nur stationär vor Ort.

Jeder zweite Bundesbürger gab in der bevölkerungsrepräsentativen Befragung an, kanalübergreifend einzukaufen – sie shoppen sowohl online als auch stationär. Hier hinterlässt die Pandemie ihre Spuren: Während sich der Anteil der Non-Onlineer gegenüber 2019 fast verdoppelt hat, sinkt der Anteil derjenigen, die ausschließlich Internet und Filiale als Einkaufsmöglichkeit nutzen, von 71 auf 63 Prozent. Mehr Bundesbürger als vor zwei Jahren greifen zusätzlich zu den beiden Shoppingkanälen wegzutreten bei und wieder auch zum Telefon oder schicken eine Nachricht per Brief.

Ober alle Kanalkombinationen hinweg shoppen die meisten Bundesbürger online (90,3 Prozent). Ein Geschäft vor Ort brauchen wenigstens gelegentlich 79 Prozent. Vor zwei Jahren waren das noch 87,4 Prozent.

www.dg-versand.de

Erfolgreicher Omnichannel-Handel mit dem perfekten ERP-System: VS/4

File: Online Versand

Mediadaten 2022/2023



Joachim Graf

Wir wollen Ihnen immer noch keine Anzeigen verkaufen

Ihre komplexen Produkte und Services brauchen eine differenzierte Kommunikationslösung. Seit über 30 Jahren verfügt der HighText-Verlag über die Erfahrung, Anbieter erklärungsbedürftiger Digital- und Kommunikationsprodukte und -Services mit ihren Auftraggebern zusammenzubringen.

Egal, ob Sie Marken-Awareness aufbauen wollen, Leads für Ihren Vertrieb generieren müssen oder sich in den Pitch-Mindset der Entscheider bringen wollen: Wir haben die

richtigen Kommunikationstools dafür. Und auch die richtigen Zielgruppen. Durch die Allianz des Thinktanks für Zukunftsforschung **iBusiness**, der Fachzeitschrift für New Marketing Management **ONEtoONE** und des Chef-Briefs für den Distanzhandel, **Versandhausberater**, können wir Ihnen zielgenau die Kommunikation anbieten, die Sie für Ihren Marketing- und Vertriebserfolg benötigen.

Übrigens: Haben Sie eine Kommunikationsaufgabe, für die Sie in diesen Mediadaten keine Lösung finden? Dann entwickeln wir einfach gemeinsam mit Ihnen eine neue. Rufen Sie an.

Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen!

Ihr

 Herausgeber

Alle Kommunikationstools, die Sie brauchen...

Content- und Marken-Branding: Sie wollen Awareness bei deutschsprachigen Digital-Entscheidern erreichen, Employer-Branding betreiben oder Ihre Kompetenz in speziellen Themenfeldern kommunizieren? Dazu eignen sich Print-Kampagnen, Online- und EMail-Medien, Advertorials sowie das Online-Sponsoring. Seite 52

Lead-Generierung: Füllen Sie Ihren Sales-Funnel mit hochkarätigen B2B-Leads. Mit virtuellen Kongressmessen, Webinaren, Whitepaper- und Permission-Marketing-Kampagnen. Seite 6

Pitch-Marketing: Ihre Marke soll im Mindset der Entscheider sein: Exakt in dem Moment, wenn eine Pitch-Entscheidung ansteht? Rankings und Themenspecials sind genau dafür konzipiert. Seite 7

... und nachhaltig sind sie auch.

Unter anderem durch CO₂-Ausgleichszahlungen stellen wir sicher, dass Ihre Werbemaßnahmen stets klimaneutral sind. Unsere **Webseiten** (Elektrizität durch Wasserkraft statt Holzverfeuerung im Kongo) genauso wie **Druck** (Toyola Clean Cookstoves in Ghana) und **Versand** (Investitionen in Klimaschutzprojekte) unserer Print-Produkte. Beim **EMail-Versand** setzen wir 100 Prozent Ökostrom ein.



Inhalt

Reichweite	4
Zielgruppen	5
Leadgenerierung	6
Webinare	7
Virtuelle Kongressmessen	8
Virtuelle Kongressmessen: Themen und Termine	10
Whitepaper/Gutschein/Messekontakt-Leads	13
Email-Marketing	14
Standalone-Mailings/Permission-Marketing	15
Newsletteranzeigen	16
Pitchmarketing	18
Crossmediale Rankings, Listings, Übersichten	19
Rankings/Listings/Übersichten im Einzelnen; Sponsoring-Pakete	21
Gattungsmarketing und Agenda-Setting	29
Crossmediale Specials und Sonderpublikationen	30
Special	31
Sponsoringpakete	32
Die Plattform „Programmatic Printing“	33
Programmatic Printing Print-Special	34
Programmatic Printing.de	35
Programmatic Printing – Virtuelle Expertenforen	36
Programmatic Printing Sponsoring-Pakete	37
Versandhausberater Spezial	38
Versandhausberater Spezial Anzeigenformate	39
E-Retailer Jahrbuch 2022/2023	40
E-Retailer Jahrbuch 2022/2023 Anzeigenformate	42
Verzeichnis des Versandhandels online	43
Verzeichnis des Versandhandels Mitgliedschaften	45
Branding: Awards	46
Awards	47
Katalog des Jahres & Marketingkopf 2022	48
E-Retailer des Jahres	49
Awards Sponsoring-Pakete	51

Seite

Branding: Premium Enterprise	52
PremiumPlus Enterprise	53
Crossmediale Kommunikation	54
iBusiness	55
iBusiness Reichweite	56
iBusiness Bannerwerbung	59
iBusiness Newsletter-Anzeigen	60
iBusiness Microsite-Sponsoring	61
iBusiness Content-Sponsoring	62
ONEtoONE	63
ONEtoONE Reichweite	64
ONEtoONE Advertorials	65
ONEtoONE Printanzeigen	68
ONEtoONE Beilagen und Beikleber	70
ONEtoONE Termine	71
ONEtoONE.de Bannerwerbung	72
ONEtoONE.de Newsletteranzeigen	73
Versandhausberater	74
Versandhausberater Print	75
Versandhausberater Print Reichweite, Themen und Termine	76
Versandhausberater Print Anzeigenformate	77
Versandhausberater.de Reichweite	78
Versandhausberater.de Bannerwerbung	79
Versandhausberater.de Newsletteranzeigen	80
Versandhausberater.de Sponsoring	81
Formate und technische Daten	82
Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs)	85
Beratung und Kontakt	88
Kundenverzeichnis	89

Seit April 2018 vereint der HighText-Verlag gleich drei hochkompetente Entscheider-Titel unter einem Dach:

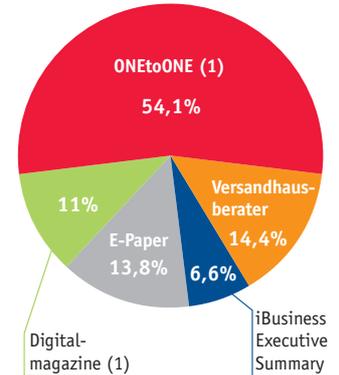
- **iBusiness** ist der Thinktank für Zukunftsforschung rund um digitale, interaktive und disruptive Märkte. Strategische Entscheider aus Unternehmen und Agenturen, Dienstleister und Markenverantwortliche sowie Onlineshopbetreiber und mit Digitalisierung befasste Geschäftsführer finden hier Marktzahlen, Zukunftsszenarien und Marktanalysen für die gesamte Welt der Digitalen Transformation.
- **ONEtoONE** ist die Fachzeitschrift für New-Marketing-Management. Zielgruppe sind Marketingleiter und Chief Digital Officer. Sie finden alles rund um Ihre persönliche Marketingkarriere: Hintergründe, Checklisten und konkrete Hilfen zu Projekten, Technologie, Services, Karriere und Community. ONEtoONE hilft Ihnen, die richtigen Entscheidungen zu treffen, wenn es um die Digitalisierung von Marketing und Kommunikation im Unternehmen geht.
- Seit 1961 ist der **Versandhausberater** der Chef-Brief für den Distanzhandel. Zielgruppe sind die Geschäftsführer und Eigner von Versandhändlern, Crosschannel-Anbietern, Kataloghändlern, Online-shopbetreibern sowie die Inhaber und Geschäftsführer von deren Dienstleistern.

76.000 Entscheider: Insgesamt erreichen Sie über alle HighText-Medien rund 76.000 Digitalentscheider. Im Durchschnitt liefern wir jeden Monat an unsere verschiedenen Abonnenten-Zielgruppen eine halbe Million E-Mails, mehrere tausend E-Magazine und über 10.000 gedruckte Hefte von iBusiness Executive Summary, ONEtoONE und Versandhausberater aus – sowohl als (bezahlte) Abonnements als auch im Streu-Wechselversand an namentlich bekannte Adressaten.

Jährliche Magazin-Reichweite

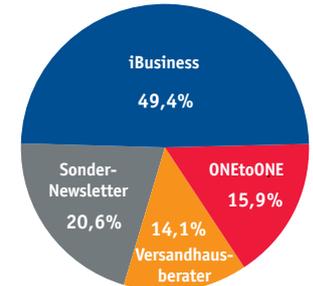
Insgesamt über 180.000 Empfänger

(1) Abo und Freiverteiler; sonst nur Abonnement



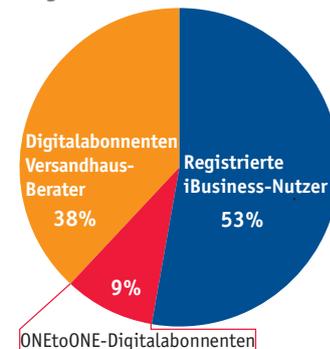
Jährliche EMAIL-Reichweite

Insgesamt 7,4 Millionen

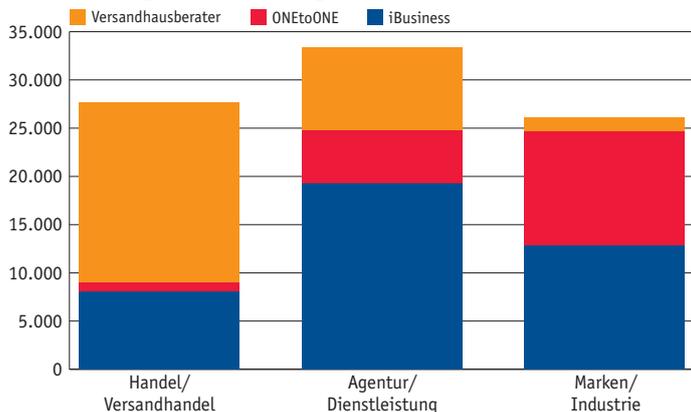


Standalone-Reichweite

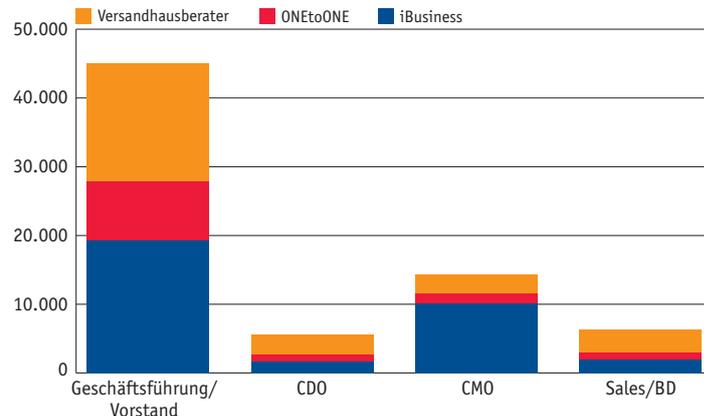
Insgesamt über 76.000 Entscheider



Die HighText-Zielgruppe nach Branchen



Die HighText-Zielgruppe nach Funktion



Zielgruppen

Schwerpunkt Handel, Marken, Digitaldienstleistung: Aufgrund der Thematik, mit denen sich iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater beschäftigen, ist der Schwerpunkt der B2B-Entscheider, die diese Medien nutzen, in den Unternehmen der digitalen Wirtschaft beschäftigt – beziehungsweise in den digital-affinen Abteilungen der klassischen Industrien. Digitale Transformation, die Management-Herausforderungen in disruptiven Märkten, Umbau und Beschaffung für integratives Kanäle- und Medien-übergreifendes Marketing sowie der Kanal-übergreifende Handel bilden dabei den Fokus der redaktionellen Berichterstattung.

C-Level only: Die meisten Nutzer der HighText-Medien sind Geschäftsführer, Firmeneigentümer und Vorstände. Relevante Potenziale können wir Ihnen bei Geschäftsführern/Vorständen, ECommerce-Verantwortlichen, Digital-Verantwortlichen (CDO), Marketingleitern (CMO) sowie Vertriebsleitern und Business-Development-Verantwortlichen anbieten.

Jährliches Investitionsvolumen von über 25 Milliarden Euro: Insgesamt erreichen Sie über die HighText-Medien rund 76.000 Digitalentscheider, die als registrierte Nutzer und EMail-Abonnenten uns in der Regel bekannt sind und die Sie alle (über DSGVO-kompatible Registrierungsverfahren wie Double-Opt-In) mit Werbebotschaften erreichen können. Wenn man die Selbstauskünfte unserer Nutzer zu dem von Ihnen entschiedenen Investitionsvolumen hochrechnet, bewegen unsere Nutzer zusammen ein jährliches Investitionsvolumen von über 25 Milliarden Euro.



Dialog 21
Die Virtuelle Dialogmarketing-Kongressmesse
in Kooperation mit dem **DDV**

16. Juni 2021 bis 16. Juni 2021

Dialog 21: Hinein in die goldenen Zwanziger - Dialogmarketing vor dem neuen Boom

Dialogmarketing wird in Nach-Corona-Zeiten besonders wichtig für den gesamten Marketingmix. Die **Dialog 21 - Die virtuelle Dialogmarketing-Kongressmesse** stellt Ihnen neue Techniken und Services vor. Sie angelt Ihnen aktuelle Erkenntnisse, sind Sie liefert Ihnen konkrete Tipps und Tricks für Ihren Marketingalltag.

Die Virtuelle Kongressmesse **Dialog 21** bringt Sie, Kontexten und Kunden über alle Berührungspunkte und Medien hinweg die optimale Kommunikation- und Markenverhaltensstrategie vor Ihren Augen.

Vorteilen Sie Ihre einen oder mehrere Vorträge von unseren Experten und erfahrenen Praktikern und haben Sie sich die neuesten Insights und Tricks. Zusätzlich können Sie im virtuellen Kongress-Space sich über Anbieter informieren, direkt mit den Vortragenden individual kommunizieren und Ihren Ihre persönlichen Fragen stellen.

Das Programm:

1. Kongress: Expertenforum "Programmatic Printing" - im Rahmen der Dialog 21
Die Kongressmesse öffnet eine Stunde vor Beginn der ersten Veranstaltung

Dienstag, 15.06.2021

ONE2ONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

Suche

Argentinia.de, Airo Sommer, Anker, Apple, Audi, BMW, Bosch, Braun, Canon, Casio, Chevrolet, Citroen, Dacia, Daimler, Dell, Disney, Epson, Ford, Fujitsu, Gorenje, HP, Huawei, IBM, Intel, JBL, Kenwood, KitchenAid, Kodak, LG, L'Oréal Paris, Mercedes-Benz, Microsoft, Nikon, Panasonic, Philips, Pioneer, Porsche, Samsung, Saab, Saatchi & Saatchi, Siemens, Sony, Subaru, Suzuki, TDK, Toyota, Volkswagen, Yamaha, Zanker, Zappala

Artikel Special Termine Businessidee Galerien WhatsApp Webinare Shop Pressemeldungen Jobs

Webinare

ONE2ONE Webinare



5 Must-haves für Ihren B2B Online-Shop

Wollen Sie wissen, Sie haben Ihren neuen B2B-Online-Shop gestartet, aber Ihre Kunden kaufen nicht? - Warum hat's geklappt? Was haben Sie übersehen? Welche typischen Kundenbedürfnisse haben Sie im Hinterkopf zu berücksichtigen?

Diese Webinare möchte Ihnen die wichtigsten Herausforderungen für erfolgreiche B2B-Shops Lösungen präsentieren, damit Sie erfolgreich werden und die Besucher Ihres Shops mit einer Top Customer Experience auf Ihr Ziel bringen können.

Der Ablauf des 90-Minuten Webinars:

Erläutern Sie, welche Top-Herausforderungen Sie für Ihre Planung und für den erfolgreichen Launch Ihres B2B-Shops erwarten werden.

Checkliste: Top 5 Must-haves für einen gelungenen Customer Experience im B2B-Online-Shop

Einblick in praktische Einblicke aus der Sicht von Kunden, Qualitätsanforderungen und B2B-Shop-Strategien. Top-Tags und wie die optimale Customer Journey-Planung Ihres digitalen Plattform.

Bestimmen Sie Kundenverhalten und welche Rolle spielt die Customer Experience beim Aufbau eines B2B-Shops? Welche Unterschiede sollten Sie im Vergleich zum B2C-Shop berücksichtigen?

90-Minuten-Webinar

Erstreferent aus dem Bereich des B2B-Online-Marketing:
 Prof. Dr. Christian Pöppelmann, E-Commerce
 Leiter Digital Marketing und Chief Digital Officer/Head of Digital
 Leiter E-Commerce
 COO
 E-Commerce
 E-Commerce
 Prof. Dr. Christian Pöppelmann, E-Commerce
 Dozent an der HAW Hamburg (MBA, Dissertation)

Referent: Tim Schilling, E-Commerce Consultant bei HAW Hamburg, seit 8 Jahren
 Webinare-Produzent, Redakteur, Strategien-Entwickler
 Webinare.de (bald 10 Jahre)

Nach dem Webinar als Programmieren im Online-Marketing unterstützt Tim Schilling als Consultant seit Mitte 2020 das Team Customer Experience bei der Digital-Strategie des Einzelhandelskonzerns. Seitdem Partner Digital Marketing von Prof. Dr. Christian Pöppelmann, um die beiden Branchenführer Tim Schilling und Christian Pöppelmann zu unterstützen.

Dr. Tim Schilling, E-Commerce Consultant bei HAW Hamburg, seit 8 Jahren
 Webinare-Produzent, Redakteur, Strategien-Entwickler
 Webinare.de (bald 10 Jahre)

Nach dem Webinar als Programmieren im Online-Marketing unterstützt Tim Schilling als Consultant seit Mitte 2020 das Team Customer Experience bei der Digital-Strategie des Einzelhandelskonzerns. Seitdem Partner Digital Marketing von Prof. Dr. Christian Pöppelmann, um die beiden Branchenführer Tim Schilling und Christian Pöppelmann zu unterstützen.

Dr. Tim Schilling, E-Commerce Consultant bei HAW Hamburg, seit 8 Jahren
 Webinare-Produzent, Redakteur, Strategien-Entwickler
 Webinare.de (bald 10 Jahre)

Nach dem Webinar als Programmieren im Online-Marketing unterstützt Tim Schilling als Consultant seit Mitte 2020 das Team Customer Experience bei der Digital-Strategie des Einzelhandelskonzerns. Seitdem Partner Digital Marketing von Prof. Dr. Christian Pöppelmann, um die beiden Branchenführer Tim Schilling und Christian Pöppelmann zu unterstützen.



Versandhausberater.de

ANALYSEN NACHRICHTEN SPEZIAL VERZEICHNIS JOBS SHOP WEBINARE VERLAG

Impressum Mediadaten AGB Datenschutz Premium/Abo Anmelden/Logout

WHITEPAPER

13 Tipps für erfolgreiche Newsletter-Texte 17.08.21

Sie wollen einen Newsletter schreiben, aber Ihnen fehlen die Worte? Selbst Profis kommen manchmal nicht weiter. Mailings bekommen meist nur kurz Aufmerksamkeit und müssen von Anfang an überzeugen. Eine zweite Chance gibt es nicht. Unsere 13 Tipps unterstützen Sie von der Vorbereitung über das Wording bis hin zur Textgestaltung. Anhand von praktischen Beispielen sehen Sie, worauf es ankommt.

UX-Strategien die helfen, wenn alles andere versagt hat. 03.06.21

Ihre Mitarbeitenden haben bereits alle Checklisten und Listicles aus dem Internet ausprobiert, aber die Conversion Rate klarrt nicht? A/B-Tests bringen keine signifikanten Ergebnisse? Ihr durchschnittlicher Warenkorbwert könnte deutlich besser sein? Ihre Contact-Center-Agents verbringen viel zu viel Zeit damit, Kundinnen und Kunden die Website zu erklären?

Wer warnt Sie, wenn Ihr Ads-Konto aus dem Ruder läuft? 08.06.21

Reg. der Schwedischen ist voll kompatibel gleichzeitig zu

WEITER

Lead-Generierung

WEBINARE

VIRTUELLE KONFERENZEN

VIRTUELLE KONGRESSMESSEN

WHITEPAPER-KAMPAGNEN

Lead-Generierung per Webinar

iBusiness Webinare
Zukunftsforschung für interaktives Business

News/Themen Analysen Anbieter Neugastlist Service Shop Premium Viring

Demnächst:

Donnerstag, 08. Juli 2021 14:00 Uhr
5 Must-haves für Ihren B2B Online-Shop

Stellen Sie sich vor, Sie haben Ihren neuen B2B Online-Shop gestartet, aber Ihre Kunden kaufen nicht... Woran hat's gelegen? Was haben Sie übersehen? Welche typischen Kundenanforderungen haben Sie möglicherweise außer vorgelassen?

Dieses Webinar möchte Ihnen die wichtigsten Herausforderungen für zielgenauere B2B-Shop-Lösungen präzise aufzeigen, damit Sie Fallstricke vermeiden und die Besucher Ihres Shops mit einer Top Customer Experience auf möglichst direktem Weg in Umsätze konvertieren.

Das erfahren Sie in diesem Webinar:

- Erfahren Sie, welche Top-Herausforderungen Sie für Ihre Planung und für den erfolgreichen Launch/Relaunch Ihres B2B-Shops kennen sollten.
- Chefidee: Top 5 Must-haves für eine gelungene Customer Experience im B2B Online-Shop
- Erlernen Sie praxisnahe Empfehlungen aus der Auswertung von Best Practices, qualitativen Befragungen und B2B Case Studies.
- Top Tips rund um die optimale nutzerzentrierte Planung ihrer digitalen Plattform.
- Wiss wollen Ihre Kunden wissen und welche Rolle spielt die Customer Experience beim Aufbau eines B2B-Shops?
- Welche Unterschiede sollten Sie im Vergleich zum B2C-Shop berücksichtigen?

Für wen ist dieses Webinar:

- Erfacheiter aus dem Bereich des B2B Online-Vertriebs

Im Referat: Tim Schweg, Head of AG
Ihr Referent: Tim Schweg, Head of AG

ONE@ONE Webinare

Donnerstag, 08. Juli 2021 | 14:00 Uhr

5 Must-haves für Ihren B2B Online-Shop

Stellen Sie sich vor, Sie haben Ihren neuen B2B Online-Shop gestartet, aber Ihre Kunden kaufen nicht... Woran hat's gelegen? Was haben Sie übersehen? Welche typischen Kundenanforderungen haben Sie möglicherweise außer vorgelassen?

Dieses Webinar möchte Ihnen die wichtigsten Herausforderungen für zielgenauere B2B-Shop-Lösungen präzise aufzeigen, damit Sie Fallstricke vermeiden und die Besucher Ihres Shops mit einer Top Customer Experience auf möglichst direktem Weg in Umsätze konvertieren.

Das erfahren Sie in diesem Webinar:

- Erfahren Sie, welche Top-Herausforderungen Sie für Ihre Planung und für den erfolgreichen Launch/Relaunch Ihres B2B-Shops kennen sollten.
- Chefidee: Top 5 Must-haves für eine gelungene Customer Experience im B2B Online-Shop
- Erlernen Sie praxisnahe Empfehlungen aus der Auswertung von Best Practices, qualitativen Befragungen und B2B Case Studies.
- Top Tips rund um die optimale nutzerzentrierte Planung ihrer digitalen Plattform.
- Wiss wollen Ihre Kunden wissen und welche Rolle spielt die Customer Experience beim Aufbau eines B2B-Shops?
- Welche Unterschiede sollten Sie im Vergleich zum B2C-Shop berücksichtigen?

Für wen ist dieses Webinar:

- Erfacheiter aus dem Bereich des B2B Online-Vertriebs

Im Referat: Tim Schweg, Head of AG
Ihr Referent: Tim Schweg, Head of AG

Versandhauser.de

ANALYSEN NACHRICHTEN SPEZIAL VERZEICHNIS JOBS SHOP WEBINARE VERLAG

Impressum Mediatext AGB Datenschutz Premiumabo Anmelden/Logout

WEBINARE Demnächst:

Donnerstag, 08. Juli 2021 14:00 Uhr
5 Must-Haves für Ihren B2B Online-Shop

Stellen Sie sich vor, Sie haben Ihren neuen B2B Online-Shop gestartet, aber Ihre Kunden kaufen nicht... Woran hat's gelegen? Was haben Sie übersehen? Welche typischen Kundenanforderungen haben Sie möglicherweise außer vorgelassen?

Dieses Webinar möchte Ihnen die wichtigsten Herausforderungen für zielgenauere B2B-Shop-Lösungen präzise aufzeigen, damit Sie Fallstricke vermeiden und die Besucher Ihres Shops mit einer Top Customer Experience auf möglichst direktem Weg in Umsätze konvertieren.

Das erfahren Sie in diesem Webinar:

- Erfahren Sie, welche Top-Herausforderungen Sie für Ihre Planung und für den erfolgreichen Launch/Relaunch Ihres B2B-Shops kennen sollten.

Im Referat: Tim Schweg, Head of AG
Ihr Referent: Tim Schweg, Head of AG

Webinare sind Live-Veranstaltungen auf den Plattformen des HighText-Verlags. Sie bestehen für gewöhnlich aus einer Anmoderation und Hinführung zum Thema durch eine/n RedakteurIn, einem rund halbstündigen Vortrag durch einen oder mehrere Ihrer Sprecher sowie einer Diskussions- und Fragerunde mit den Teilnehmern. Die Teilnehmer werden durch Onlinewerbung, Empfehlungen, Social-Media-Aktivitäten und Standalone-Mailings gewonnen – je nach angvisierter Zielgruppe. Alle Webinare werden je nach Thema über eine oder mehrere Medien kommuniziert.

Für gewöhnlich werden Webinare im 14-Tages-Rhythmus statt. Wegen des stark gestiegenen Interesses bieten wir regelmäßig „Webinar-Akademien“

mit mehreren Webinaren unabhängig voneinander innerhalb einer Kalenderwoche an (geplant: KW 19, KW 27 und KW 45). Zusätzlicher Vorteil: Neben der Einzelvermarktung werden im Rahmen einer „Webinar-Akademie“ die Webinare zusätzlich über Gemeinschaftsmailings vermarktet.

Eigenes Webinar (max. 60 Minuten Vortrag und Diskussion, inklusive Promotion, Moderation, Generalprobe*, Speaker-Coaching, Aufzeichnung, Lead-Engine)	8.150 Euro
---	------------

*Generalproben sind zwingend notwendig, ein Generalprobentermin ist im Preis enthalten, sollte ein 2. Generalprobentermin notwendig sein, berechnen wir zusätzlich 210,- Euro.

Lead-Generierung per virtueller Kongressmesse

Während Sie in Ihrem Webinar alleine das Thema bestimmen, steht die „Virtuelle Kongressmesse“ unter einem (redaktionellen) Oberbegriff. Im Gegensatz zu herkömmlichen Konferenzen können die Teilnehmer auch einzelne Vorträge (Zeitraumen: circa 25 Minuten inkl. Diskussion) verfolgen, wodurch die Affinität der Teilnehmer zum jeweiligen Vortrag und dem Vortragenden Unternehmen besonders hoch ist.

Bisher haben wir erfolgreich über ein halbes hundert Virtuelle Kongressmessen mit jeweils zwischen 300 und 600 Teilnehmern durchgeführt und jedem einzelnen Speaker zwischen 150 und 350 Leads von denjenigen Teilnehmern übermittelt, die sich für seinen Vortrag angemeldet haben. Im Durchschnitt konnten wir in den vergangenen Jahren über sämtliche virtuellen Konferenzen und sämtliche Speaker hinweg 208 Leads je Speaker ausliefern.

Mit Ihrem Speakerslot erhalten Sie zusätzlich eine hohe qualifizierte Reichweite für Ihr Thema zu einem äußerst attraktiven Preis zusammen mit einem umfassenden Service-Paket:

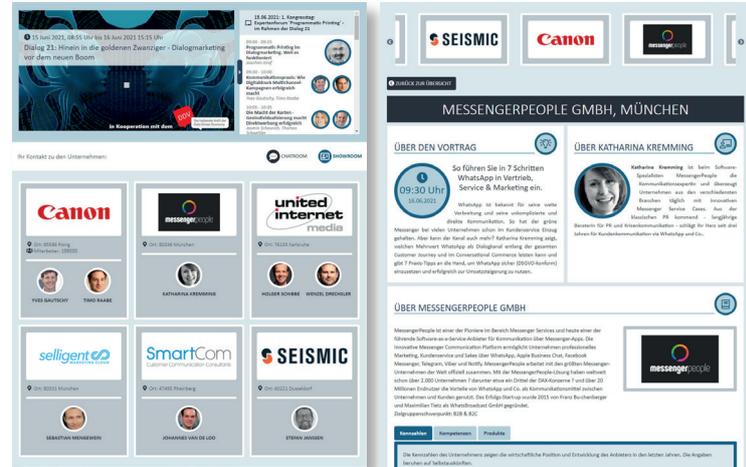
- Sie erhalten redaktionelle Unterstützung von der Themenfindung über Speaker-Coaching und inhaltlicher Optimierung der Präsentation bis zur zielgruppengerechten Formulierung Ihrer Marketingtexte
- Sie erhalten ein Komplettpaket von einem erfahrenen Team: Technik, Veranstaltungsregie, Moderation, Vermarktung und Leadmanagement aus einer Hand
- Sie haben die Sicherheit großer Erfahrung: Seit 2012 führen wir Webinare durch, seit 2013 virtuelle Konferenzen, seit Oktober 2020 virtuelle Kongressmessen
- Ihr Vortrag wird medienübergreifend via E-Mail, Webseiten und Social Media beworben, bei ausgewählten Veranstaltungen auch über Print



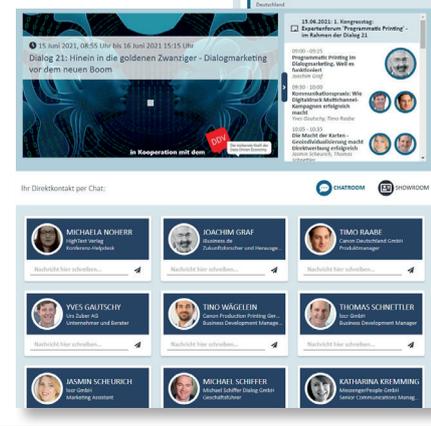
Virtuelle Kongressmesse: Speakerslot plus Messestand

Sie kennen das von den klassischen (Präsent-)Kongressmessen: Neben Ihrem Speakerslot erhalten Sie im Foyer der Veranstaltung einen kleinen Messestand, an dem Sie einerseits vertiefende Unterlagen über Ihr Unternehmen den Besuchern zur Verfügung stellen können und andererseits im vertraulichen Eins-zu-Eins-Dialog eine individuelle Beratung oder erste Vertriebsgespräche durchführen können.

Einen solchen Messestand in virtueller Form erhalten Sie bei allen virtuellen Kongressmessen ohne Aufpreis: Sie können im virtuellen Foyer individuelle Eins-zu-Eins-Gespräche mit Teilnehmern führen (über das integrierte **Chatmodul**). Außerdem können Sie allen Teilnehmern digitale **Zusatzmaterialien** anbieten, die diese noch während der Veranstaltung herunterladen können – vom Whitepaper über eine Produkt-App bis hin zum Video. Außerdem wird auf Ihr beim HighText-Verlag hinterlegtes **Unternehmensdossier** verlinkt, sodass sich potenzielle Kunden sofort über Ihr Unternehmen kompakt informieren können. Die Moderatoren weisen bei Ihrem Vortrag auf die virtuellen Messestände hin.



Speakerslot virtuelle Kongressmesse (redaktionelle Beratung, Online- und Social-Media-Promotion, Moderation, technische Abwicklung, Generalprobe, Speaker-Coaching, sämtliche Leads Ihres Vortrags, virtueller Messestand: Nutzung eines individuellen Chatmoduls und Promotion-Zusatzfunktionen)	4.995 Euro
Aufschlag für terminliche Platzierung (Tag, ungefähre Uhrzeit)	10%
Aufschlag für mehrere Speaker in einem Slot	125 Euro
Aufschlag für eigene Abfragen bei der Anmeldung (Datennutzung etc.)	250 Euro
Erste technische und inhaltliche Generalprobe (Generalprobe ist zwingend notwendig!)	kostenlos
Je folgender nötig gewordenem Generalprobetermin (z.B. infolge Terminabsage, fehlender Präsentation etc.)	210 Euro
Ausspielen Videodatei des eigenen Vortrags zur eigenen Weiternutzung	125 Euro
Veranstaltungs-Sponsoring (Logo/Banner in allen Materialien, Begrüßung)	4.995 Euro
Exklusivsponsoring virtuelle Kongressmesse (individuelles Thema, nur eigene Speaker, bis zu 10 Vorträge/Tag, Logo/Banner in allen Materialien, Begrüßung); Komplettpreis pro Tag	29.995 Euro



Kongressmessen 2022	Termine	Geplante Themen u.a.
Zukunft Kundenservice und Kundendialog	30. und 31.08.2022	Von Chatbots über Transaktionsmails bis zu Social Media: Wie man 1:1-Kommunikation meistert; Inbound, Outbound, Strategien für Contact-Center
Virtuelle Dialogarea und Virtuelle Dialogstage parallel zur Präsenzveranstaltung auf der dmexco	21. und 22.09.2022	Die Dialogarea und die Bühne „Dialogstage“ auf der dmexco 2022 wird in Zusammenarbeit mit dem DDV virtuell verlängert und interaktiv gemacht - für alle, die nicht in Köln dabei sein können.
Social Strategies 2022. Virtuelle Kongressmesse zu Social Shopping, Conversational Commerce und Conversational Marketing	11. und 12.10.2022	Tools, Lösungen und Systemen für EMail-Marketing, Chat, Kundendialog, Social Media Marketing, Social Commerce, Marketingautomation, Plattform-Marketing und Contentmarketing. Egal ob Web, App, Tiktok, Whatsapp, Amazon, LinkedIn oder Instagram & Co die Zielplattform sind.

Kongressmessen 2022	Termine	Geplante Themen u.a.
Zukunftskonferenz 2023. Trends in E-Commerce, Marketing und digitalem Business	06. und 07.12.2022	Anwendungen und Services für die Digitale Transformation Entwicklungen bei Hard- und Software, Services und Tools
<i>Expertenforum „Zukunft Programmatic Printing 2023“ (im Rahmen der Zukunftskonferenz 2023)*</i>	07.12.2022	<i>Variable Data Printing, Crossmedia-Marketingautomation, One-to-One-Druckvorstufe, CGI, Automatisches Layout, PIM, DAM, MAM, QR-Codes, Personalisierte Landingpages, Bilderkennung, Landkarten-Personalisierung, Bildpersonalisierung, Personalisierung von Kuverts, Gutscheinen, Werbegeschenken und Verpackungen.</i>
<i>Expertenforum „Künstliche Intelligenz, Machine Learning und datengestütztes Marketing (im Rahmen der Zukunftskonferenz 2023)*</i>	07.12.2022	<i>Künstliche Intelligenz im Marketing, Adress- und Daten, CRM, Individualisierung und Personalisierung, Marketingautomation, Scoring (in Kooperation mit dem DDV e.V.)</i>
Kongressmessen 2023	Termine	Geplante Themen u.a.
Conversational Communication 2023. Social Media, Social Shopping, Conversational Commerce, Dialogkommunikation und Conversational Marketing	24. und 25.01.2023	Tools, Software und Services für 2023, Entscheidungshilfen für KI/ERP/CMS/CRM/PIM, Bezahlssysteme, Marketing-, ECommerce-Suites ...
<i>Expertenforum „Personalisierung und Marketingautomation“ (im Rahmen der Conversational Communication)*</i>	25.01.2023	<i>Marketingautomation, CRM, Marketing-Ressource-Management, Lead-Generierung, Marketing-Integration, B2B-Vertrieb, Videomarketing, Affiliate-Marketing, Social-Media-Lösungen ...</i>
<i>Digitales Expertenforum „Katalog“ (im Rahmen der Conversational Communication)*</i>	25.01.2023	<i>Fulfillment, Mail-Services, Printproduktion, Katalogproduktion ... (parallel findet die Online-Preisverleihung des Awards „Katalog des Jahres“ in Kooperation mit dem BEVH statt)</i>
Digital Experience 2023. Virtuelle Kongressmesse zur Zukunft von Customer Journey und Customer Experience	21. und 22.03.2023	Datengestütztes Marketing und Sales, Kundengewinnung, Attribution, Marketingautomation, KI, Machine Learning, Data Lakes, MRM ...
<i>Expertenforum „Payment, Checkout, Aftersale“ (im Rahmen der Digital Experience 2023)*</i>	22.03.2023	<i>Risikobewertung, Scoring, Zahlungsabwicklung, Kundenservice, Kundenbindung, Upselling ...</i>
<i>Expertenforum „Product Experience Marketing, ERP, PIM und Warehousing“ (im Rahmen der Digital Experience)*</i>	22.03.2023	<i>Lösungen und Services rund um PIM, PXM, ERP, Waqrehousing, Lager und Logistik, PDM, Datenqualitätsmanagement ...</i>

Kongressmessen 2023	Termine	Geplante Themen u.a.
Daten & KI 2023. Virtuelle Kongressmesse über datengestütztes Marketing und Vertrieb	09. und 10.05.2023	Lösungen für Künstliche Intelligenz und Machine Learning für First- und Zero-Party-Data, Individualisierung, Personalisierung, Marketingautomation und Scoring
Expertenforum „Customer Experience“ (im Rahmen der Daten & KI 2023)*	09.05.2023	CX-Anwendungen und -Services für Website, mobile Apps und Portale. CX-Management, Servicemanagement, Employee Experience
Expertenforum „Programmatic Printing“ (im Rahmen der Daten & KI 2023)*	10.05.2023	Variable Data Printing, Crossmedia-Marketingautomation, Druckindividualisierung und -Personalisierung, CGI, Automatisches Layout, PIM, DAM, MAM ...

* In einem Expertenforum fassen wir Vorträge zu einem speziellen Thema im Rahmen von virtuellen Konferenzen zusammen. Expertenforen werden ohne Aufpreis zusätzlich separat an spezielle ausgewählte Zielgruppen vermarktet.

Mit **Veranstaltungssponsoring** können Sie zusätzlich zu Ihrem Speaker-Slot oder unabhängig davon Branding für Ihre Kompetenz in dem speziellen Themenumfeld der virtuellen Konferenz oder des Expertenforums beweisen. Der Sponsoring-Hinweis mit Ihrem Logo erscheint in den Werbemitteln vor der Veranstaltung – zum Beispiel in allen Veranstaltungseinladungs-Mailings – sowie auf Übersichts- und Anmoderationsfolien während der Veranstaltung. Außerdem erhalten Sie zu Beginn der Veranstaltung die Gelegenheit für ein maximal fünfminütiges Grußwort und einen virtuellen Messestand mit individuellem Chatraum und Download-Area.

Bei einem **Exklusivsponsorship einer ganzen virtuellen Kongressmesse** bestimmen Sie zusammen mit der Redaktion Termin und Veranstaltungsthema. Sie können sämtliche Speaker bestimmen (aus dem eigenen Unternehmen oder aus Partner-Agenturen, Technologiepartnern und Kundenunternehmen). Der Sponsoring-Hinweis erscheint in den Werbemitteln vor der Veranstaltung – zum Beispiel in allen Veranstaltungseinladungs-Mailings – sowie auf Übersichts- und Anmoderationsfolien während der Veranstaltung. Außerdem erhalten Sie und alle Ihre Partner virtuelle Messestände mit individuellem Chatraum und Download-Area.

Donnerstag, 06. Mai 2021 11:00 Uhr

Roadmap zur maximalen Datenqualität

Wie Sie Silos auflösen und Ihre Nutzwerte steigern

Ohne gute Daten funktioniert weder ein datengestütztes Marketing noch kann ein effektiver und effizienter Ablauf der Geschäftsprozesse gewährleistet werden. Datenqualität wird darum zum zentralen Managementthema. Unser Webinar zeigt an einem konkreten Anwendungsbeispiel, wie man Datenqualität in einem Unternehmen erfolgreich implementiert.

Datenqualität ist in Zeiten von Personalisierung, KI und Big Data der Grundbaustein, der im Zentrum der Fokusthemen stehen sollte, wenn es um nachhaltigen Unternehmenserfolg geht. Doch es ist nicht nur ein



Im Webinar: Sebastian Lappe, Keller & Kalmbach GmbH

Individuelle Lead-Generierung per Whitepaper/Gutschein/Messekontakt-Generierung

Wir bieten plattformübergreifend individuelle und standardisierte Lead-Kampagnen an. Individuelle Formate sind unter anderem Whitepaper-Kampagnen. Wir bieten ein Komplettpaket mit Abrechnung auf Lead-Basis an.

Sie stellen uns ein entsprechend wertiges Whitepaper oder ein Gutscheinangebot zur Verfügung – alles Weitere erledigen wir. Sie haben kein Whitepaper? Dann schreibt ein/e erfahrener FachredakteurIn das Whitepaper für Sie. Alle Leads übermitteln wir umgehend zur sofortigen Weiterverfolgung.

Preis pro Lead (je nach Qualifizierungsanforderung)	50 Euro bis 995 Euro
Kampagnen-Setup	1.025 Euro
All-Inklusive-Paket (Verfassen von Whitepaper etc., Kampagnen-Setup, Promotion, 25 Leads gemäß Qualifizierungsanforderung)	4.200 Euro



The screenshot shows the website interface for Versandhausberater.de. At the top, there is a navigation menu with links for ANALYSEN, NACHRICHTEN, SPEZIAL, VERZEICHNIS, JOBS, SHOP, WEBINARE, and VERLAG. Below this is a secondary menu with links for Impressum, Mediadaten, AGB, Datenschutz, Premium/Abos, and Anmelden/Logout. The main content area is titled 'WHITEPAPER' and displays three featured articles:

- 13 Tipps für erfolgreiche Newsletter-Texte** (dated 17.08.21): A short article about writing effective newsletters, mentioning that even professionals struggle and that there are 13 tips to help with the process.
- UX-Strategien die helfen, wenn alles andere versagt hat.** (dated 03.08.21): An article discussing UX strategies for when other methods fail, such as when conversion rates are low despite having checklists and lists.
- Wer warnt Sie, wenn Ihr Ads-Konto aus dem Ruder läuft?** (dated 09.08.21): An article about recognizing signs that an advertising account is going out of control, such as irregular processing or high click rates.

Each article has a 'WEITER' (More) button on the right side of the preview card.

Wir promoten Ihr Whitepaper über alle thematisch passenden Kanäle und Medien.



EMail-Marketing

NEWSLETTER- UND STANDALONE-MAILINGS

Standalone-Mailings/Permission-Marketing

Exklusiv verschicken wir Ihre Werbebotschaft per E-Mail an bis zu 76.000 persönlich bekannte Entscheider: Natürlich 100 Prozent Double-Opt-In, natürlich DSGVO-konform. Die Ansprechpartner können Sie selektieren nach Geschlecht, Abteilung, Funktion, Postadresse, Firmengröße, Branchensegmenten und Interessenbereichen. Und natürlich verschicken wir personalisierte Mailings und analysieren für Sie Open- und Klickrate und zählen, welcher Link in Ihrem Mailing häufiger geklickt wurde als andere.

Für höchste Response-Qualität beschicken wir die Verteiler im Mittel höchstens alle 14 Tage: Sichern Sie sich also frühzeitig Ihren Wunsch-Versandtermin (z.B. vor einer Veranstaltung). Gerne stellen wir gemeinsam mit Ihnen handverlesene und auf Ihre Marketinganfordernisse optimierte E-Mail-Verteiler zusammen. Fragen Sie einfach nach spezifischen Selektionen.

Individuelle Verteiler	TKP 370 Euro
ONEtoONE-Newsletterempfänger*	TKP 265 Euro
Versandhausberater-Newsletterempfänger*	TKP 265 Euro
Gesamtverteiler (75.000 Empfänger komplett)	TKP 265 Euro

Mindestumsatz pro Auftrag 1.000 Euro

Inklusive detaillierter Open- und Klickauswertung;
Preis zuzüglich 175 Euro Setup-Gebühr pro Versand
*nur komplett buchbar

Inklusive einem Korrekturlauf, alle weiteren Korrekturen berechnen wir mit 85 Euro pro angefangener Arbeitsstunde (eiltige Korrekturen, die innerhalb einer Woche ausgeführt werden sollen, berechnen wir mit 125 Euro pro angefangener Arbeitsstunde).

Aktuelle Standalone-Kampagnen finden Sie beispielsweise auf ibusiness.de/firmeninformation

Newsletteranzeigen

Zwei Arten von Newslettern produziert der HighText-Verlag: Regelmäßig erscheinende Newsletter, die je nach Objekt ein- bis fünfmal pro Woche herausgegeben werden. Außerdem erscheinen plattformübergreifende Sondernewsletters, die zu wichtigen Branchenveranstaltungen produziert und an unseren Gesamtverteiler verschickt werden.

Premium-Platzierung (1. Anzeige im Newsletter; BxH 600x120px oder 390 Anschläge als Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

iBusiness (5x pro Woche; gesamt ca. 70.000 Ex.)	995 Euro
ONEtoONE (3x pro Woche; gesamt ca. 20.000 Ex.)	795 Euro
Versandhausberater (1x pro Woche; ca. 19.000 Ex.)	910 Euro
Sondernewsletter (zu Branchenveranstaltungen wie dmexco, OMR, Internet World, K5, LogiMAT; Auflage ca. 70.000 Ex.)	1.995 Euro

Standard-Platzierung (BxH 600x90 Pixel oder 390 Anschläge als Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

iBusiness (5x pro Woche; gesamt ca. 70.000 Ex.)	795 Euro
ONEtoONE (3x pro Woche; gesamt ca. 20.000 Ex.)	665 Euro
Sondernewsletter (zu Branchenveranstaltungen wie dmexco, OMR, Internet World, K5, LOGIMAT; Auflage ca. 70.000 Ex.)	1.495 Euro

Ranking: Das sind die größten Internet-Fullservice-Agenturen in Deutschland - Sondernewsletter vom 27.5.2021 



Online-Shops - Marktplätze
E-Food - Internationalisierung
SAP Customer Experience - B2B-/B2C-Plattformen
<https://commerce.mgm-tp>



Sehr geehrter Herr iBusiness-Versandtest-Nachname-26052021_182836,

Die deutschen Fullservice-Internetagenturen haben für das Internetagentur-Ranking im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2020 zusammen 1,88 Milliarden Euro Honorarumsatz gemacht. Insgesamt 17.393 festgestellte MitarbeiterInnen beschäftigen die gelisteten 159 Top-Agenturen. Das ist nominell sowohl bei der Gesamtmitarbeiterzahl (-4,1 Prozent) als auch beim Gesamtumsatz (-2,9 Prozent) jeweils ein Rückgang. Corona lässt grüßen. Welche Auswirkungen die Pandemie auf die Platzierung hat finden Sie ab sofort hier.

Ich wünsche eine spannende Lektüre, Ihr

Joachim Graf

Joachim Graf
Herausgeber

WE DELIVER **BEST-IN-CLASS** DIGITAL ENTERPRISE SOLUTIONS.

STRIPED GIRAFFE consulting • project management development • user experience



Agenturranking 2021: Corona bremst Agenturmarkt aus



Die Pandemie hat viele Digitalagenturen wirtschaftlich getroffen, auch wenn die Marktentwicklung insgesamt weniger stark gelitten hat. Das aktuelle Internetagentur-Ranking zeigt, dass trotz starker Marktturnbulenzen dennoch viele Agenturen wachsen konnten. Vor allem in einem Geschäftsfeld zieht stark an.

DIE AGENTUR FÜR DEN DIGITALEN WANDEL



Online-Shops - Marktplätze
E-Food - Internationalisierung
SAP Customer Experience - B2B-/B2C-Plattformen
<https://commerce.mgm-tp>



Sehr geehrte Frau Strommer,

Die deutschen Fullservice-Internetagenturen haben für das Internetagentur-Ranking im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2020 zusammen 1,88 Milliarden Euro Honorarumsatz gemacht. Insgesamt 17.393 festgestellte MitarbeiterInnen beschäftigen die gelisteten 159 Top-Agenturen. Das ist nominell sowohl bei der Gesamtmitarbeiterzahl (-4,1 Prozent) als auch beim Gesamtumsatz (-2,9 Prozent) jeweils ein Rückgang.

Corona lässt grüßen. Welche Auswirkungen die Pandemie auf die Platzierungen der einzelnen Agenturen gehabt hat, das finden Sie ab sofort in unserem Ranking.

Ich wünsche eine spannende Lektüre, Ihr

Joachim Graf

Joachim Graf
Herausgeber

WE DELIVER **BEST-IN-CLASS** DIGITAL ENTERPRISE SOLUTIONS.

STRIPED GIRAFFE consulting • project management development • user experience



Agenturranking 2021: Corona bremst Agenturmarkt aus



Die Pandemie hat viele Digitalagenturen wirtschaftlich getroffen, auch wenn die Marktentwicklung insgesamt weniger stark gelitten hat. Das aktuelle Internetagentur-Ranking zeigt, dass trotz starker Marktturnbulenzen dennoch viele Agenturen wachsen konnten. Vor allem in einem Geschäftsfeld zieht stark an.

DIE AGENTUR FÜR DEN DIGITALEN WANDEL



Online-Shops - Marktplätze
E-Food - Internationalisierung
SAP Customer Experience - B2B-/B2C-Plattformen
<https://commerce.mgm-tp>



Sehr geehrte Frau Strommer,

Die deutschen Fullservice-Internetagenturen haben für das Internetagentur-Ranking im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2020 zusammen 1,88 Milliarden Euro Honorarumsatz gemacht. Insgesamt 17.393 festgestellte MitarbeiterInnen beschäftigen die gelisteten 159 Top-Agenturen. Das ist nominell sowohl bei der Gesamtmitarbeiterzahl (-4,1 Prozent) als auch beim Gesamtumsatz (-2,9 Prozent) jeweils ein Rückgang.

Corona lässt grüßen. Welche Auswirkungen die Pandemie auf die Platzierungen der einzelnen Agenturen gehabt hat, das finden Sie ab sofort in unserem Ranking.

Ich wünsche eine spannende Lektüre, Ihr

Joachim Graf

Joachim Graf
Herausgeber

WE DELIVER **BEST-IN-CLASS** DIGITAL ENTERPRISE SOLUTIONS.

STRIPED GIRAFFE consulting • project management development • user experience



Agenturranking 2021: Corona bremst Agenturmarkt aus

Die Pandemie hat viele Digitalagenturen wirtschaftlich getroffen, auch wenn die Marktentwicklung insgesamt weniger stark gelitten hat. Das aktuelle Internetagentur-Ranking zeigt, dass trotz starker Marktturnbulenzen dennoch viele Agenturen wachsen konnten. Vor allem in einem Geschäftsfeld zieht stark an.

DIE AGENTUR FÜR DEN DIGITALEN WANDEL



Das vollständige Internetagentur-Ranking sowie alle Subrankings können Sie hier abrufen:

Hier das vollständige Internet-Agenturranking abrufen!

Ihre Anzeige erscheint in den Sondernewslettern medienübergreifend (hier: Sondernewsletter Internetagentur-Ranking)

Ranking Performance-Marketing 2021

Wir sind die größten deutschen Agenturen für Performance-Marketing! Basierend auf nachfragt und vorleistung das erste Ranking der deutschen Performance-Agenturen der Summe der betreuten Werbebudgets der Kunden.

Die Teil-Rankings der Spezialisten nach Werbemittel:

- Affiliates-Marketing
- E-Mail-Marketing
- Suchmaschinen-Advertising
- Cost per Lead/Cost per Action/Advertising
- Cost per Click/Advertising
- Cost per Sale/Advertising
- Lead-Verteilung/Adressanreicherung
- Displaymarketing (Preinstallations, Banners, Teletex)

Die Teil-Rankings der Spezialisten nach Branchen:

- Automobil
- B2B
- Finanz/Finanzversicherung/Immobilien
- Handel
- Märkte/FMCG
- Mode
- Retail/Tourismus/Verkehr
- Telekommunikation

Ranking Performance-Marketing 2021

Rang (2021)	Agentur	Budgets in Mio. Euro	Mitarbeiter	Gründungs-jahr
1 (1)	iVapeet GmbH	252,000	308	1996
2 (2)	mediascale GmbH & Co. KG	193,000	32	2002
3 (3)	EPROFESIONAL GmbH	175,000	150	1999
4 (4)	Bliss Summit Media GmbH	129,000	240	2008
5 (5)	Artfact Germany GmbH	126,000	180	1999
6 (6)	SYZYGY Performance Marketing	119,800	542	1995

Pitchmarketing

CROSSMEDIALE RANKINGS, LISTINGS, ÜBERSICHTEN

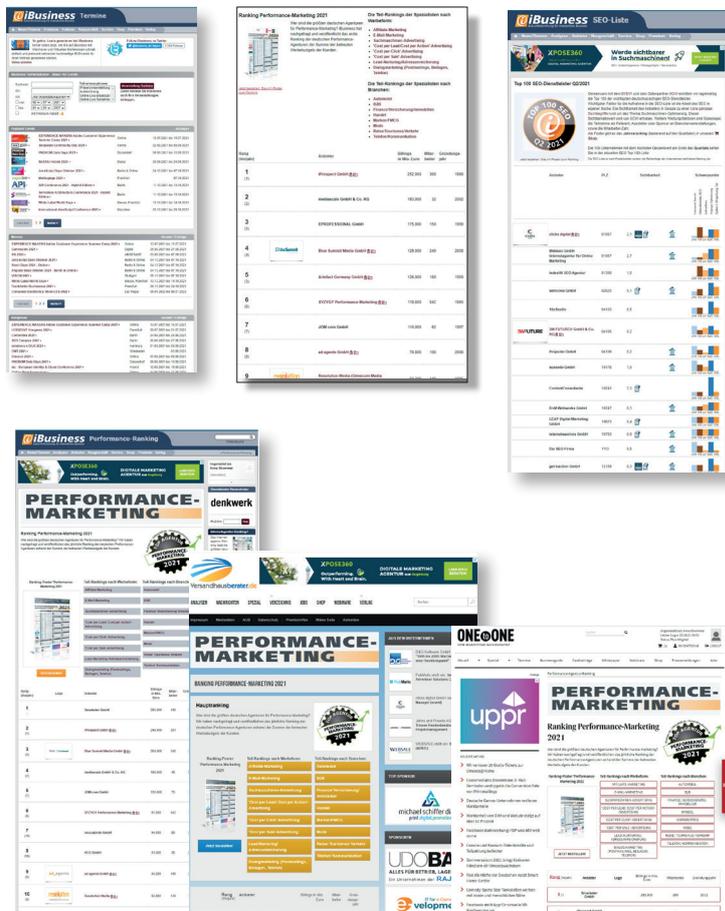
Crossmediale Rankings, Listings, Übersichten

Ob Agenturen oder SEO-Dienstleister, ob Onlineshops oder Veranstaltungen: Die von den Redaktionen aufwendig recherchierten und zusammengestellten Rankings, Listings und Übersichten machen seit vielen Jahren die digitalen und interaktiven Märkte transparenter – für Kunden und Anbieter gleichermaßen. Alle Rankings, Listings und Übersichten werden crossmedial publiziert und liefern so viele Touchpoints für Ihr Pitchmarketing:

Als **Onlinerankings** sind sie auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de abrufbar. Sie listen beispielsweise Agenturen nach Billings, Onlineshops nach Umsatz oder Dienstleister nach Reichweite. Wo es sich anbietet, sorgen Unterrankings für zusätzliche Markt- und Anbieter-Transparenz. Verlinkungen führen potenzielle Kunden direkt in unsere Dienstleisterverzeichnisse – oder eben auf die jeweilige Website.

Beim Internetagenturranking – das wir seit 2008 unter anderem zusammen mit dem BVDW organisieren – weist das Onlineranking 110.000 direkte Onlineabrufe auf. Die SEO-Liste – das Verzeichnis der führenden SEO-Agenturen – erscheint seit 2010 und erhält mehrere tausend Abrufe monatlich. Der Basiseintrag mit Umsatzangaben etc. (ohne Adresse und Link) ist in den Onlinerankings kostenlos. Die kumulierte Plattformreichweite beträgt rund 100.000 Unique User/Monat.

Mit Produkt- und Servicemarkierungen in Online- wie Print-Ranking können Anbieter zusätzlich auf ihre Marktreichweite hinweisen. So können beispielsweise Shopsystem-Anbieter diejenigen gerankten Shops markieren, die ihre Lösung einsetzen, System-Anbieter diejenigen Agenturen markieren, die sie als Servicepartner führen. Produkt- und Servicemarkierungen sowie Sponsoringbanner werden zwölf Monate lang geschaltet.



Bei Erscheinen eines jeden **Online-Rankings** sorgen hochauflagige **E-Mail-Sondernewsletter** (Gesamtauflage je Versand: 75.000 Empfänger) zusammen mit der begleitenden redaktionellen Berichterstattung für hohe Awareness für die jeweilige Übersicht, das jeweilige Ranking oder das Listing. Durch die prominente Platzierung der **Sponsoringbanner** erhalten Sie zusätzlich besonders hohe Aufmerksamkeit für Ihre Botschaften. Zusätzlich werden die Rankings über die **Social-Media-Kanäle** aller Medien kommuniziert (kumuliert über 40.000 Kontakte). Die Ranking-Siegel sorgen für weiteren Traffic durch die gelisteten Unternehmen.

Über eine Viertelmillion: Kontaktreichweite Rankings	
E-Mail (Sondernewsletter)	75.000 Empfänger
Social Media (LinkedIn, Xing, Facebook, Twitter, Instagram)	40.000 Kontakte
Web (Ranking-Abrufe)	bis zu 110.000 Abrufe
Web (Begleitartikel)	bis zu 20.000 Abrufe
Downloads (PDF)	ca. 3.000
Print-Auflage	ca. 6.000 Exemplare

Die bewährten **Poster** hängen oft direkt in den Konferenzräumen und den Büros der Einkaufsentscheider und sorgen so zusätzlich bei ihrer langen (ganzjährigen) Standzeit für eine hohe, langanhaltende Awareness, was Ihrem Pitch-Marketing gut tut: So werden Sie nicht vergessen, wenn eine Beschaffungsmaßnahme ansteht. Die Poster erreichen die Abonnenten von ONEtoONE, iBusiness und Versandhausberater und werden zusätzlich im Streu-Wechselversand an diejenigen der 76.000 registrierten Nutzer verschickt, die eine besondere Affinität zum Thema aufweisen und die Einkaufsentscheidungen für das jeweilige Themenfeld treffen können. Zusätzlich werden alle Poster als PDFs zum kostenlosen Herunterladen vom Verlag auf allen Plattformen bereitgestellt.

Versandhausberater

Sehr geehrte Frau Strömmer,

einem neuen Spitzenraster haben wir in unserem Ranking der großen Performance-Marketing-Agenturen des Jahres 2021, das Sie ja heute online abrufen können!

Die Corona-Zeit hat im Performance-Marketing im vergangenem Jahre Ihre Spuren hinterlassen, genau so wie die geänderten Cookie-Rahmenrichtlinien.

Zum Performance-Ranking

In unserem Ranking finden Sie neben den größten Agenturen nach Billings auch Aufstellungen sowohl nach Einsatzgebiet - von Affiliates-Marketing bis Direktmarketing - als auch nach Branchen. So kann Sie die für Ihr Business passenden Agenturen begreuen zum Pitch aussuchen können. Details zum Ranking und zur Erstellung des deutschsprachigen Performance-Markts lesen Sie in unserer ausführlichen Analyse.

Ihr

 Joachim Graf
 Herausgeber

PS: Bitte beachten Sie unsere Sponsoren, ohne die dieses Ranking nicht möglich gewesen wäre.

XPOSE360 DIGITALE MARKETING AGENTUR LASS DICH BERATEN!
 Outperforming With Heart and Brain. For eMarketing.

Performance-Agenturen machen im Coronajahr mehr Umsatz

Über 2,1 Milliarden Euro Performance-Billings haben die 53 größten deutschen Performance-Marketing-Agenturen im Jahr 2020 verbucht. Damit übertrug der Branchenmarkt erstmals die Zwei-Milliarden-Marke. Das Plus von 15,6 Prozent liegt aber zum großen Teil an der Agentur, die neuer Spitzenreiter ist. **Online Hochzeiten**

XPOSE360 uppr clicks

ONE@ONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

Sehr geehrte Damen und Herren,

einem neuen Spitzenraster haben wir in unserem Ranking der großen Performance-Marketing-Agenturen des Jahres 2021, das Sie ja heute online abrufen können!

Die Corona-Zeit hat im Performance-Marketing im vergangenem Jahre Ihre Spuren hinterlassen, genau so wie die geänderten Cookie-Rahmenrichtlinien.

Zum Performance-Ranking

In unserem Ranking finden Sie neben den größten Agenturen nach Billings auch Aufstellungen sowohl nach Einsatzgebiet - von Affiliates-Marketing bis Direktmarketing - als auch nach Branchen. So kann Sie die für Ihr Business passenden Agenturen begreuen zum Pitch aussuchen können. Details zum Ranking und zur Erstellung des deutschsprachigen Performance-Markts lesen Sie in unserer ausführlichen Analyse.

Ihr

 Joachim Graf
 Herausgeber

PS: Bitte beachten Sie unsere Sponsoren, ohne die dieses Ranking nicht möglich gewesen wäre.

XPOSE360 DIGITALE MARKETING AGENTUR LASS DICH BERATEN!
 Outperforming With Heart and Brain. For eMarketing.

Performance-Agenturen machen im Coronajahr mehr Umsatz

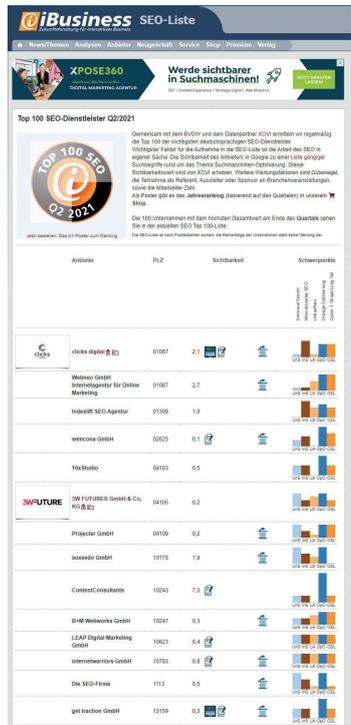
Über 2,1 Milliarden Euro Performance-Billings haben die 53 größten deutschen Performance-Marketing-Agenturen im Jahr 2020 verbucht. Damit übertrug der Branchenmarkt erstmals die Zwei-Milliarden-Marke. Das Plus von 15,6 Prozent liegt aber zum großen Teil an der Agentur, die neuer Spitzenreiter ist.

XPOSE360 uppr clicks



Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
SEO-Jahresranking	04.02.2022	23.02.2022	Jahreslisting der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Agenturen nach Sichtbarkeit (gedrucktes Jahresposter)
SEO-Listing Q1/2022	14.03.2022	22.03.2022	Quartalslisting der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Agenturen nach Sichtbarkeit
SEO-Listing Q2/2022	13.06.2022	21.06.2022	Quartalslisting der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Agenturen nach Sichtbarkeit
SEO-Listing Q3/2022	12.09.2022	20.09.2022	Quartalslisting der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Agenturen nach Sichtbarkeit
SEO-Listing Q4/2022	28.11.2022	06.12.2022	Quartalslisting der wichtigsten deutschsprachigen SEO-Agenturen nach Sichtbarkeit

Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website



Übersicht Sponsoring-Pakete SEO-Ranking, siehe Folgeseite

Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlineranking je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	-	Ja (durchschnittliche Rotationshäufigkeit)	Ja (hohe Rotationshäufigkeit)	Ja (exklusiv)
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	-	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel***	Ja	Ja	Ja	Ja
Logo & Verlinkung bei allen Listings im Ranking	Ja	Ja	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (180 mm B x 75 mm H)	Ja, gesamter Kopf (558 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Logo bei Eintrag in Onlineranking und Print (60 mm B x 30 mm H)	Ja	Ja	Ja	Ja
Paket	995,-	1.850,-	2.850,-	9.950,-
Einzelbuchung Logo bei Einträgen in Quartalsrankings	Aufpreis jeweils 495,-	Aufpreis jeweils 450,-	Ja	Ja
Paket-Buchung Logos in allen vier Quartalsrankings	Aufpreis 980,-	Aufpreis 600,-	Ja	Ja
SEO-Jahrespaket (inkl. 4 x Online-Logo)	1.975,-	2.450,-	2.850,-	9.950,-

* Beim Listing der wichtigsten **SEO-Agenturen** erscheinen vier Rankings online – je eines pro Quartal sowie ein Jahresranking mit dem kumulierten Ergebnis der vier Quartale des Vorjahrs. Kopfplatzbanner werden auf allen vier Rankings geschaltet, es erscheinen vier Sondernewsletter, bei denen Sponsoringbanner und Online-Logos geschaltet werden.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Internetagentur-Ranking 2022	22.04.2022	18.05.2022	Ranking der größten Fullservice-Internetagenturen nach Umsatz (Kooperation mit dem BVDD)

Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website



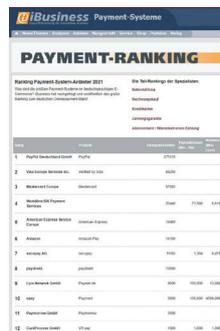
Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlineranking je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	-	Ja (1 x Unterranking)**	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	-	Seitenfuß	Seitenkopf
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	-	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel***	1 (Haupt-ranking-Siegel)	2 (Haupt- und (1 Unterranking-Siegel)	alle	alle
Logo & Verlinkung bei allen Listungen im Ranking	Ja	Ja	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (180 mm B x 75 mm H)	Ja, gesamter Kopf (624 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Logo bei Eintrag in Onlineranking und Print (60 mm B x 30 mm H)	Ja	Ja	Ja	Ja
Paket	995,-	1.895,-	2.895,-	9.995,-

** Gold, Platin- und Diamant-Sponsoren erhalten die Kopfplatzbanner-Platzierung in zusätzlichen Unterrankings mit 60% Rabatt auf den Gold-Sponsorpriest.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website stehen zur Verfügung

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Payment 2022	03.06.2022	21.06.2022	Ranking Payment-Service-Provider und Bezahlssysteme nach (Online-) Akzeptanzstellen

Payment-Service-Provider-Siegel und Payment-Zahlungssysteme-Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website



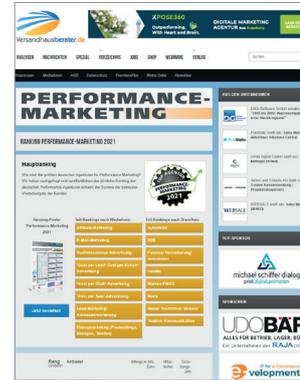
Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlineranking je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	-	Ja (1 x Unterranking)**	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	-	Seitenfuß	Seitenkopf
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	-	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel***	1	alle	alle	alle
Logo & Verlinkung bei allen Listungen im Ranking	Ja	Ja	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (180 mm B x 75 mm H)	Ja, gesamter Kopf (558 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Paket	995,-	1.895,-	2.895,-	9.995,-

** Gold, Platin- und Diamant-Sponsoren erhalten die Kopfplatzbanner-Platzierung in zusätzlichen Unterrankings mit 60% Rabatt auf den Gold-Sponsorp reis.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website stehen zur Verfügung beim Payment-Ranking: Siegel „Top-Payment-Service-Provider 2022“ und „Top-Payment-Zahlungssysteme 2022“

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Performance-Marketing & Affiliate 2022	12.08.2022	31.08.2022	Ranking der größten deutschen Performance- und Affiliate-Agenturen nach Billings, Affiliate-Netzwerke nach Umsatz und Reichweite

Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website



Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlin ranking je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	-	Ja (1 x Unterranking)**	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	-	Seitenfuß	Seitenkopf
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	-	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel***	Ja	Ja	Ja	Ja
Logo & Verlinkung bei allen Onlineeinträgen	Ja	Ja	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (180 mm B x 75 mm H)	Ja, gesamter Kopf (558 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Logo bei Eintrag in Onlin ranking und Print (60 mm B x 30 mm H)	Ja	Ja	Ja	Ja
Paket	995,-	1.895,-	2.895,-	9.995,-

** Gold, Platin- und Diamant-Sponsoren erhalten die Kopfplatzbanner-Platzierung in zusätzlichen Unterrankings mit 60% Rabatt auf den Gold-Sponsorpriest.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website stehen zur Verfügung

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Onlineshops Deutschland 2022	16.09.2022	11.10.2022	Ranking der größten B2C-Onlineshops und Marktplätze nach Umsatz (mit EHI/Statista)
Onlineshops Schweiz 2022	08.07.2022	15.07.2022	Ranking der größten Onlineshops und Marktplätze nach Umsatz (mit Carpatia.ch)

Die Siegel werden den gelisteten Onlineshops zur Veröffentlichung kostenlos angeboten, beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen, im Katalog oder auf der eigenen Website



Die Sponsoring-Pakete	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlineranking je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	Ja (1 x Unterranking)**	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	Seitenfuß	Seitenkopf
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel (kann gelisteten Shops zur Verfügung gestellt werden)***	-	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf (nur Deutschland)	-	Ja (180 mm B x 75 mm H)	Ja, gesamter Kopf (924 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß (nur Deutschland)	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution (nur Deutschland)	-	-	Ja
Paket	1.895,-	2.895,-	9.995,-

* Beim Ranking der größten **Onlineshops** Deutschland bzw Schweiz erscheint jeweils ein Ranking, bei dem Kopfplatzbanner geschaltet werden. Es erscheint jeweils ein Sondernewsletter, bei dem Sponsoringbanner und Online-Logos geschaltet werden.

** Gold, Platin- und Diamant-Sponsoren erhalten die Kopfplatzbanner-Platzierung in zusätzlichen Unterrankings mit 60% Rabatt auf den Gold-Sponsorpreis.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website stehen zur Verfügung: Siegel „Top-Onlineshops-Deutschland 2022“

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Jahresplaner 2023	14.10.2022	02.11.2022	Planungstool mit jahresübergreifendem Kalendarium mit wichtigen Branchenevents und Award-Einsendeschlüssen



Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner auf / Termine auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de	-	Rotation Startseite	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	-	Ja	exklusiv
Sponsoringbanner Sondernewsletter	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter	-	Ja	Ja	Ja
Premium-Platzierung bei Termineinträgen	1	2	10	immer
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (200 mm B x 80 mm)	Ja, gesamter Kopf (432 mm B x 80 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (130 mm B x 40 mm)	-	-
Terminmarkierungen im Kalendarium	-	-	1	5
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Logo bei Termineintrag in Kalendarium (20 mm B x 10 mm H)	Ja	Ja	Ja	Ja
Paket	995,-	1.895,-	2.895,-	9.995,-

Ranking	Vorlagen bis	Erscheinungs-termin	Inhalt
Crossmedia-Contact-center 2023	02.12.2022	21.12.2022	Ranking der deutschen Dienstleister nach Seats pro Medium (E-Mail, Social Media, Chatbot, Tel., Post)

Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website



Die Sponsoring-Pakete	Silber	Gold	Platin	Diamant
Kopfplatzbanner im Onlinering je auf iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater*	-	Ja (1 x Unterranking)**	Rotation Startseite	Startseite (exklusiv)
Online-Logo auf allen Unterseiten	-	-	Seitenfuß	Seitenkopf
Sponsoringbanner in Sondernewsletter*	-	-	Ja	exklusiv
Online-Logo Fuß Sondernewsletter*	-	Ja	Ja	Ja
Lizenz Nutzung Siegel***	Ja	Ja	Ja	Ja
Logo & Verlinkung bei allen Onlineeinträgen	Ja	Ja	Ja	Ja
Printanzeige Poster Kopf	-	-	Ja (180 mm B x 75 mm)	Ja, gesamter Kopf (558 mm B x 75 mm H)
Printanzeige Poster Fuß	-	Ja (135 mm B x 75 mm H)	-	-
Produkt-/Service-Markierungen bei den einzelnen Rankingteilnehmenden	-	-	Ja, Aufpreis 2.500,-	Ja, Aufpreis 2.500,-
Poster-PDF zur freien Distribution	-	-	-	Ja
Paket	995,-	1.895,-	2.895,-	9.995,-

* Beim Ranking der größten **Contact-Center** erscheint ein Ranking, bei dem Kopfplatzbanner geschaltet werden. Es erscheint ein Sondernewsletter, bei dem Sponsoringbanner und Online-Logos geschaltet werden.

** Gold, Platin- und Diamant-Sponsoren erhalten die Kopfplatzbanner-Platzierung in zusätzlichen Unterrankings mit 60% Rabatt auf den Gold-Sponsorpreis.

*** Siegel zur Veröffentlichung beispielsweise in der eigenen Social-Media-Kommunikation, für Werbemaßnahmen oder auf der eigenen Website stehen zur Verfügung

ONE@ONE

Special: Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

ONE@ONE

ONE@ONE SPECIAL
PROGRAMMATIC
PRINTING

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

DIENSTLEISTER

michael schiffner dialog
print registration

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

ONE@ONE NEW MARKETING MANAGEMENT 12/2020

SPECIAL

Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021

Marketing ohne Cookies – ein Bauplan / Seite 8
Wie Produkten zum Verkaufstorbau / Seite 28

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Katalog des Jahres 2021
by VersandhausBerater

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Gattungsmarketing und Agenda-Setting

SPECIALS

ADVANCED ANALYTICS FÜR MEHR

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Das ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool. Es ist ein wichtiges Marketing- und datengestütztes Marketing- und KI-2021-Management-Tool.

Crossmediale Specials und Sonderpublikationen

Contentmarketing, SEO-Unterstützung und Lead-Generierung: Zu besonders komplexen und erklärungsbedürftigen Themen veröffentlichen iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater regelmäßig umfassende Sonderpublikationen. Diese werden crossmedial über das jeweilige Medium verbreitet sowie denjenigen Nutzern der anderen Plattformen zur Verfügung gestellt, die für das entsprechenden Thema wichtig sind.

Verfügbar gemacht werden sämtliche Inhalte des Specials – redaktionelle Beiträge wie auch Advertorials – das ganze Jahr hinweg. Dadurch entsteht einerseits ein signifikanter SEO-Effekt und andererseits eine hohe Standzeit Ihrer Content-Marketing-Kampagne.

- **als Onlinedossier:** Sämtliche redaktionelle Beiträge und Advertorials erscheinen zusammengefasst auf einer Microsite.
- **über Sonder-Newsletter:** Bei Erscheinen des Specials werden sämtliche Themen zusammengefasst und in hoher Auflage per E-Mail an die interessierten Zielgruppen gebracht.
- **über Social Media:** Sämtliche Beiträge und Advertorials werden in den folgenden Wochen über Xing und LinkedIn, Twitter, Instagram und Facebook kommuniziert.
- **über EMail-Newsletter:** Sämtliche Beiträge und Advertorials werden in den folgenden Wochen einzeln über die regelmäßigen Newsletter von iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater zielgruppenpassend kommuniziert.
- **als digitales Magazin:** Immer mehr Menschen lesen auch Fachliteratur mobil, per Tablet oder auf ihrem Notebook. Dem tragen wir schon seit Jahren Rechnung. Sämtliche Specials und Sonderpublikationen sind kostenfrei und ohne Registrierung auch als E-Paper

abrufbar. Die digitalen Magazine werden ebenfalls über E-Mail und Social Media beworben.

- **als Print-Ausgabe:** Basierend auf dem Gesamtverteiler von 76.000 registrierten Nutzer selektieren wir die passenden Zielgruppen für unsere Specials. Einige werden darüber hinaus auf Präsenz-Veranstaltungen (z.B. Fachmessen oder Spezialseminaren und -kongressen) verteilt.

Ein Speaker-Slot in einer inhaltlich korrespondierenden Virtuellen Kongressmesse verlängert das Content-Marketing zusätzlich um die Funktion der Lead-Generierung. Durch die Einbindung des Vortrags in das jeweilige Online-Special erhält Ihr Content-Marketing zusätzlich eine Video- und Audiodimension.

Gesamtreichweite	
Sonder-Newsletter Online-Dossier	75.000
Sonder-Newsletter E-Paper	75.000
Newsletter-Reichweite Einzelartikel	20.000
Print-Auflage	6.000
Abrufe Onlinedossier	5.000
Abrufe E-Paper	2.000
Social-Media-Reichweite Einzelartikel	40.000
Social-Media-Reichweite E-Paper	40.000
Social-Media-Reichweite Online-Dossier	40.000
Teilnehmer und Abrufe Virtuelle Kongressmesse	1.000
Gesamt	304.000

Der redaktionelle Teil eines jeden Special berücksichtigt die wichtigsten aktuellen Themen, liefert Grundlagen, aktuelle Anwendungen, Interviews und konkrete Hilfestellungen für Entscheider. Teilnehmende Partner präsentieren dort Case-Studies, Perspektiven, Grundlagen und Lösungen.

Specials	BS DU ET	Speaker-Slot zur Leadgenerierung bei
Special Marketingabteilung der Zukunft (Tools für Crossmedia-Marketing, Messung, Tracking, KPIs, Employer Branding, New Work, Marketing-Karriere, Marketingnachwuchs, Marketingkopf des Jahres...)	17.12.21 30.12.21 25.01.22	Tools 2022 (26. und 27.1.2022)
Special Marketing-Integration und Marketing-Automation (Email-Marketing, MRM, Marketingsuites, Analytics, Testing, Tracking, Personalisierung...)	11.02.22 18.02.22 15.03.22	Digital Experience 2022 (22. und 23.3.22)
Special Programmatic Printing (DAM, PIM, MAM, Personalisierungssysteme, Digitaldruck, Crossmedia-Marketingautomation...)	18.03.22 25.03.22 19.04.22	Expertenforum Programmatic Printing (23.3.22)
Special Dialogmarketing-Jahrbuch 2022/2023: Building Customer Value (Customer Value Trends, kundenorientierter Mindset, Daten und individuelle Kommunikation, Preisträger Max-Award, Marketingkopf des Jahres, OMR)	08.04.22 14.04.22 12.05.22	Dialog 22 (11. und 12.10.22)
Special Handelsmarketing (Shortlist E-Retailer des Jahres, Omnichannel, Plattformökonomie, POS-Marketing, Dooh, SEO, SEA, Empfehlungsmarketing, Kundenservice, Retouren, Printwerbung, Shopmarketing-Integration...)	14.06.22 21.06.22 19.07.22	B2B/B2C Digital 2022 (4. und 5. 7. 2022)
Special Datengestütztes Marketing (Künstliche Intelligenz und Machine Learning, Adressdaten, Personalisierung, Predictive Analytics, CRM, dmexco...)	09.08.22 16.08.22 13.09.22	Expertenforum daten- gestütztes Marketing, KI, Maschinenlearning (07.12.22)
Special Kundendialog (Kundenansprache, Customer Experience, UX, Kundenservice, Personalisierung, Social Media Marketing, Influencer, Preisverleihung E-Retailer des Jahres...)	04.10.22 11.10.22 02.11.22	Zukunft Kundenservice und Kundendialog (30. und 31.8.22)
Special Programmatic Printing (DAM, PIM, MAM, Personalisierungssysteme, Digitaldruck, Crossmedia-Marketingautomation...)	15.11.22 22.11.22 21.12.22	Expertenforum Programmatic Printing (7.12.22)

ADVANCED ANALYTICS FÜR MEHR WACHSTUM UND GEGEN DIE DATENFLUT
Die Identifizierung neuer Geschäftsmöglichkeiten im B2B-Umfeld ist oftmals langwierig und komplex. Ein Grund dafür ist, dass die Tools, die dem Vertrieb heute zur Verfügung stehen, häufig nicht auf dem neuesten Stand und demnach ineffizient sind.

SPECIAL: Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021
Daten, das häufigste Ausrüstungs- und zukunftsweisende Handlungsfeld im Marketing, sind weiterhin zentrale Themen für alle Marketing-Verantwortlichen. Allerdings, um den Datenmarkt mit Profiten zu versehen, sind diese Strategien, Wissen zu erfassen und die richtigen Werkzeuge im Unternehmen für die Umsetzung zu finden.

SPECIAL: Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021
Das Special "Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021" enthält die neuesten Erkenntnisse für ein erfolgreiches Marketing mit KI und Machine Learning. Es enthält die neuesten Erkenntnisse für ein erfolgreiches Marketing mit KI und Machine Learning. Es enthält die neuesten Erkenntnisse für ein erfolgreiches Marketing mit KI und Machine Learning.

SPECIAL PROGRAMMATIC PRINTING
Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021

Erfolgsstrategien für datengestütztes Marketing und KI 2021
Marketing ohne Cookies – ein Bauplan / Seite 8
Wie Produktdaten zum Verkaufsförderer werden / Seite 28

Sponsoringpaket	Silber	Gold	Platin	Diamant
Logo auf der Startseite des Webspecials	Ja	Ja	Ja	Ja
Logo auf Titelseite und Inhaltsverzeichnis des E-Magazins	Ja	Ja	Ja	Ja
Logo auf Titelseite und Inhaltsverzeichnis der gedruckten Ausgabe	Ja	Ja	Ja	Ja
Online-Anzeigen im Sondernewsletter „E-Magazin“	Logo im Fuß	Ja	Top-Platzierung	Top-Platzierung
Online-Anzeigen im Sondernewsletter „Web-Special“	Logo im Fuß	Ja	Top-Platzierung	Top-Platzierung
Social-Media-Promotion Ihres Advertorials	Ja	Ja	Ja	Ja
Fallstudie/Leistungsprofil/Advertorial online im Web-Special auf Onetoone.de	Ja	Ja	Ja	Ja
Fallstudie/Leistungsprofil/Advertorial als Sponsored Post auf Versandhausberater.de	-	Ja	Ja	Ja
Fallstudie/Leistungsprofil/Advertorial als Sponsored Post auf iBusiness.de	-	-	Ja	Ja
Social-Media-Promotion Ihres Sponsored Posts	-	1	2	2
Seiten (nach Absprache für Fallstudie, Leistungsprofil oder Anzeige) im E-Magazin	1	2	4	4
Seiten (nach Absprache für Fallstudie, Leistungsprofil oder Anzeige) in der gedruckten Ausgabe von ONEtoONE	1	2	4	4
Gedruckte Belegexemplare für Eigenwerbung	10	200	300	500
PDF für Eigenwerbung, uneingeschränkte Nutzungsrechte	Ja	Ja	Ja	Ja
Anzeige: 4. Umschlagseite (Rückseite) im E-Magazin	-	-	-	Ja
Anzeige: 4. Umschlagseite (Rückseite), Printausgabe	-	-	-	Ja
Vortrag und Virtueller Messstand in einer inhaltlich passenden Virtuellen Kongressmesse/in einem inhaltlich passenden Expertenforum inklusive der Übermittlung der generierten Leads	Ja	Ja	Ja	Ja
Sponsoring der inhaltlich passenden Virtuellen Kongressmesse / des inhaltlich passenden Expertenforums inkl. Sponsoring-Hinweis mit Logo auf sämtlichen Werbemitteln sowie auf Übersichts- und Anmoderationsfolien sowie Grusswort zu Beginn der Veranstaltung)	-	-	-	Ja
Kumulierte Reichweite (geschätzt)	304.000	400.000	450.000	450.000
Sponsoring-Beitrag	7.950 Euro	9.250 Euro	9.950 Euro	19.950 Euro

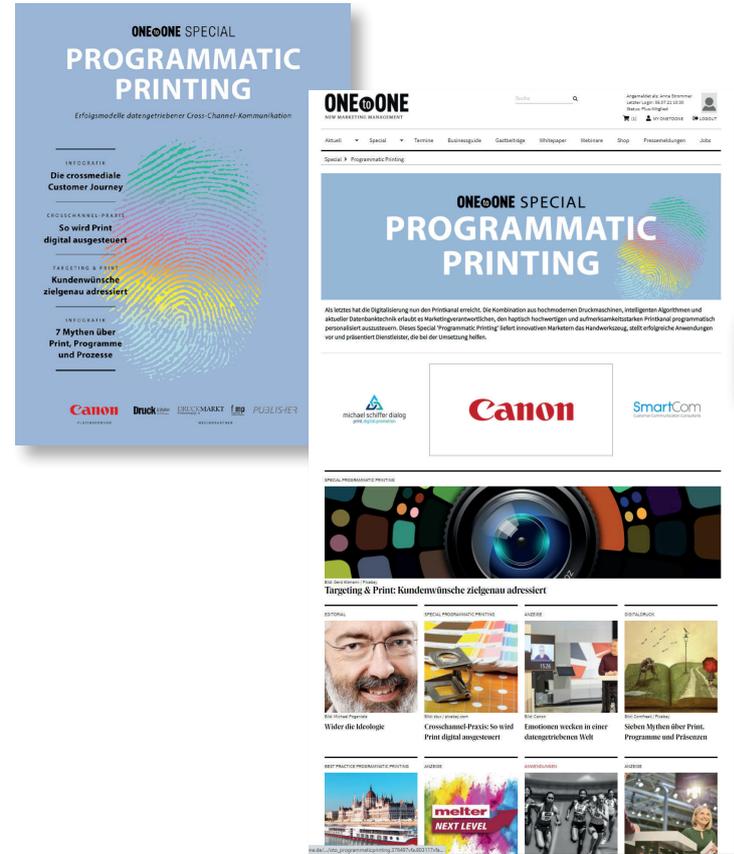
Einzelne Anzeigenseiten/Leistungsprofile: 3.190 Euro; Umschlagseiten: U4: 3.900 Euro, U2/U3: 3.500 Euro; weitere Printexemplare für die Eigenwerbung, je 100 Ex., inkl. Versand, 600 Euro
 Advertorials/Porträts/Leistungsprofil inkl. Produktion und einem Korrekturdurchgang, Sie liefern nur Texte, Fotos, Logos, weitere Korrekturen werden nach Aufwand (85 Euro/Std.) berechnet.

Die Plattform „Programmatic Printing“

Print als alternativer Kanal gilt bei vielen Marketern immer noch als uncool. Viele der Marketingentscheider sind digital groß geworden. Sie kennen gedruckte Werbung quasi nur aus Erzählungen. Digital ist für sie längst das Allheilmittel. Aber: Die Bildschirme der Smartphones verstopfen immer mehr, Botschaften stecken im Stau. Jetzt ist die Zeit reif für interaktive Druckbotschaften: Individuell, 1:1, konversionsstark und bezahlbar. Der neue programmatische und interaktive Druck bietet riesige Chancen für weniger Streuverlust, mehr Aufmerksamkeit und mehr Effizienz. Aber keine Druckindividualisierung ohne Daten. Marketing- und CRM-Abteilungen müssen an einen Tisch geholt werden, um die neuen Chancen zu nutzen.

Im Juni 2020 ist darum die crossmediale Programmatic-Printing-Plattform gestartet. Sie betreibt **Gattungsmarketing** in der Kernzielgruppe der Marketingentscheider durch Hilfen und Fachwissen und sie vernetzt Lösungsanbieter mit potenziellen Kunden.

- Pro Jahr bieten zwei hochwertige, gedruckte Specials Erfahrungen, Wissen und Hilfestellungen für Marketing-Entscheider, die den Print-Kanal programmatisch nutzen wollen. Sie sind die Grundlage für die wichtigsten Botschaften.
- Um weniger Print-affine Marketingverantwortliche abzuholen, übernimmt das Webspecial mit ganzjähriger Aktualisierung von Inhalten eine zentrale Funktion.
- Das spezielle „Expertenforum Programmatic Printing“ stellt den Live-Dialog mit interessierten Werbungtreibenden her.
- Sowohl das gesamte Special als auch die Einzelartikel erscheinen crossmedial.



Programmatic-Printing.de ist die dazugehörige Digitalplattform. Sie sorgt für digitale Verbreitung aller Inhalte der Printausgaben sowohl als digitales Magazin als auch als speziell für das Web aufbereitete Online-Version. Damit dient sie als nachhaltiges Echtzeit-Kommunikationstool für den Kanal „Print“ mit hoher SEO-Wirkung.

Distribuiert werden alle Beiträge und digitalen Serviceangebote über ONEtoONE.de. Das erreicht online im Jahr über eine Viertelmillion Unique User und liefert weit über 650.000 Webseiten- und über 1,2 Millionen Newsletteransichten aus. Zusätzlich erreichen die Botschaften von ONEtoONE rund 40.000 Follower auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter und Xing.

Zusätzlich werden die redaktionellen Inhalte und Advertorials über Standalone-Newsletter an bis zu 76.000 Adressen kommunizieren. Zusätzlich werden die Beiträge kontinuierlich über regelmäßige ONEtoONE-Newsletter promotet. Insgesamt erreicht die EMail-Distribution eine Gesamt-Reichweite von über einer Viertelmillion qualifizierten Kontakten.

Um die **Vernetzung** von Anbietern und Nachfragern auf Programmatic-printing.de zu erreichen, bietet die Plattform Echtzeitsuche der Dienstleistungsprofile von Sponsoren und Partnern an, mit der Möglichkeit, Serviceangebote selbst eintragen zu können, inklusive regionaler Suche.

Für die Vernetzung der Geschäftsführer, Partner und Sponsoren bietet die Redaktion darüber hinaus die **exklusive Mitgliedschaft im Programmatic-Printing-Thinktank** an. In regelmäßigen virtuellen Meetings können Sie in kleiner Runde mit anderen Machern und Dienstleistern über die Zukunft von Programmatic Printing in allen Facetten diskutieren. Intern, firmenübergreifend und auf Augenhöhe, moderiert von der Programmatic-Printing-Redaktion geht der Thinktank abseits vom Tagesgeschäft der Frage nach: „Wo geht die Reise bei Programmatic Printing hin?“

The screenshot shows the ONEtoONE website interface. At the top, there is a search bar and user information for Anna Brömmel. The main navigation includes 'Alltags', 'Special', 'Termine', 'Businessguide', 'Gastbeiträge', 'Whitepaper', 'Webinare', 'Shop', 'Pressemeldungen', and 'Jobs'. The featured article is titled 'Persönliche Kundenansprache mit Geomarketingexperte Loer'. It includes a 'Platin-Sponsor' (Canon) and a 'Gold-Sponsor' (SmartCom). The article text discusses how geographic maps can be used for personalized direct mail, highlighting the 'Picture Superiority Effect' and the benefits of personalized mailings. A small image shows several printed mailings with a map graphic.

ONE2ONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

Sehr geehrte Damen und Herren

Cookie-Blecker und Consent-Management sind der Tod für viele Tracking-Techniken. Doch mit programmativem Print-Technik lassen sich die Hürden umgehen - und Werbung smartfingertlich gestalten. Unser umfangreiches Special 'Programmatic Printing' ist jetzt als kostenloses E-Magazin erschienen.

Es liefert Ihnen auf 52 Seiten unter anderem aktuelle Anwendungen aus der Crosschannel-Praxis. Sie zeigt die Redaktion am Beispiel von Healthcare-Kommunikation, wie Programmatic Printing als Kick für eine Digitalmarketing-Kampagne fungiert.

Außerdem finden Sie in unserem kostenlosen E-Magazin Hintergründe für die crossmediale Customer Journey und eine große Marktübersicht, in der Sie sehen, mit welchen Marketingautomationslösungen Sie zusätzlich zum Onlinekanal eine programmativem Printausleitung schlank nutzen können.

Sie können es ab sofort kostenlos in Ihrem Browser lesen.

[Hier für E-Paper kostenlos anfordern!](#)

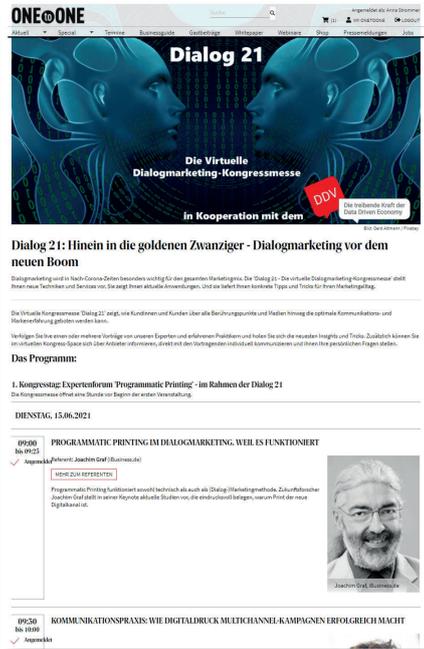
Ich wünsche Ihnen eine **spannende Lektüre!**

Ihr



Joachim Graf
Herausgeber

P.S. Bitte beachten Sie unsere Sponsoren, ohne die dieses Special nicht möglich gewesen wäre:

Dialog 21
Die Virtuelle Dialogmarketing-Kongressmesse
in Kooperation mit dem **DDV**
Die virtuelle Kraft des Cross Channel Ecommerce
Ein Gespräch: Praxis

Dialog 21: Hinein in die goldenen Zwanziger - Dialogmarketing vor dem neuen Boom
Dialogmarketing wird in Nach-Covid-Zeiten besonders wichtig für ein gesamtes Marketing. Die Dialog 21 - Die virtuelle Dialogmarketing-Kongressmesse stellt Ihnen neue Techniken und Services vor. Sie zeigt Ihnen aktuelle Anwendungen, wie sie sich Ihren bestehenden Typen und Tools für Ihre Marketingarbeit.

Die Virtuelle Kongressmesse 'Dialog 21' zeigt, wie Kundinnen und Kunden über alle Berührungspunkte und Medien hinweg die optimale Kommunikations- und Bildübertragung gestalten werden können.

Während Sie live einen oder mehrere Vorträge von unseren Experten und erfahrenen Publikum und hören Sie sich die neuesten Insights und Trends. Zusätzlich können Sie im virtuellen Kongress-Space sich über Anbieter informieren, direkt mit den Vortragenden individuell kommunizieren und Ihnen Ihre persönlichen Fragen stellen.

Das Programm:

1. Kongressstag: Experimentum 'Programmatic Printing' - im Rahmen der Dialog 21
Die Kongressmesse öffnet eine Stunde vor Beginn der ersten Veranstaltung.

DINNSTAG, 15.06.2021

09:00 bis 09:21
PROGRAMMATIC PRINTING IM DIALOGMARKETING. WEIL ES FUNKTIONIERT
Anmeldung (Referent: Joachim Graf (Bulma))

NICHT-ZUM REFERENTEN
Programmativem Print-Technik orientiert sowohl technisch als auch als Dialog-/Marketingmethode. Zukunftsorientierte Joachim Graf stellt in seiner Keynote aktuelle Studien vor, die evidenzbasiert belegen, warum Print für neue Digitalkanäle ist.

09:50 bis 10:00
KOMMUNIKATIONSPRAXIS: WIE DIGITALDRUCK MULTICHANNEL-KAMPAGNEN ERFOLGREICH MACHT
Anmeldung

Die **virtuellen Expertenforen Programmatic Printing** (siehe Seite 8) ergänzen das crossmediale Konzept durch eine Leadgenerierungs-Komponente.

<p>Expertenforum „Programmatic Printing“ im Rahmen der Digital Experience 2022</p>	<p>23.03.2022</p>	<p>Variable Data Printing (VDP), Crossmedia-Marketingautomation, One-to-One-Druckvorstufe, CGI, Automatisches Layout, PIM, DAM, MAM, QR-Codes, Personalisierte Landingpages (pURLs), Bilderkennung (IR, Image-Recognition), Landkarten-Personalisierung, Bildpersonalisierung, Personalisierung von Kuverts, Gutscheinen, Werbegeschenken und Verpackungen</p>
<p>Expertenforum „Zukunft Programmatic Printing 2023“ im Rahmen der Zukunftskonferenz</p>	<p>07.12.2022</p>	<p>DAM, PIM, MAM, Variable Data Printing, Bilderkennung und -Personalisierung, Personalisierung von Landkarten, Kuverts, Gutscheinen, Werbegeschenken und Verpackungen, Digitaldruck, Crossmedia-Marketingautomation</p>

Die Sponsoring-Pakete Programmatic Printing

	Bronze	Silber	Gold	Platin
E-Magazin und Print: Seiten für Advertorials bzw. Anzeigen je Ausgabe (Frühjahr und Herbst)	1/2	1/1*	2/1*	4/1*
E-Magazin und Print: Partner-Logo im Inhaltsverzeichnis	Ja	Ja	Ja	Ja
Erweitertes Dienstleisterprofil online	Ja	Ja	Ja	Ja
Mitgliedschaft im Programmatic-Printing-Thinktank	Ja	Ja	Ja	Ja
PDF eigener Advertorials für Eigenwerbung	-	Ja	Ja	Ja
Advertorials online auf Programmatic-Printing.de	-	-	Ja	Ja
Advertorial in Standalone-Newsletter	-	-	Ja	Ja
Logo in den Standalone-Newsletter	-	-	Ja	Ja
Logo auf der Startseite von Programmatic-Printing.de	-	-	Ja	Ja
Sitz im Redaktionsbeirat inkl. Impressum-Nennung	-	-	-	Ja
E-Magazin und Print: Logo auf der Titelseite	-	-	-	Ja
Nutzung der aktuellen Inhalte zur Eigenwerbung/PR	-	-	-	Ja
Print: Belegexemplare je Ausgabe	50	150	300	500
E-Magazin und Print: Zusätzliche Umschlagseiten	10% Rabatt	33% Rabatt	50% Rabatt	50% Rabatt
Mitgliedschaft in der Programmatic-Printing Alliance (PPA)	10% Rabatt	10% Rabatt	10% Rabatt	Inklusive
Speaker-Slot „Print- und Digital Convention“	50% Rabatt	50% Rabatt	1 inklusive	1 inklusive
Speaker-Slot „Expertenforum Programmatic Printing“	25% Rabatt	50% Rabatt	1 inklusive	2 inklusive
Programmatic-Printing-Partnerbetrag pro Jahr	9.995,-	19.500,-	39.500,-	59.900,-

* Auch als Advertorial nutzbar. Geplante Reihenfolge der Advertorials: Platin, Gold, Silber, A-Z. Advertorials inkl. Produktion. Sie liefern nur Texte, Fotos, Logos. Ein Korrekturdurchlauf enthalten, weitere Korrekturen werden nach Aufwand mit einer Pauschale von 70,-/Std. berechnet.

Anzeigen bestmöglich, Umschlagseiten gesondert erhältlich; Pro Ausgabe E-Magazin und Print: U4 - 6.900,-, U2 und U3 - 5.900,-

Versandhausberater Spezial

Die Versandhausberater-Spezialausgaben enthalten neben Advertorials Fachbeiträge zu einem Thema aus der Praxis von Versandhändlern und ECommerce-Anwendern. Als E-Paper erreicht es die 76.000 registrierten Nutzer des HighText-Verlags. Als Online-Special erscheinen die Ausgaben als für das Web aufbereitete Version und erreicht so für Advertorials eine besonders hohe SEO-Wirkung.

Distribuiert werden alle Beiträge über Versandhausberater.de mit knapp 11.000 Unique User und über 20.000 Webseiten- und über 100.000 Newsletteransichten monatlich. Zusätzlich erreichen die Botschaften rund 40.000 Follower auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter und Xing. Alle redaktionellen Inhalte und Advertorials werden zudem über zwei Standalone-Newsletter an bis zu 75.000 Adressen kommuniziert. Zusätzlich sind in den Preisen jeweils zwei Wochen Bannerschaltung enthalten.

Webseitenansichten: 20.000/Monat **Unique User:** 11.000/Monat
Newsletteransichten: 100.000/Monat **Social Media:** 40.000 Follower

Inhalte und Termine

Versandhausberater Spezial	Anzeigenschluss	Druckunterlagen	Erscheinungstermin
Logistik, Warehousing, Retouren & Fulfillment: Trends in Lager und Versand	28.01.2022	04.02.2022	18.02.2022
Kundenscoring / Inkasso und Paymentsolutions	14.04.2021	22.04.2021	06.05.2022
K5: Zukunft E-Commerce	20.05.2022	27.05.2022	10.06.2022
ERP und PIM	16.09.2022	23.09.2022	07.10.2022
Trends im E-Commerce	11.11.2022	18.11.2022	02.12.2022

(Redaktionelle Änderungen vorbehalten)



ERP & PIM

by Versandhausberater

Fachinformation zum Distanzhandel von Experten für Experten

Besonders wichtig:

Next Generation PIM: Product Experience Management Seite 4

So finden Sie das richtige ERP-System Seite 5

Nr. 2 vom 28.02.2021
Omnichannelfähiges ERP-System als Zukunftsgarant Seite 6

Wie Unternehmen die Digitalisierung richtig angehen (1/2)

Um eine Digitalisierung im eigenen Unternehmen richtig anzugehen, sollten alle paar grundlegende Dinge beachtet werden. Ein Leitfadensatz, wie es funktioniert.

Viele Unternehmen haben bereits die erste Stufe in Richtung digitaler Zukunft genommen. Jedoch ist es nicht mehr dieser initiale Schritt, der vielen Unternehmen Bauchschmerzen bereitet, sondern der zweite, dritte und vierte, mit denen sie eine effizienten und professionellen Nutzung der neuen digitalen Kanäle ergeigen.

Aber Digitalisierung ist keine Raketenwissenschaft, zumindest dann nicht, wenn man sie strukturiert und mit einem gut durchdachten Plan angeht, der alle Blickwinkel aus dem Unternehmen und auf dasselbe einbezieht.

Doch wie findet man diesen Plan aller Pläne? Welche Methode eignet sich und wie flexibel ist? Tina Mächter, Team Lead der PIM MDM Digital Experience Solutions bei der Digitalagentur doSource hat zusammengefasst, wie Unternehmen die Transformation angehen können.

1. Scheuen Sie keine Veränderungen

Egal an welcher Stelle Unternehmensprozesse professionalisiert werden, Digitalisierung wird gemacht, da sie immer noch den Ruf nach sich zieht, umfangreich, zeit- und kostenintensiv zu sein und ein gewisses Umdenken bzw. Neudesign erfordert. Ja, um digital gut

aufgestellt zu sein und digital handeln zu können, braucht es das richtige Mindset. Auch wenn solche Herausforderungen zunächst unbequem oder in Anbetracht ihres Umfangs schier unlösbar erscheinen, lohnt es, sich ihrer anzunehmen.

Eine liegt nämlich klar auf der Hand: Eine Modernisierung auf digitaler Ebene zahlt sich zweifelsfrei, langfristig und dauerhaft aus, denn innerhalb einer handelsüblichen und verknüpften Systemlandschaft erledigen automatisierte Prozesse tägliche Aufgaben. Durch sie werden manuelle, fehleranfällige Abläufe ersetzt und so Zeit und Ressourcen freigesetzt.

2. Finden Sie die richtige Methode für Ihr Digitalisierungsverhaben

Viele Unternehmen, die es mit der Digitalisierung ernst meinen, sehen sich frühzeitig mit einem Problem konfrontiert: Wie definiert man die Anforderungen des eigenen Unternehmens, um strukturiert in ein Digitalisierungsprojekt heranzugehen?

Schließlich gibt es eine Vielzahl an Faktoren, die eine erfolgreiche Umsetzung beeinflussen. Neben den klassischen Kriterien wie Ziele, Zeit und Budget spielen auch die vorhandene Systemlandschaft, Mitarbeiter Prozesse oder andere Abhängigkeiten eine Rolle. Um also erfolgreich in ein Projekt zu starten, muss ein Rundblick auf das Unternehmen vorgenommen werden. Eine veraltete Methode der Anforderungserhebung mit

Lasten- und Pflichtenheft geht bei vielen Unternehmen oft mit einem ebenso veralteten Wasserfall-Projektvorgehen Hand in Hand.

Resultat: eine lückenhafte Anforderungsbeschreibung und ein unangenehmer Projektstart, weil ein solches Vorgehen fast zwangsläufig zu widersprüchlichen Sichten auf Ist-Zustand und damit auf die Ziel- und Wunschvorstellungen führt. Unternehmen sollten sich neuen Methoden öffnen und keine Angst vor kreativen Ansätzen haben. Es ist also sinnvoll, früh im Digitalisierungsprojekt eine moderne Methode zu finden, die die Mitarbeiter, deren Wünsche und Zielvorstellungen in den Mittelpunkt rückt.

Eine solche Methode ist beispielsweise die Canvas-Methode. Ein Canvas (engl. = Leinwand) ist ein Plakat (oder ein virtuelles White Board), auf der die Projektbezogenen Ergebnisse anschaulich festhalten. Mit dieser Methode können Auftraggeber und Implementierungspartner einen gemeinsamen Ausgangspunkt schaffen, an dem alle Mitwirkenden den Status Quo im Unternehmen kennen. Erwartungshaltungen klar formulieren und Anforderungsanträge aufstellen.

3. Kommunikation wirkt

Schwieriger wird es im laufenden Projekt, wenn sich neue Herausforderungen auftun und Ziele ändern. Klassische Methoden können solche Probleme nicht lösen, weil sie nach Schema F vorgehen

und einen sich verändernden Markt nicht berücksichtigen. Der Canvas-Ansatz hingegen richtet sich nicht nur nach den Wünschen aller Projektbeteiligten. Er schafft die Basis für einen Dialog zwischen Dienstleister und Auftraggeber, hilft dabei, herauszufinden, wo das Unternehmen steht, was Mitarbeiter vom Veränderungsprozess erwarten und wie offen sie diesem gegenüberstehen.

Dabei werden alle Stakeholder des Unternehmens an einen Tisch geholt, Ansichten besprochen, Erwartungen definiert und Wünsche festgehalten. Selbst wenn nicht alle Stakeholder am Auftakttermin teilnehmen, ist es im Nachhinein möglich, ihren Teil auszufüllen und offene Lücken im großen Projektbild zu schließen.

Hier zeigen sich weitere Vorteile dieser Methode: Biblisch Lücken im Plakat bestehen, fehlen die „richtigen“ Personen, die ebenso zum Erfolg des Projekts beitragen. Diese helfen für einen reibungslosen Start und Verlauf dringend noch hinzuzugreifen.

Tum anders zeigt sich mit diesem ersten Termin ein weiterer Vorteil der Canvas-Methode: der Change-Management-Prozess – das Umdenken in den Köpfen der Mitarbeiter – beginnt sehr früh aufgrund des gemeinsamen Zusammenarbeitens und Diskutierens aller Kriterien. Dieses Umdenken schafft eine hohe Akzeptanz für die neue Softwarelösung.

Fortsetzung auf Seite 2

Innovative Warenwirtschaft
Erfolgreicher Omnichannel-VS/4 mit dem perfekten ERP-System: VS/4

Ob im Onlineshop, auf Marktplätzen, in der eigenen App, per Katalog oder im stationären Handel. Mit dem DuG-Versandhaus-System VS/4 präsentieren Sie Ihr Angebot ganz einfach überall und jederzeit genau dort, wo Ihre Kunden es erwarten. Automatisch, flexibel und skalierbar. Für Ihren erfolgreichen Omnichannel-Handel.

www.dug-software.de

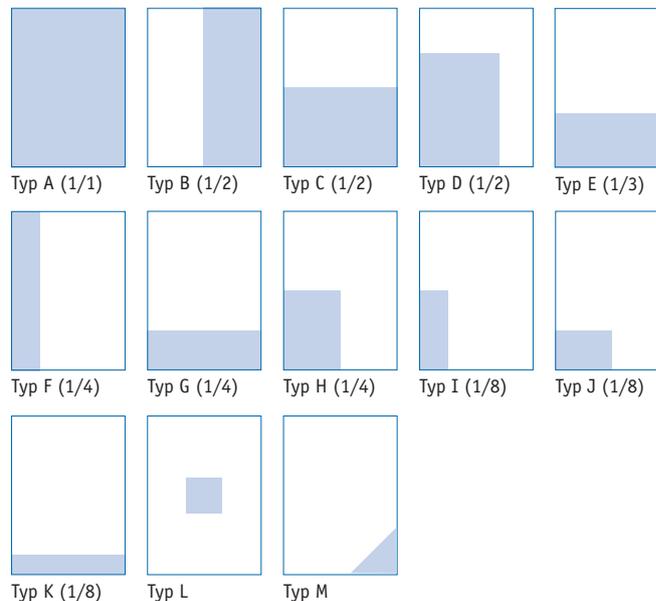
Anzeigenformate

Heft-Format: 297 mm Breite × 420 mm Höhe

Satzspiegel: 266 mm Breite × 380 mm Höhe

Anzeige	Größe	Satzspiegel	Anschnitt	Preis
A	1/1 4c	266x380	297x420	3.695 Euro
B hoch	1/2 4c	133x380	148x420	2.795 Euro
C quer	1/2 4c	266x187	297x207	2.795 Euro
D eck	1/2 4c	198x285	213x305	2.795 Euro
E quer	1/3 4c	266x126,5	297x140	2.650 Euro
F hoch	1/4 4c	62x380	77x420	2.495 Euro
G quer	1/4 4c	266x92	297x112	2.495 Euro
H eck	1/4 4c	133x187	148x207	2.495 Euro
I hoch	1/8 4c	62x187	77x207	1.750 Euro
J eck	1/8 4c	133x92	148x112	1.750 Euro
K quer	1/8 4c	266x45	297x65	1.750 Euro
L Insel	4 c	130x130	-	1.750 Euro
M Ecke	4 c	Kantenlänge 90	Diagonale 130	1.050 Euro

Platzierungen: möglich, abhängig vom Format



Die Formate J, K, L und M sind auch auf Seite 1 buchbar gegen einen Platzierungszuschlag von 10%.

E-Retailer Jahrbuch 2022/2023

Das E-Retailer Jahrbuch 2022/2023 ist die jährliche Übersicht über den deutschsprachigen Versandhandel-, Crosschannel- und ECommerce-Handel. Es entsteht in Zusammenarbeit mit dem BEVH e.V. und enthält Zukunftsanalysen und Fachbeiträge zu den wichtigen Themen der Branche, stellt die wichtigsten Katalog-Neuerscheinungen des Jahres vor und präsentiert Sieger und Shortlist des Jury/Publikum Awards „E-Retailer des Jahres“.

Außerdem integriert es das ehemalige „Verzeichnis des Versandhandels“ und stellt die wichtigsten Versandhandelsunternehmen und Akteure im Distanzhandel vor. Als E-Paper erreicht es die 76.000 registrierten Nutzer des HighText-Verlags. Als Online-Special erscheint das E-Retailer Jahrbuch als speziell für das Web aufbereitete Version und erreicht so für Advertorials eine besonders hohe SEO-Wirkung.

Distribuiert werden alle Beiträge und digitalen Serviceangebote über Versandhausberater.de mit knapp 11.000 Unique User und über 20.000 Webseiten- und über 100.000 Newsletteransichten monatlich. Zusätzlich erreichen die Botschaften rund 40.000 Follower auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter und Xing. Alle redaktionellen Inhalte und Advertorials werden zudem über Standalone-Newsletter an bis zu 76.000 Adressen kommuniziert.

Unique User: 11.000/Monat
 Webseitenansichten: 20.000/Monat
 Newsletteransichten: 100.000/Monat
 Social Media: 40.000 Follower



Im E-Retailer Jahrbuch 2022/2023 können Sie potenzielle Kunden aus dem E-Commerce und dem Versandhandel sowohl mit Anzeigen als auch mit Advertorials von der Kompetenz Ihres Unternehmens überzeugen. Die redaktionellen Beiträge, die Rezensionen der besten Kataloge sowie die Shortlist und Gewinner des Awards „E-Retailer des Jahres“ sorgen für hohe Akzeptanz und lange Standzeit.

Anzeigenschluss: 30.09.2022
Druckunterlagenschluss: 07.10.2022
Erscheinungstermin: 28.10.2022



The screenshot shows a webpage from 'Versandhausberater.de' with a navigation menu and a main article titled 'Erfolgreiches Forderungsmanagement mit Lowell'. The article text includes:

Erfolgreiches Forderungsmanagement mit Lowell
 von Lowell Group

Offene Forderungen realisieren ohne die Kundenbeziehung zu belasten: Lowell setzt beim Forderungsmanagement stark auf neue, innovative Technologien – ohne jedoch den Faktor Mensch aus den Augen zu lassen

Lowell ist einer der führenden europäischen Anbieter im Forderungsmanagement. Ziel des Unternehmens ist es, für seine Kunden und für Konsumenten tragfähige Lösungen beim Umgang mit offenen Forderungen zu entwickeln. Dank umfangreicher Expertise in der Datenanalyse und dem ausgezeichneten Risikomanagement kann Lowell Onlineshop-Betreibern komplette Lösungen in allen Bereichen des Forderungsmanagements anbieten – vom Forderungskauf über Inkassodienstleistungen bis hin zur Ausgliederung von Geschäftsabläufen.

Bei der Zusammenarbeit mit Lowell ist das vorrangige Ziel der Kunden vor allem die Begleichung offener Forderungen. Gleichzeitig muss aber auch gewährleistet sein, dass genau diejenigen Konsumenten identifiziert werden können, bei denen weiterhin Umsatz generiert werden und die man als Kunde beibehalten möchte. Aus diesem Grund ist es wichtig bereits im Vorfeld sehr genau zwischen Indikatoren im Zusammenhang mit der Zahlungswilligkeit und -fähigkeit von Konsumenten zu differenzieren.

Lowell verfolgt dazu verschiedene Segmentierungsansätze und arbeitet an der Umsetzung einer optimalen Customer-Journey-Strategie, um auf Konsumenten individueller eingehen zu können. Die Kombination von Analytik mit digitalen Innovationen steht hier besonders im Fokus. „Bei Lowell investieren wir vor allem in digitale Datenlösungen für unsere Kunden um ihnen ein maßgeschneidertes Dienstleistungsangebot zu bieten. Der Einsatz von Big Data, künstlicher Intelligenz und differenzierte Kundensprachen werden das Forderungsmanagement in den nächsten Jahren drastisch verändern und vielfältige Anforderungen an die Systemlandschaft und Prozesse stellen. Wir bei Lowell wollen auf diese Entwicklung nicht nur optimal vorbereitet sein, sondern aktiv mitwirken“, so Sandra Trozowsky, Chief Sales Officer Lowell für die DACH-Region.

Data Innovation Hub bei Lowell: Advanced Analytics & eigenentwickelte Datenprodukte

Lowell verfügt über spezialisierte Abteilungen, welche innovative Ansätze im Zusammenhang mit Advanced Analytics und optimierter Datenbeschaffung sowie maßgeschneiderte Datenprodukte konzipieren, entwickeln und betreiben. Die multidisziplinären Teams, bestehend aus Statistikern, Physikern, Mathematikern, Informatikern und Volkswirtschaftlern entwickeln gemeinsam Lösungen für besonders anspruchsvolle, analytische Problemstellungen. Dabei geht es beispielsweise um Fragestellungen in Bezug auf Identifikation und Analyse des Wertbeitrags externer Datenquellen zur Effizienzsteigerung, die Entwicklung statistischer Modelle zur Prognose des Zahlungsverhaltens von Konsumenten sowie die Konzeption und Entwicklung von maßgeschneiderten Optimierungslösungen im Forderungsmanagement.

Lowell verfügt über marktführende Datenbestände: In Deutschland hat das Unternehmen Forderungen gegenüber einem von fünf Erwachsenen bearbeitet. Mit Hilfe innovativer Ansätze zur Kunden-Segmentierung und wissenschaftlicher Erkenntnisse aus dem Bereich „Behavioural Sciences“ optimiert Lowell die Kommunikation mit Ihren Konsumenten.

Durch stetige Investitionen in die Erweiterung des Bezugs von Verbraucherdaten aus internen und externen Datenquellen, kann das Zahlungsverhalten von Verbrauchern besser verstanden werden, so kann Lowell eine optimale Lösung finden, die in die persönliche Lebenssituation der Konsumenten passt.

Ausföhrliche Informationen über die Dienstleistungsangebote der Lowell Group erhalten Sie unter:
www.lowellgroup.de

Advertorial (Web)

Advertorial

Erfolgreiches Forderungsmanagement mit Lowell

Offene Forderungen realisieren ohne die Kundenbeziehung zu belasten: Lowell setzt beim Forderungsmanagement stark auf neue, innovative Technologien – ohne jedoch den Faktor Mensch aus den Augen zu lassen

Lowell ist einer der führenden europäischen Anbieter im Forderungsmanagement. Ziel des Unternehmens ist es, für seine Kunden und für Konsumenten tragfähige Lösungen beim Umgang mit offenen Forderungen zu entwickeln. Dank umfangreicher Expertise in der Datenanalyse und dem ausgezeichneten Risikomanagement kann Lowell Onlineshop-Betreibern komplette Lösungen in allen Bereichen des Forderungsmanagements anbieten – vom Forderungskauf über Inkassodienstleistungen bis hin zur Ausgliederung von Geschäftsabläufen.

Bei der Zusammenarbeit mit Lowell ist das vorrangige Ziel der Kunden vor allem die Begleichung offener Forderungen. Gleichzeitig muss aber auch gewährleistet sein, dass genau diejenigen Konsumenten identifiziert werden können, bei denen weiterhin Umsatz generiert werden und die man als Kunde beibehalten möchte. Aus diesem Grund ist es wichtig bereits im Vorfeld sehr genau zwischen Indikatoren im Zusammenhang mit der Zahlungswilligkeit und -fähigkeit von Konsumenten zu differenzieren.

Lowell verfolgt dazu verschiedene Segmentierungsansätze und arbeitet an der Umsetzung einer optimalen Customer-Journey-Strategie, um auf Konsumenten individueller eingehen zu können. Die Kombination von Analytik mit digitalen Innovationen steht hier besonders im Fokus. „Bei Lowell investieren wir vor allem in digitale Datenlösungen für unsere Kunden um ihnen ein maßgeschneidertes Dienstleistungsangebot zu bieten. Der Einsatz von Big Data, künstlicher Intelligenz und differenzierte Kundensprachen werden das Forderungsmanagement in den nächsten Jahren drastisch verändern und vielfältige Anforderungen an die Systemlandschaft und Prozesse stellen. Wir bei Lowell wollen auf diese Entwicklung nicht nur optimal vorbereitet sein, sondern aktiv mitwirken“, so Sandra Trozowsky, Chief Sales Officer Lowell für die DACH-Region.

Data Innovation Hub bei Lowell: Advanced Analytics & eigenentwickelte Datenprodukte

Lowell verfügt über spezialisierte Abteilungen, welche innovative Ansätze im Zusammenhang mit Advanced Analytics und optimierter Datenbeschaffung sowie maßgeschneiderte Datenprodukte konzipieren, entwickeln und betreiben. Die multidisziplinären Teams, bestehend aus Statistikern, Physikern, Mathematikern, Informatikern und Volkswirtschaftlern entwickeln gemeinsam Lösungen für besonders anspruchsvolle, analytische Problemstellungen. Dabei geht es beispielsweise um Fragestellungen in Bezug auf Identifikation und Analyse des Wertbeitrags externer Datenquellen zur Effizienzsteigerung, die Entwicklung statistischer Modelle zur Prognose des Zahlungsverhaltens von Konsumenten sowie die Konzeption und Entwicklung von maßgeschneiderten Optimierungslösungen im Forderungsmanagement.

Lowell verfügt über marktführende Datenbestände: In Deutschland hat das Unternehmen Forderungen gegenüber einem von fünf Erwachsenen bearbeitet. Mit Hilfe innovativer Ansätze zur Kunden-Segmentierung und wissenschaftlicher Erkenntnisse aus dem Bereich „Behavioural Sciences“ optimiert Lowell die Kommunikation mit Ihren Konsumenten.

Durch stetige Investitionen in die Erweiterung des Bezugs von Verbraucherdaten aus internen und externen Datenquellen, kann das Zahlungsverhalten von Verbrauchern besser verstanden werden, so kann Lowell eine optimale Lösung finden, die in die persönliche Lebenssituation der Konsumenten passt.

Ausföhrliche Informationen über die Dienstleistungsangebote der Lowell Group erhalten Sie unter:

www.lowellgroup.de

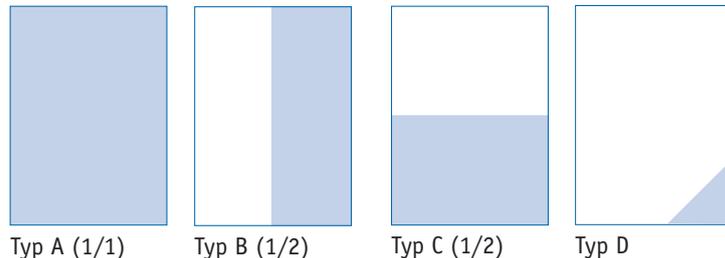


Advertorial (E-Paper)

Formate

Anzeige	Größe	Satzspiegel	Anschnitt	Preis
A	1/1 4c	166×265	210×297	3.050 Euro
B hoch	1/2 4c	83×265	105×297	2.450 Euro
C quer	1/2 4c	166×132,5	210×148,5	2.450 Euro
D Ecke	4c	Kantenlänge 90 mm	Diagonale 130 mm	950 Euro

Das Format Ecke ist auch auf Seite 1 buchbar gegen einen Platzierungszuschlag von 10 Prozent.



Sonderformate auf Anfrage

Bei Logo- und/ oder Anzeigenbuchung erhalten Sie automatisch Ihren kostenfreien Firmeneintrag.

Kommunikationsreichweite E-Retailer Jahrbuch 2023	
E-Mail (Sondernewsletter E-Book)	75.000 Empfänger
E-Mail (Sondernewsletter Webspecial)	75.000 Empfänger
Social-Media (LinkedIn, Xing, Facebook, Twitter, Instagram)	40.000 Kontakte
Webspecial, Plattformreichweite	11.000 UU/Monat
Downloads (E-Book)	mehrere tausend

Veranstaltung
Veranstaltung

BonitätskauKünfte/ Finanzdienstleistungen



EOS Deutschland GmbH
E-Mail: info@eos.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.eos.de

Unternehmens- und die Deutsche Messe Group (DMS) gehören 100 Prozent der EOS. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Geschäftsbereich: Anlagen, Betriebs, Anlagen, Anlagen

IDEAL-FULLSERVICE
E-Commerce

IDEAL-FULLSERVICE GmbH
E-Mail: info@ideal-fullservice.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.ideal-fullservice.de

Als führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Wir haben ein erfolgreiches Team. Wir haben ein erfolgreiches Team.

Lowell

Lowell Financial Services GmbH
E-Mail: info@lowell.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.lowell.de

Unternehmens- und die Deutsche Messe Group (DMS) gehören 100 Prozent der EOS. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Geschäftsbereich: Anlagen, Betriebs, Anlagen, Anlagen

REAL SOLUTION

REAL SOLUTION Inklusiv GmbH & Co. KG
E-Mail: info@real-solution.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.real-solution.de

Unternehmens- und die Deutsche Messe Group (DMS) gehören 100 Prozent der EOS. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Wir haben ein erfolgreiches Team. Wir haben ein erfolgreiches Team.

Call-Center (Ausstattung/ System/ Schulung)



AC Sippmayer GmbH
E-Mail: info@ac-sippmayer.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.ac-sippmayer.de

Unternehmens- und die Deutsche Messe Group (DMS) gehören 100 Prozent der EOS. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Geschäftsbereich: Anlagen, Betriebs, Anlagen, Anlagen

REAL SOLUTION

REAL SOLUTION Inklusiv GmbH & Co. KG
E-Mail: info@real-solution.de
Tel: +49 30 100 100
Web: www.real-solution.de

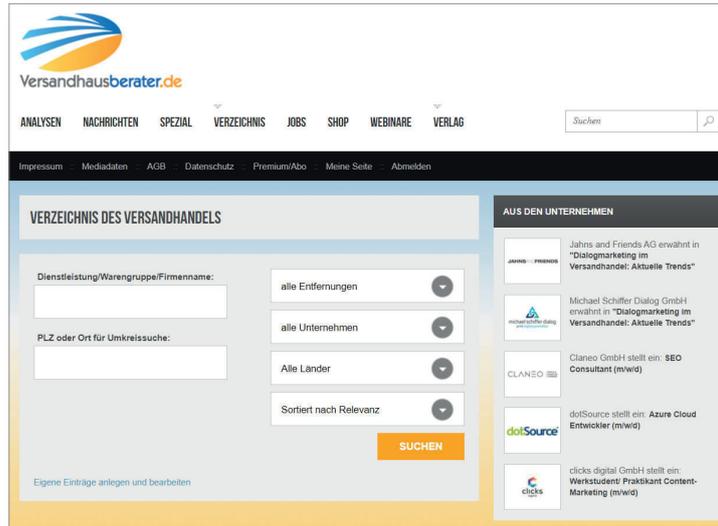
Unternehmens- und die Deutsche Messe Group (DMS) gehören 100 Prozent der EOS. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie. Die EOS-Gruppe ist ein führender Anbieter für 3D-Drucklösungen in der Industrie.

Wir haben ein erfolgreiches Team. Wir haben ein erfolgreiches Team.

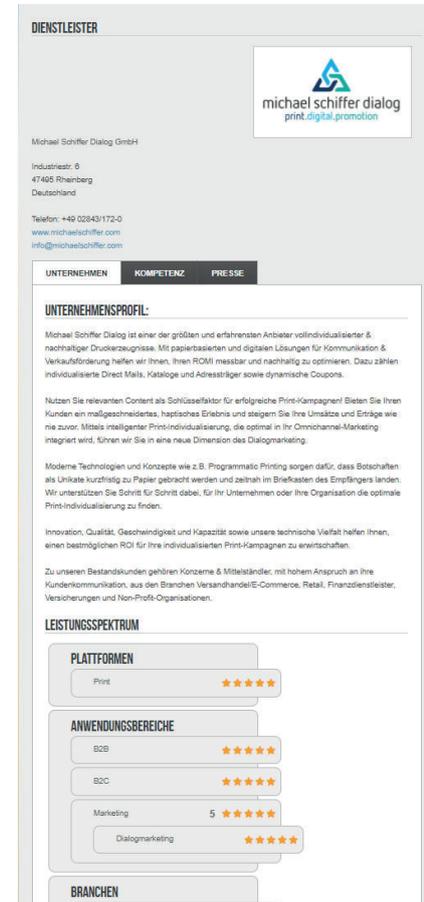
Verzeichnis des Versandhandels online

Die Online-Datenbank mit den Profilen von aktuell 2.440 Versandhandels-Dienstleistern und 5.150 Versandhändlern ist das größte Verzeichnis deutschsprachiger Versandhandelsunternehmen und wird tagesaktuell gepflegt. Sie ist als eigener Menüpunkt integriert auf Versandhausberater.de (Seitenaufrufe/Monat: 18.866*).

*Stand Juni 2021 via Matomo



The screenshot shows the website's search interface. At the top, there is a navigation menu with categories like ANALYSEN, NACHRICHTEN, SPEZIAL, VERZEICHNIS, JOBS, SHOP, WEBINARE, and VERLAG. Below the menu is a search bar with the text 'Suchen'. The main content area is titled 'VERZEICHNIS DES VERSANDHANDELS' and features several search filters: 'Dienstleistung/Warengruppe/Firmenname:', 'PLZ oder Ort für Umkreissuche:', 'alle Entfernungen', 'alle Unternehmen', 'Alle Länder', and 'Sortiert nach Relevanz'. A 'SUCHEN' button is located at the bottom right of the filter section. On the right side, there is a section titled 'AUS DEN UNTERNEHMEN' listing several companies with their logos and brief descriptions.



The screenshot shows the company profile for Michael Schiffer Dialog GmbH. The profile includes the company logo, contact information (address, phone, website, email), and a detailed description of the company's services. The description highlights their expertise in print and digital solutions, their commitment to sustainability, and their use of innovative technologies. The profile also features a 'LEISTUNGSSPEKTRUM' section with a bar chart showing the company's performance in various categories.

Dienstleister

michael schiffer dialog
print.digital.promotion

Michael Schiffer Dialog GmbH

Industriestr. 8
47495 Rheinberg
Deutschland

Telefon: +49 02843172-0
www.michaelschiffer.com
info@michaelschiffer.com

UNTERNEHMEN **KOMPETENZ** **PRESSE**

UNTERNEHMENSPROFIL:

Michael Schiffer Dialog ist einer der größten und erfahrensten Anbieter vollindividualisierter & nachhaltiger Druckerzeugnisse. Mit papierbasierten und digitalen Lösungen für Kommunikation & Verkaufsförderung helfen wir Ihnen, Ihren ROMI messbar und nachhaltig zu optimieren. Dazu zählen individualisierte Direct Mails, Kataloge und Adressblätter sowie dynamische Coupons.

Nutzen Sie relevanten Content als Schlüsselfaktor für erfolgreiche Print-Kampagnen! Bieten Sie Ihren Kunden ein maßgeschneidertes, haptisches Erlebnis und steigern Sie Ihre Umsätze und Erträge wie nie zuvor. Mittels intelligenter Print-Individualisierung, die optimal in Ihr Omnichannel-Marketing integriert wird, führen wir Sie in eine neue Dimension des Dialogmarketing.

Moderne Technologien und Konzepte wie z.B. Programmatic Printing sorgen dafür, dass Botschaften als Unikate kurzfristig zu Papier gebracht werden und zeitlich im Briefkasten des Empfängers landen. Wir unterstützen Sie Schritt für Schritt dabei, für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation die optimale Print-Individualisierung zu finden.

Innovation, Qualität, Geschwindigkeit und Kapazität sowie unsere technische Vielfalt helfen Ihnen, einen bestmöglichen ROI für Ihre individualisierten Print-Kampagnen zu erwirtschaften.

Zu unseren Bestandskunden gehören Konzerne & Mittelständler, mit hohem Anspruch an Ihre Kundenkommunikation, aus den Branchen Versandhandel/E-Commerce, Retail, Finanzdienstleister, Versicherungen und Non-Profit-Organisationen.

LEISTUNGSSPEKTRUM

PLATTFORMEN

Print ★★★★★

ANWENDUNGSBEREICHE

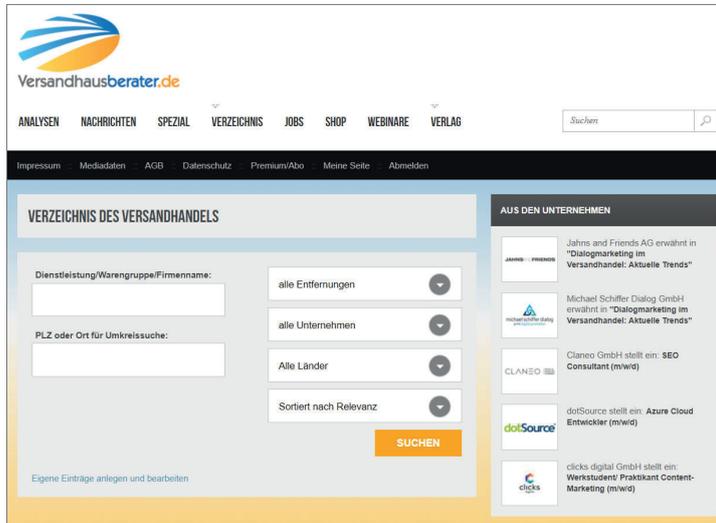
BCB ★★★★★

BCC ★★★★★

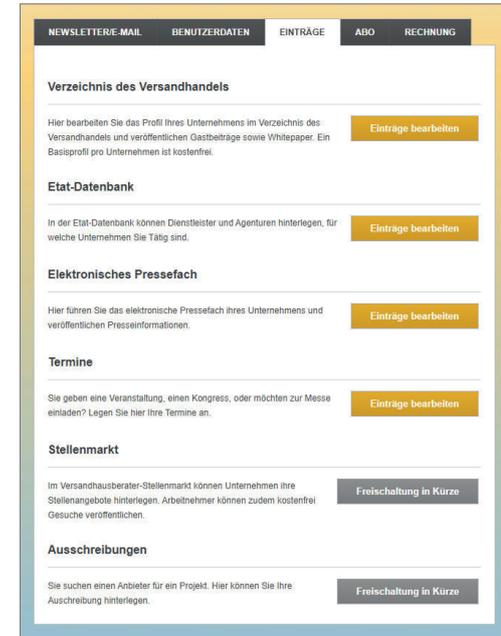
Marketing 5 ★★★★★

Dialogmarketing ★★★★★

BRANCHEN



The screenshot shows the website interface for 'Verzeichnis des Versandhandels'. At the top, there is a navigation menu with links for ANALYSEN, NACHRICHTEN, SPEZIAL, VERZEICHNIS, JOBS, SHOP, WEBINARE, and VERLAG. Below the navigation, there are search filters for 'Dienstleistung/Warengruppe/Firmenname:' and 'PLZ oder Ort für Umkreissuche:'. There are also dropdown menus for 'alle Entfernungen', 'alle Unternehmen', 'Alle Länder', and 'Sortiert nach Relevanz'. A 'SUCHEN' button is located at the bottom right of the search area. On the right side, there is a section titled 'AUS DEN UNTERNEHMEN' with a list of companies and their descriptions, including Jahrs and Friends AG, Michael Schäfer Dialog GmbH, CLANEO, dotSource, and clicks digital GmbH.



The screenshot shows the website interface for 'Verzeichnis des Versandhandels' with a list of categories and their descriptions. The categories are: 'Verzeichnis des Versandhandels', 'Etat-Datenbank', 'Elektronisches Pressefach', 'Termine', 'Stellenmarkt', and 'Ausschreibungen'. Each category has a description and a 'Einträge bearbeiten' button. The 'Verzeichnis des Versandhandels' category has a description: 'Hier bearbeiten Sie das Profil Ihres Unternehmens im Verzeichnis des Versandhandels und veröffentlichen Gastbeiträge sowie Whitepaper. Ein Basisprofil pro Unternehmen ist kostenfrei.' The 'Etat-Datenbank' category has a description: 'In der Etat-Datenbank können Dienstleister und Agenturen hinterlegen, für welche Unternehmen Sie Tätig sind.' The 'Elektronisches Pressefach' category has a description: 'Hier führen Sie das elektronische Pressefach Ihres Unternehmens und veröffentlichen Presseinformationen.' The 'Termine' category has a description: 'Sie geben eine Veranstaltung, einen Kongress, oder möchten zur Messe einladen? Legen Sie hier Ihre Termine an.' The 'Stellenmarkt' category has a description: 'Im Versandhausberater-Stellenmarkt können Unternehmen ihre Stellenangebote hinterlegen. Arbeitnehmer können zudem kostenfrei Gesuche veröffentlichen.' The 'Ausschreibungen' category has a description: 'Sie suchen einen Anbieter für ein Projekt. Hier können Sie Ihre Ausschreibung hinterlegen.'

Im Verzeichnis des Versandhandels online ist Ihr Firmeneintrag mit allem verknüpft, was Sie oder die Redaktion für Ihre Kunden und die Leser bereitstellen. Gleichzeitig ist Ihr Verzeichniseintrag die Basis für Ihren Eintrag im E-Retailer Jahrbuch 2022/2023.

Für Ihr Firmenbranding und Ihr Content-Marketing stellen wir Komplettpakete zur Verfügung (siehe Folgeseiten). Über ein zentrales Menü können Sie Ihren Firmeneintrag bearbeiten, Ihre Pressemitteilungen zum Abruf über Versandhausberater.de bereitstellen, Meldungen über gewonnene Etats verwalten, freie Stellen ausschreiben und auch Ausschreibungen online durchführen.

PremiumPlus-Mitgliedschaft

Versandhausberater PremiumPlusMitgliedschaft inklusive Premieeintrag
 Versandhandelsverzeichnis Online/ERetailer Jahrbuch

- E-Retailer Jahrbuch 2022/23: Ihr Firmenprofil / Ihr Logo / Ihr Link in 2 Kategorien
- Versandhandelsverzeichnis Online: Ihr Firmenprofil plus Ihr Logo plus Ihr Link inkl. Premiumpplatzierung innerhalb der einzelnen Rubriken www.versandhausberater.de/verzeichnis
- Ihr Logo erscheint automatisch zum passenden Versandhausberater-Content auf www.versandhausberater.de
- Ihre PR-Präsenz auf Nachrichten/aus den Unternehmen auf www.versandhausberater.de/presseinformation
- Ihre Whitepaperpräsenz auf www.versandhausberater.de/whitepaper
- Ihre automatischen Stellenmarktpräsenzen inklusive Premiumpplatzierung auf versandhausberater.de/jobs
- 5% zusätzlicher Rabatt auf alle weiteren Schaltungen in den Ausgaben von Versandhausberater und Versandhausberater Special, auf Versandhausberater.de sowie im ERetailer Jahrbuch
- Versandhausberater per Post, Zugriff auf alle Online-Beiträge der Redaktion

Paketpreis **995 Euro** pro Jahr

Gold-Mitgliedschaft

Alle Vorteile der Versandhausberater PremiumPlus-Mitgliedschaft.

Zusätzlich

- ERetailer Jahrbuch 2022/23: 1/1 Seite 4C Anzeige oder Advertorial nach Ihrer Wahl, auf Wunsch auch jeweils ½ Seite Anzeige und Advertorial
- Ihr Advertorial erscheint zusätzlich als Web-Advertorial auf Versandhausberater.de und wird im Versandhausberater-Newsletter gefeatured
- 7,5% statt 5% zusätzlicher Rabatt auf alle weiteren Schaltungen

Paketpreis **2.995 Euro** pro Jahr

Awards. Wir zeigen, wer die Besten sind.

Menschen wollen sich messen. Dieses jahrtausendealte Bedürfnis macht natürlich auch vor der Digitalbranche nicht halt. Nicht nur deswegen haben die von iBusiness, ONEtoONE und Versandhausberater seit Langem durchgeführten Branchen-Awards ein von Jahr zu Jahr wachsendes Interesse in den jeweiligen Zielmärkten.

Das Konzept, nicht nur kleine Shortlists mit den üblichen Verdächtigen zur Publikumswahl zu stellen, machen Märkte nicht nur an der Spitze, sondern in ihrer ganzen kompetenten Breite transparenter. Die differenzierten Vorschlaglisten mit 42 Kandidatinnen und Kandidaten zeigen Branchen in ihrem ganzen diversen Spektrum. Ob Frau oder Mann, ob LGBT-Aktivisten, Vegan-, Öko- oder Fairtrade-Shopbetreiber, ob Marketing-Gurus oder Technik-Nerds: Sie alle finden auf den Wahlvorschlägen unserer Jurys Platz. Selbst Vertreter multinationaler Konzerne und internationaler Brands sowie überregionaler Branchenberühmtheiten finden neben VisionärInnen und lokalen Aktivisten ihren Platz.

Alle Shortlists und die Berichterstattung über die Award-Gewinner werden crossmedial publiziert und liefern so viele Touchpoints für Ihr Pitchmarketing:

Als **Onlinespecials** sind sie auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de abrufbar. Sowohl die Voting-Seiten als auch die Berichterstattung über die Award-Gewinner produzieren monatlich viele tausend Abrufe und eine hohe SEO-Platzierung. Tausende von Stimmen für die Kandidatinnen und Kandidaten beweisen den hohen Interaktionsgrad einer jeden Award-Kampagne.

Bei Start eines jeden Awards sorgen hochauflagige **E-Mail-Sondernewsletter** – (Gesamtauflage je Versand: 75.000 Empfänger) zusammen mit der begleitenden redaktionellen Berichterstattung für hohe Awareness.

Zusätzlich werden die Rankings über die Social-Media-Kanäle aller unserer Medien kommuniziert. Insgesamt erreichen die vielen Tweets, Posts und Memes unserer Medien während der Award-Laufzeit rund 1,6 Millionen eigene Kontakte.

Dass die Kandidatinnen und Kandidaten zur Bewerbung ihrer persönlichen Platzierung ebenfalls für Social-Media-Buzz über die jeweils eigenen Kanäle sorgen, führt dazu, dass die Social-Media-Gesamtreichweite hier deutlich höher liegt.

In den **Print-Publikationen** iBusiness Executive Summary, ONEtoONE und Versandhausberater erscheint Ihre Anzeige und Ihr Sponsoren-Logo immer direkt in Verbindung mit der Shortlist beziehungsweise der Gewinner-Berichterstattung und erhält so mehrfach eine hohe Aufmerksamkeit in der jeweiligen Fachöffentlichkeit.

In den **Digitalausgaben** von iBusiness Executive Summary, ONEtoONE und Versandhausberater sowie (beim Katalog des Jahres) im E-Retailer Jahrbuch erscheint Ihre Anzeige und Ihr Sponsoren-Logo immer direkt in Verbindung mit der Shortlist beziehungsweise der Gewinner-Berichterstattung und erhält so mehrfach eine hohe Aufmerksamkeit in der jeweiligen Fachöffentlichkeit und eine lange Standzeit, weil alle E-Paper online unlimitiert zur Verfügung stehen.

Zusätzlich können Sie durch das (optionale) sponsern von **Gewinnen für die Teilnehmer** für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen. Wo es sich anbietet, können Sponsoren bei einzelnen Nominierten ihr **Logo platzieren**: Shopsoftware-Anbieter beispielsweise bei Shop-Betreibern, die ihre Software einsetzen, Toolhersteller bei Marketingköpfen, die für ihre Technologie stehen, Druckdienstleister und Agenturen bei von ihnen produzierten Katalogen.

ONEtoONE 09/2020
COMMUNITY
43



Sebastian Boman
Director User Experience & Customer Intelligence bei Blue GmbH

Nachdem Sebastian im August vergangenen Jahr von iB2G Blue übernommen wurde, hat er sich jetzt als Director User Experience & Customer Intelligence bei Blue zum Geschäftsführer in seiner Abteilung machen. Sebastian sieht kein Ende an anderen in der Branche für die mehr Ausbreitung von Kundenreisen.



Sarah Brossel
Chief Sales and Development Officer bei Blue GmbH

Seit ihr vor zwei Monaten der Mitbegründerin von iB2G Blue, Sarah Brossel, hat sie sich als Chief Sales and Development Officer bei Blue übernommen. Sarah ist sehr stolz auf die großartige Arbeit der iB2G-Offiziere und die großartige Arbeit von CEO und Marketing bei Blue. Sarah ist sehr stolz auf die Arbeit der iB2G-Offiziere und die großartige Arbeit von CEO und Marketing bei Blue.



Jergend Borkowski
Geschäftsführer bei Sportler

Der Sportler-Geschäftsführer Jergend Borkowski ist ein großer Online-Order für Sportler und hat sich als Geschäftsführer bei Sportler übernommen. Jergend Borkowski ist ein großer Online-Order für Sportler und hat sich als Geschäftsführer bei Sportler übernommen.



Sebastian Dübbers
Head of International E-Commerce bei Blue GmbH & Co. KG

Bei Amazon war Sebastian auf der Rückzug für die Amazon-Abteilung und hat sich jetzt als Head of International E-Commerce bei Blue GmbH & Co. KG übernommen. Sebastian sieht kein Ende an anderen in der Branche für die mehr Ausbreitung von Kundenreisen.



Stefan Ebert
Geschäftsführer bei hoptone connect GmbH & Co. KG

Stefan hat vor zwei Jahren zusammen mit Hugo Schneiderhagen die hoptone connect GmbH & Co. KG gegründet. Stefan hat vor zwei Jahren zusammen mit Hugo Schneiderhagen die hoptone connect GmbH & Co. KG gegründet.



Miss Eberhard
Head of Product bei Mail Order GmbH & Co. KG

Miss Eberhard ist eine sehr talentierte Online-Order-Marketing-Expertin für die Mail Order GmbH & Co. KG. Miss Eberhard ist eine sehr talentierte Online-Order-Marketing-Expertin für die Mail Order GmbH & Co. KG.



Ingrid Gumpert-Horn
Inhaberin bei Blue Fashion & Co. KG

Ingrid Gumpert-Horn ist die Inhaberin von Blue Fashion & Co. KG. Ingrid Gumpert-Horn ist die Inhaberin von Blue Fashion & Co. KG.



Robert Heilmann
Geschäftsführer bei Blue Commerce GmbH

Robert ist der Geschäftsführer der Blue Commerce GmbH für den DACH-Raum. Robert ist der Geschäftsführer der Blue Commerce GmbH für den DACH-Raum.



Sarah Janke
Local Head of Tech School of Digital Integration in Munich

Sarah ist die lokale Head of Tech School of Digital Integration in München. Sarah ist die lokale Head of Tech School of Digital Integration in München.



Nelli Kator
Geschäftsführerin bei Mission-Kolle bei Blue GmbH & Co. KG

Nelli Kator ist die Geschäftsführerin der Mission-Kolle bei Blue GmbH & Co. KG. Nelli Kator ist die Geschäftsführerin der Mission-Kolle bei Blue GmbH & Co. KG.

ONEtoONE

NEW MARKETING MANAGEMENT

Liebe Leserin, lieber Leser

Ich habe eine Bitte an Sie: Helfen Sie mir, aus den zweisündigsten spannendsten, innovativsten, engagiertesten, kühnsten E-Commerce-Expansions- und Onlinehandlungen den oder die "E-Retailer des Jahres 2022" herauszufinden.

Machen Sie noch diese Woche mit beim Expertenrat, das wir in Zusammenarbeit mit dem BEVH und gesponsert durch dotSource organisieren. Ihre Vorteile:

- Sie helfen mit, die richtigen E-Retailer des Jahres zu finden.
- Das sorgt für gute Nachrichten in unserer Branche, die natürlich gute Nachrichten für Sie sind.
- Sie bringen Ihre Expertise ein. Und gewinnen können Sie auch.

Als Dankeschön für Ihre Teilnahme verlosen wir unter allen (1), die bis zum 4. Oktober 2022 ihre Stimme abgegeben haben, insgesamt 60 Preise im Gesamtwert von über 12.500 Euro (Recht und Logistik sind wie immer ausgeschlossen, nicht gewinnen können außerdem Mitarbeiter von dotSource und das HighText-Verlags, sowie die Hommies). Zu gewinnen gibt es Tickets zu E-Commerce-Veranstaltungen, E-Commerce-Studiengänge und Crossmedia-Jahresvertragsgeschäften aus dem HighText-Verlag.

Klicken Sie jetzt hier und machen Sie mit:

Jetzt voten und gewinnen

Danke für Ihre Mühe!

Joachim Graf

Herausgeber



Wir informieren Sie auf Basis der Geschäftsbeziehung Ihres Unternehmens zum HighText Verlag. Sollten Sie keine weitere Basis mehr zum Thema "ONEtoONE" vorliegen, werden wir Ihre Daten löschen. Sie können sich mit diesem [Link](#) für den Bezug abmelden.

Kontakt:
HighText Verlag GmbH und Tradlin OHG
Schulhausweg 5
80387 München
Deutschland
Telefon: +49 (89) 578 387-0
Telefax: +49 (89) 578 387-99
E-Mail: kontakt@hightext.de
URL: www.hightext.de

Widerrufkontakt:
Telefon: +49 (89) 578 387-70
E-Mail: msd@hightext.de

Handelsregister München HRB 72216
Stammnummer: FA München, 1420203922
Umsatzsteuer-ID: DE 3249392
Geschäftsführer: Joachim Graf (50%) und Daniel Tradlin (50%)

Verantwortlich:
Joachim Graf (Präsident)
Daniel Tradlin (Anzeiger)

COMMUNITY

Mitwählen beim Publikumsaward



Wer wird E-Retailer des Jahres?

Wer sind die spannendsten, interessantesten, einflussreichsten Menschen im deutschsprachigen E-Commerce? Aus mehreren hundert Vorschlägen hat unsere Jury über 42 Männer und Frauen ausgewählt. Jetzt ist Ihre Fachkompetenz gefragt: Machen Sie mit bei unserem großen Onlinevoting und gewinnen Sie Preise im Wert von rund 12.500 Euro.



COMMUNITY

Mitwählen und Preise im Wert von rund 15.000 Euro gewinnen



Können Sie den Preisnamen und die Preise im Wert von rund 15.000 Euro gewinnen?



Award	Melde-Start	Voting/ Jury	Prämierung	Inhalt
E-Retailer des Jahres 2022	10.06.2022	12.08.2022	11.10.2022	Nach einer freien Vorschlag-Runde wählt eine JURY aus sämtlichen Vorschlägen die 42 Köpfe aus, die für den deutschsprachige E-Commerce in den vergangenen 12 Monaten besonders bestimmend waren – oder wer mit dem eigenen Shop besonders richtungweisende Arbeit geleistet hat. Diese Shortlist wird in iBusiness Executive Summary, ONEtoONE und Versandhausberater veröffentlicht. Anschließend startet das Publikumsvoting. Die Preisträger werden in iBusiness Executive Summary, ONEtoONE sowie im Versandhausberater/E-Retailer Jahrbuch veröffentlicht.

Kommunikationsreichweite Awards	
E-Mail-Kampagne (Einreichung Vorschläge)	ca. 10.000 Empfänger
E-Mail-Kampagne (Sondernewsletter Voting-Start)	75.000 Empfänger
E-Mail-Kampagne (Sondernewsletter Voting-Schlusspurt)	75.000 Empfänger
E-Mail (Newsletter, Votingaufrufe)	kombiniert ca. 150.000 Empfänger
E-Mail-Kampagne (Sondernewsletter Sieger)	75.000 Empfänger
Social Media (Kampagne und EinzelkandidatInnen-Promotion auf Xing, LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram)	kombiniert rund 500.000 Accounts
Web (Voting-Page)	ca. 100.000 Abrufe
Downloads (E-Book)	mehrere tausend
Print-Auflage	kombiniert ca. 15.000 Exemplare
2 x virtuelles Expertenforum Programmatic Printing	2 x mehrere hundert Leads



Die Sponsoring-Pakete

	Silber	Gold	Diamant
Vorschlagsrecht für die Shortlist	Ja	Ja	Ja
Möglichkeit, Teilnehmergewinne zu sponsern	Ja	Ja	Ja
Textliche Erwähnung in der Kommunikation	Ja	Ja	Ja
Online-Logo Fuß Sondernewsletter	Ja	Ja	Ja
(Plattform-)Logo bei Shortlist-Nominierten	3	unbegrenzt	unbegrenzt
Onlinepräsentation bei der Publikumswahl auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de*	Fuß	Top	exklusiv
Sponsoringbanner in Sondernewsletter	-	Ja	exklusiv
Jurymitgliedschaft inklusive Personennennung online	-	eine Person	drei Personen
Eigener Sonder-Award möglich	-	-	Ja
Anzeige Shortlist-Publikation jeweils in iBusiness Executive Summary, ONEtoONE, Versandhausberater/E-Retailer Jahrbuch	-	1/2 Seite	1/1 Seite
Anzeige Gewinner-Veröffentlichung jeweils in iBusiness Executive Summary, ONEtoONE, Versandhausberater/E-Retailer Jahrbuch	-	1/2 Seite	1/1 Seite
Paket	1.950,-	5.950,-	19.950,-

* bei „Marketingkopf des Jahres“ und „E-Retailer des Jahres“ im Publikumsvoting, beim „Katalog des Jahres“ Präsentation während der Preisverleihung

iBusiness Dienstleisterverzeichnis - Ihre Einträge

Ihr Eintrag im iBusiness Dienstleisterverzeichnis



Sommer & Co. GmbH
Dienstleister

-  Eintrag bearbeiten
-  Whitepaper, Gastbeiträge, Firmeninformation und Video
-  Eintrag ist freigegeben. Klick: Sperren
-  Eintrag löschen

Whitepaper Gastbeiträge Firmeninformation Video

[+ Neuen Gastbeitrag anlegen](#)

Finde den perfekten Erklärvideo-Stil für deine Marke	   
11.02.2021 - 11.02.2021	Redaktionsfreigabe: <input checked="" type="checkbox"/> Abrufe: 103
Die 25 besten Imagefilm Beispiele	   
16.11.2020 - 16.11.2020	Redaktionsfreigabe: <input checked="" type="checkbox"/> Abrufe: 249
Die 30 besten Erklärvideo Beispiele	   
15.11.2020 - 15.11.2020	Redaktionsfreigabe: <input checked="" type="checkbox"/> Abrufe: 231

Branding

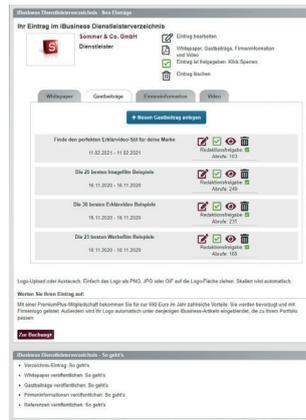
PREMIUM ENTERPRISE

PremiumPlus Enterprise

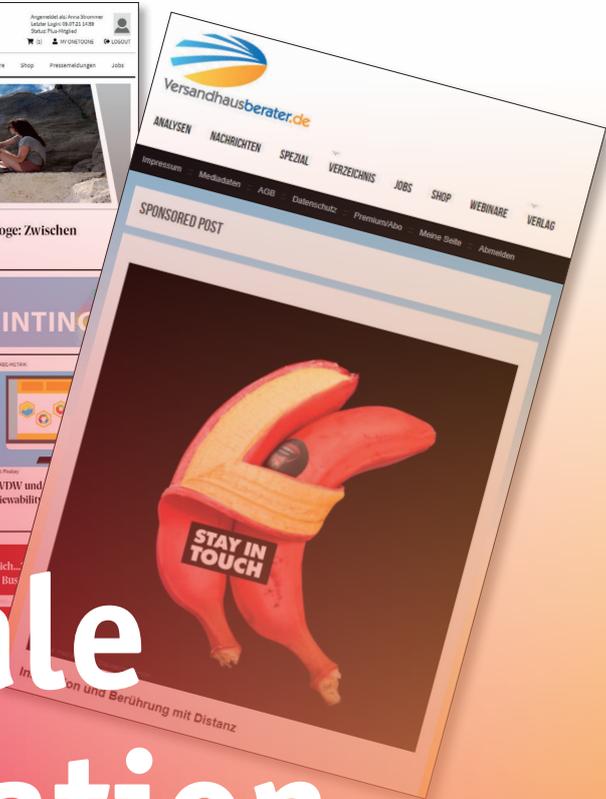
PremiumPlus Enterprise ist das Sichtbarkeits-Paket für Ihr Unternehmen auf drei Plattformen: Mit Eintrag im Businessguide (Online und Print in ONEtoONE) sowie Publikation von Gastbeiträgen, Presseinformationen, Whitepaper und Firmeninformationen auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de. In Suchergebnissen vom Businessguide und im Stellenmarkt auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de wird Ihr Unternehmen bevorzugt gelistet. Darüber hinaus verlinken wir Ihr Unternehmen bei allen redaktionellen Erwähnungen auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de zum Dienstleister-Profil und blenden Logo und Kurzinfo unterhalb passender redaktioneller Beiträge auf iBusiness.de, ONEtoONE.de und Versandhausberater.de ein.

Sämtliche Kommunikationsleistungen für Ihr Unternehmen können Sie bequem an einer Stelle pflegen. Was Sie auf einer Plattform ändern ist sofort auch auf allen Plattformen sichtbar.

Komplettpreis:
1.998,- Euro/Jahr



Leistungen	Plattformen
Premium-Zugriff online*	alle
Alle Print-Ausgaben*	alle
Stellenmarkt-Listung mit Logo & Priorität	alle
Stellenmarkt-Jobcrawler täglich	alle
Logo-Rotation Startseite	iBusiness
Dienstleisterverzeichnis: Doppelt so großes Leistungsspektrum eintragbar (300 statt 150 Punkte)	alle
Firmenlogo bei passenden redaktionellen Beiträgen	alle
Pressefach für Presseinformationen	alle
Distribution von Pressemitteilungen	alle
Gastbeiträge, Whitepaper, Pressemitteilungen veröffentlichen	alle
Dienstleisterverzeichnis: Freischaltung	alle
Dienstleisterverzeichnis: Logo & Video	alle
Dienstleisterverzeichnis: PDF-Upload	alle
Dienstleisterverzeichnis: Bevorzugte Listung	alle
10% Rabatt auf Medialeistungen	alle
Medienbeobachtung und Media Analytics	alle
Eintrag im Business Guide von ONEtoONE (Print)	ONEtoONE
Dienstleisterprofil im Verzeichnis des Versandhandels	Versandhausberater



Crossmediale Kommunikation

iBusiness ist der Thinktank für Zukunftsforschung für interaktive Medien, disruptive Märkte und Digitale Transformation. Mit eigenen Markterhebungen, Rankings und Szenarienentwicklungen erforscht iBusiness Märkte und bereitet das mit ausführlich recherchierten Zukunftsanalysen, Szenarien und konkreten Handlungsempfehlungen für Entscheider auf C-Level auf.

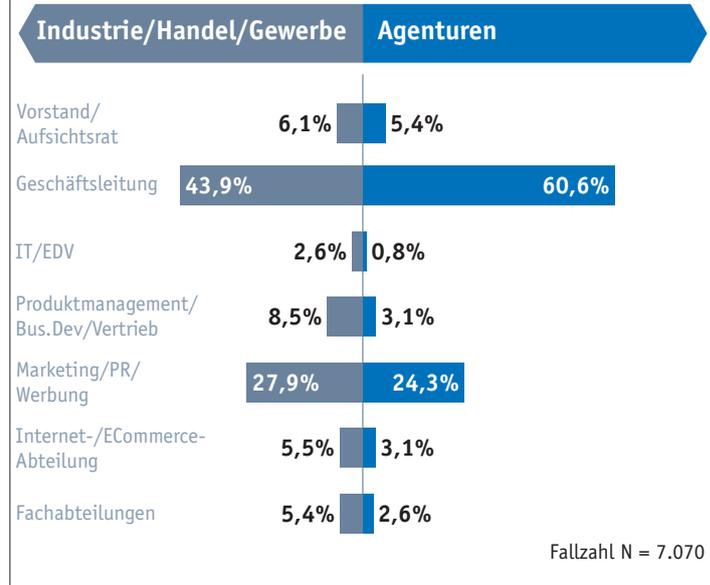
Reichweite

Zielgruppe sind strategische Entscheider, die in sich schnell verändernden Märkten quasi ein strategisches GPS-System brauchen, um die richtigen Entscheidungen für ihr Unternehmen treffen zu können.

Unternehmen der digitalen Wirtschaft sowie des Online- und Präsenzhandels bilden die Branchenschwerpunkte der über 41.000 registrierten iBusiness-Nutzer. Die Top 1.000 des deutschen E-Commerce sowie jeweils die Top 250 des österreichischen sowie des schweizerischen Onlinehandels gehören hier hinzu. Das starke Engagement von iBusiness im Themenfeld E-Commerce ist der Grund für diese überdurchschnittliche Repräsentation. Rund zwei Fünftel der iBusiness-Nutzer stammen aus dem Dienstleister-Umfeld: Hier sind es vor allem die Entscheider in Digitalagenturen und digitalnahen Dienstleistern. Bei den Entscheidern aus den Bereichen Industrie, Mittelstand, Handel und Markenartiklern (insgesamt 48 Prozent der Nutzer) sind es die Verantwortlichen für New Business Development, Digitale Transformation, Marketing und E-Commerce, die iBusiness als ihren persönlichen Zukunftsforscher nutzen.

Während bei den Dienstleistern die überwiegende Zahl der iBusiness-Nutzer aus KMUs stammt (entsprechend der normalen Größenverteilung in der digitalen Wirtschaft) wird auf Industrieseite iBusiness gerade im Bereich der Großunternehmen häufig genutzt. So arbeitet jeder fünfte iBusiness-Nutzer aus Industrie/Handel/Gewerbe in einem Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern, jeder vierte in einem Unternehmen mit mehr als 100 Mio. Euro Jahresumsatz.

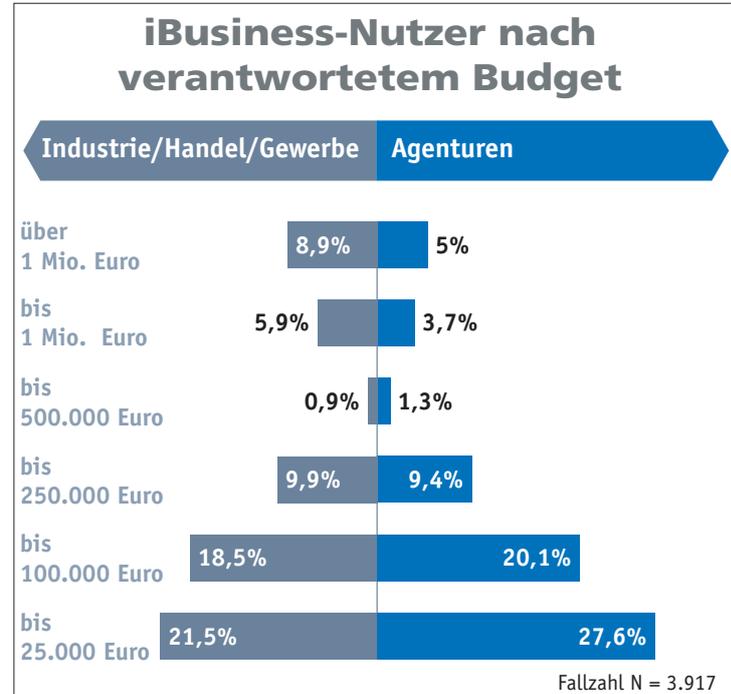
iBusiness-Nutzer nach Abteilung/ Position im Unternehmen



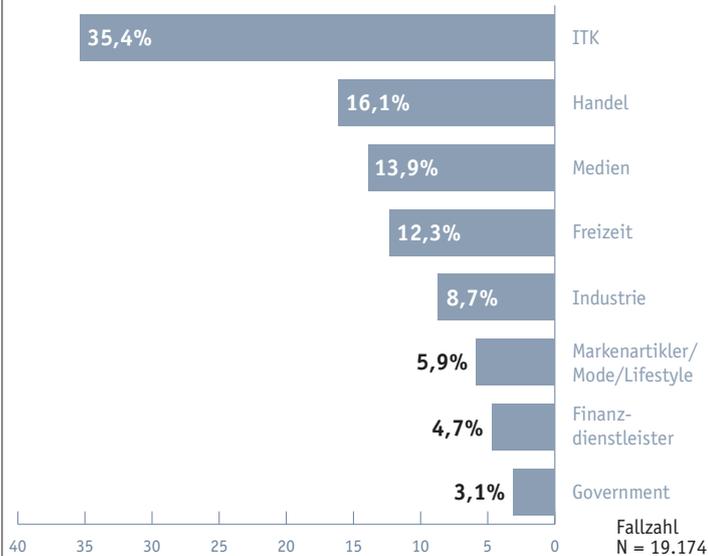
iBusiness ist aufgrund seiner inhaltlichen Ausrichtung auf Zukunftsforschung in interaktiven und konvergenten Märkten ausschließlich für Nutzer interessant, die sich für strategische Informationen interessieren: Bei den Nutzern aus Industrie, Handel und Gewerbe ist die Hälfte (50 Prozent) aus der ersten Führungsebene. Noch höher ist der Führungsebenen-Anteil bei den Dienstleistern. Hier stammen zwei Drittel (66 Prozent) der iBusiness-Nutzer aus der ersten Führungsebene.

Da die Mehrheit der iBusiness-Nutzer Geschäftsführer, Aufsichtsräte und Vorstände in ihren Unternehmen sind, ist es logisch, dass sie auch die Budgetentscheidungen im Unternehmen treffen. Auf Unternehmensseite sind 85 Prozent der iBusiness-Nutzer an der Budgetentscheidung beteiligt, 69 Prozent sogar maßgeblich, hauptverantwortlich oder allein, bei Dienstleistern sind es knapp 90 Prozent.

15 Prozent der Industrie- und neun Prozent der Agentur-Nutzer auf iBusiness verantworten nach eigenen Angaben Budgets von mehr als einer halben Million Euro im Jahr. Jeder elfte iBusiness-Nutzer auf Unternehmensseite verantwortet ein Budget von einer Million Euro im Jahr und mehr. Hochgerechnet entscheiden die iBusiness-Nutzer insgesamt über Investitionen von rund zehn Milliarden Euro pro Jahr.

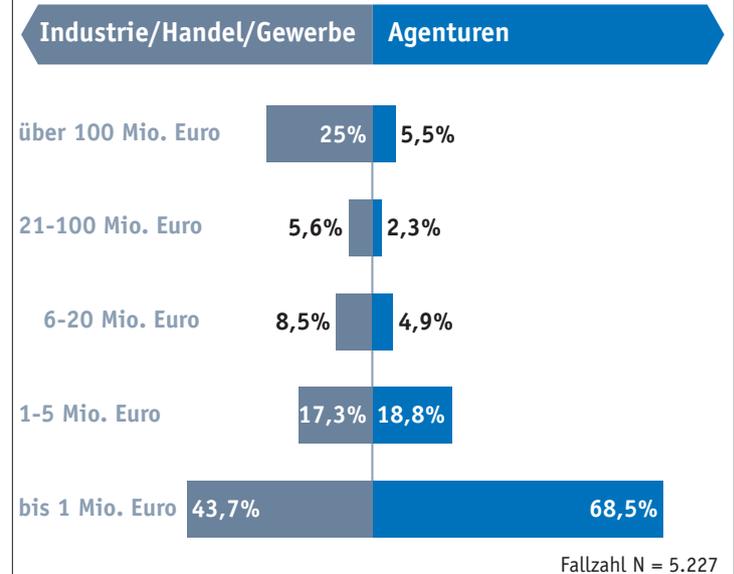


iBusiness-Nutzer nach Branchen



Unternehmen der digitalen Wirtschaft sowie des Online- und Präsenzhandels bilden die Branchenschwerpunkte der über 41.000 registrierten iBusiness-Nutzer. Die Top 1.000 des deutschen E-Commerce sowie jeweils die Top 250 des österreichischen sowie des schweizerischen Onlinehandels gehören hier hinzu (Teil von „Handel“). Die Zahlen aller Charts stammen aus den Selbstauskünften der Nutzer.

iBusiness-Nutzer nach Unternehmens-Umsatz



Während bei den Dienstleistern die überwiegende Zahl der iBusiness-Nutzer aus mittelständischen und kleinen Unternehmen stammt (entsprechend der normalen Größenverteilung in der digitalen Wirtschaft), wird auf Industrieseite iBusiness gerade im Bereich der Großunternehmen häufig genutzt.

iBusiness.de

Auf iBusiness.de schalten wir auf den Bannerplätzen ausschließlich Ihre hochwertigen Kampagnen. Ist keine Kampagne gebucht, bleibt der Werbeplatz leer oder wird, je nach Position, mit redaktionellen Inhalten belegt. Damit erhalten wir die Aufmerksamkeit unserer Leser für die Werbung und vermeiden Gewöhnungseffekte.

Leaderboard (BxH 728x90px) pro Woche	810 Euro
Rectangle (BxH 300x250px) pro Woche	375 Euro
Skyscraper (BxH 160x600px) pro Woche	410 Euro
Hockystick pro Woche (Leaderboard BxH 540x60 plus Skyscraper BxH 210x1.000px)	1.050 Euro

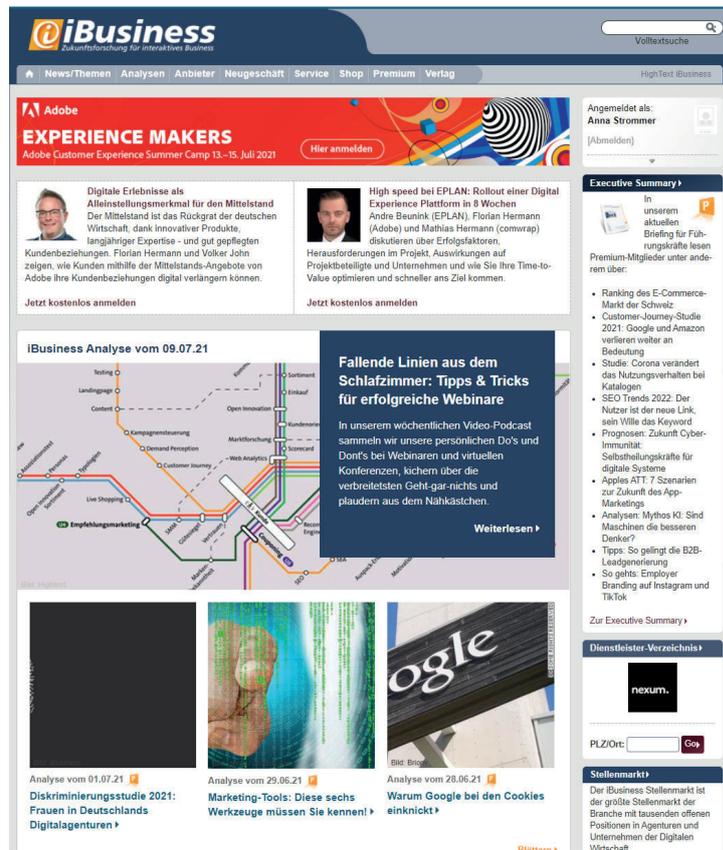
Das Angebot umfasst mindestens 30% der verfügbaren Page Impressions des jeweiligen Anzeigenplatzes in Rotation, Streuung bestmöglich mit Frequency Cap. Exklusivbuchung (100% der Page Impressions im Zeitraum): 100% Aufschlag.

Aktuelle Nutzungsdaten

14.508 Unique User/Woche*

24.602 Page Impressions/Woche*

* Stand: 7.3.2021



iBusiness
Zukunftsforschung für interaktives Business

Volltextsuche

News/Themen | Analysen | Anbieter | Neugeschäft | Service | Shop | Premium | Verlag

HighText Business

Angemeldet als: **Anna Strommer**
[Abmelden]

Executive Summary

In unserem aktuellen Briefing für Führungskräfte lesen Premium-Mitglieder unter anderem über:

- Ranking des E-Commerce-Markt der Schweiz
- Customer-Journey-Studie 2021: Google und Amazon verlieren weiter an Bedeutung
- Studie: Corona verändert das Nutzungsverhalten bei Katalogen
- SEO Trends 2022: Der Nutzer ist der neue King, sein Wille das Keyword
- Prognosen: Zukunft Cyber-Immunität: Selbstheilungskräfte für digitale Systeme
- Apples AI: 7 Szenarien zur Zukunft des App-Marketings
- Analysen: Mythos KI: Sind Maschinen die besseren Designer?
- Tipps: So gelingt die B2B-Leadgenerierung
- So geht's: Employer Branding auf Instagram und TikTok

Zur Executive Summary

Dienstleister-Vorzeichnis

nexum.

PLZ/Ort:

Stellenmarkt

Der iBusiness Stellenmarkt ist der größte Stellenmarkt der Branche mit tausenden offenen Positionen in Agenturen und Unternehmen der Digitalen Wirtschaft

Adobe EXPERIENCE MAKERS
Adobe Customer Experience Summer Camp 13.-15. Juli 2021 [Hier anmelden](#)

Digitale Erlebnisse als Alleinstellungsmerkmal für den Mittelstand
Der Mittelstand ist das Rückgrat der deutschen Wirtschaft, dank innovativer Produkte, langjähriger Expertise - und gut gepflegten Kundenbeziehungen. Florian Hermann und Volker John zeigen, wie Kunden mithilfe der Mittelstands-Angebote von Adobe Ihre Kundenbeziehungen digital verlängern können.
[Jetzt kostenlos anmelden](#)

High speed bei EPLAN: Rollout einer Digital Experience Plattform in 8 Wochen
Andre Beunin (EPLAN), Florian Hermann (Adobe) und Mathias Hermann (comwrap) diskutieren über Erfolgsfaktoren, Herausforderungen im Projekt, Auswirkungen auf Projektbeteiligte und Unternehmen und wie Sie Ihre Time-to-Value optimieren und schneller ans Ziel kommen.
[Jetzt kostenlos anmelden](#)

iBusiness Analyse vom 09.07.21

Fallende Linien aus dem Schlafzimer: Tipps & Tricks für erfolgreiche Webinare

In unserem wöchentlichen Video-Podcast sammeln wir unsere persönlichen Do's und Don'ts bei Webinaren und virtuellen Konferenzen, kichern über die verbreitetsten Geht-gar-nichts und plaudern aus dem Nähkästchen.

[Weiterlesen](#)

Analyse vom 01.07.21
Diskriminierungsstudie 2021: Frauen in Deutschlands Digitalagenturen

Analyse vom 29.06.21
Marketing-Tools: Diese sechs Werkzeuge müssen Sie kennen!

Analyse vom 28.06.21
Warum Google bei den Cookies einknickt

Newsletteranzeigen

Der Newsletter „iBusiness Daily“ erscheint täglich. Ebenfalls täglich erscheint mindestens eine tiefgehende Analyse sowie fünf bis zehn aktuelle Meldungen (die auch für Nicht-Mitglieder frei abrufbar sind).

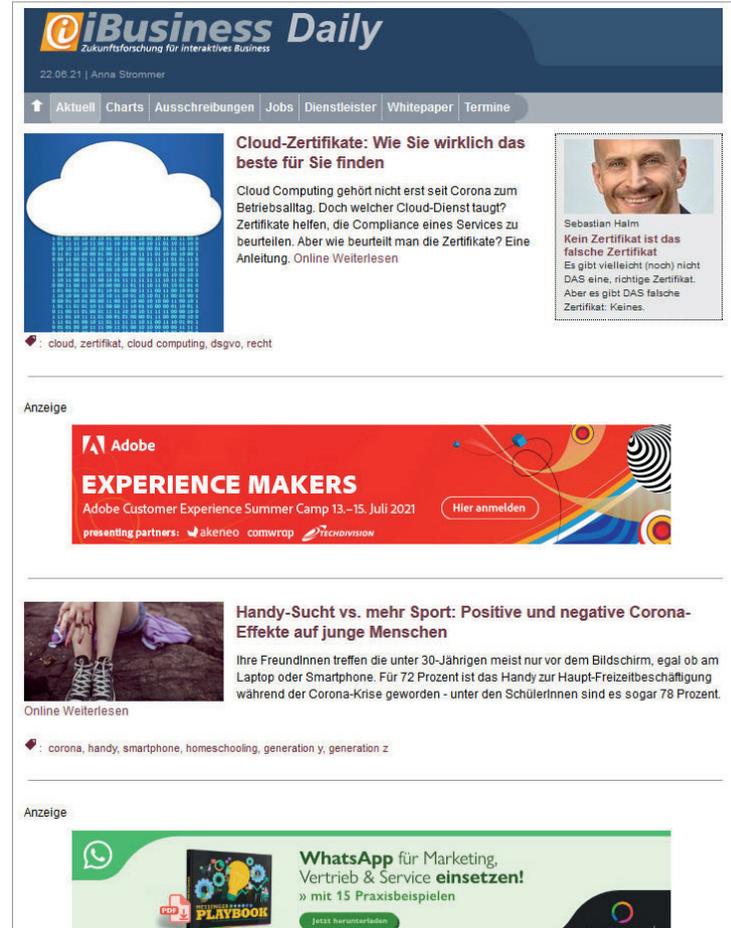
Der Newsletter „iBusiness Daily“ erreicht wöchentlich (5x15.000) rund 75.000 Kontakte. Abonnenten aus den Marketing- und ECommerce-Abteilungen der Wirtschaft sowie Agentur-Entscheider bilden zwei etwa gleich starke Empfänger-Zielgruppen.

Premium-Platzierung (1. Anzeige im Newsletter, BxH 600x120px oder 390 Anschläge Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

iBusiness Daily (5x pro Woche; gesamt 70.000 Ex.) Auflage 14.000 Empfänger, täglich Montag bis Freitag; Messbare Open-Rate >30 Prozent	995 Euro
--	----------

Standard-Platzierung (BxH 600x90px oder 390 Anschläge Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

iBusiness Daily (5x pro Woche; gesamt 70.000 Ex.) Auflage 14.000 Empfänger, täglich Montag bis Freitag; Messbare Open-Rate >30 Prozent	795 Euro
--	----------



iBusiness Daily
Zukunftsforschung für interaktives Business

22.08.21 | Anna Strommer

Aktuell | Charts | Ausschreibungen | Jobs | Dienstleister | Whitepaper | Termine

Cloud-Zertifikate: Wie Sie wirklich das beste für Sie finden

Cloud Computing gehört nicht erst seit Corona zum Betriebsalltag. Doch welcher Cloud-Dienst taugt? Zertifikate helfen, die Compliance eines Services zu beurteilen. Aber wie beurteilt man die Zertifikate? Eine Anleitung. [Online Weiterlesen](#)

Sebastian Halm
Kein Zertifikat ist das falsche Zertifikat
Es gibt vielleicht (noch) nicht DAS eine, richtige Zertifikat. Aber es gibt DAS falsche Zertifikat: Keines.

cloud, zertifikat, cloud computing, dsqvo, recht

Anzeige

Adobe
EXPERIENCE MAKERS
Adobe Customer Experience Summer Camp 13.–15. Juli 2021 [Hier anmelden](#)
presenting partners: akeneo comwrap TECHNIVISION

Handy-Sucht vs. mehr Sport: Positive und negative Corona-Effekte auf junge Menschen

Ihre FreundInnen treffen die unter 30-Jährigen meist nur vor dem Bildschirm, egal ob am Laptop oder Smartphone. Für 72 Prozent ist das Handy zur Haupt-Freizeitbeschäftigung während der Corona-Krise geworden - unter den SchülerInnen sind es sogar 78 Prozent.

[Online Weiterlesen](#)

corona, handy, smartphone, homeschooling, generation y, generation z

Anzeige

WhatsApp für Marketing, Vertrieb & Service einsetzen!
» mit 15 Praxisbeispielen
[Jetzt Herunterladen](#)

Microsite Sponsoring

Als Sponsor auf iBusiness.de zeigen Sie Ihren besonderen Bezug zu einem spezifischen Thema und können außerdem durch eigenen Content direkt auf iBusiness Ihre Kompetenz demonstrieren: Es erscheint Ihre Hockey-stick-Anzeige im Umfeld des gewünschten Themenfelds. Zusätzlich können Sie eigene Beiträge als Sponsored Post platzieren. Diese sind im redaktionellen Bereich von iBusiness.de eingebunden und mindestens ein ganzes Jahr lang abrufbar. Newsletter- und Social-Media-Aktionen sorgen für Traffic auf den einzelnen Posts.

Microsite-Sponsoring pro Monat

850 Euro

Spezifikationen Themen-Sponsor:

- Hintergrundgrafik: BxH 1280x1000px, Format: jpg oder png
- Mindestbuchung: 12 Monate
- Top Logo: BxH 140x40px, Format: jpg, png oder gif
- Homepage Logo: BxH 140x40px, optimiert für weißen Hintergrund, Format: jpg, png oder gif
- Top-Logo und Homepage-Logo können identisch sein, müssen aber optimiert für einen weißen Hintergrund gestaltet sein
- Skyscraper: BxH 160x600px
- Banner: Standardformat, siehe technische Daten
- Ziel-URL für alle Elemente außer der Hintergrundgrafik



The screenshot shows the iBusiness Marketing website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Neueste Themen', 'Analysen', 'Anbieter', 'Hörsaal', 'Service', 'Shop', 'Premiums', and 'Verlag'. The main content area is dominated by a large sponsored post for 'EVALANCHE'. This post includes several article teasers:

- Kundenbeziehungen verbessern dank CRM Lösung**: Ein Digitalisierung hat unser Konsumverhalten verändert, Produkte und Dienstleistungen können von Kunden ohne großen Zeitaufwand gewechselt werden und sind dadurch schneller ersetzbar geworden. Um sich am Markt durchsetzen zu...
- ROI-Leadgenerierung: Sechs Tipps, wie Sie qualifizierte Leads generieren**: Mit einem gut durchdachten und strategischen Lead Management gelingt es nicht nur, potenzielle Kunden auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen, sondern auch möglichst viele dieser Interessenten zu Kunden zu machen.
- KPIs - richtig messen fürs Lead Management**: KPIs, also key performance indicators sind aus dem Business-Blog nicht mehr weggedenken. Sie bilden die wichtigsten Dinge für ein Unternehmen ab, die sich in Zahlen fassen lassen. Und KPIs werden immer wichtiger in unserer Medi...
- E-Mail Marketing und Lead Management rechtskonform gestalten - nach Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)**: Ihre E-Mail-Marketing- und Leadmanagement-Kampagnen sollen nicht nur erfolgreich sein, sondern auch rechtskonform! Es gibt zahlreiche...
- Online-Lebensmittelmarkt Teil 2: Wie sich Spezialanbieter positionieren**: (16.08.18) Mit 179,6 Milliarden Euro Umsatz und einem Zuwachs von 4,9 Prozent konnte die deutsche Ernährungsindustrie 2017 ein Rekordergebnis erzielen. Das schlägt sich auch online nieder. Spezialanbieter für Wein, Präzision oder...
- ProSieben ordnet Vermarktungsaktivitäten neu**: (14.08.18) ProSieben will sämtliche Sales-Aktivitäten des Konzerns im Werbemarkt innerhalb seiner Vermarktungstochter SevenOne Media bündeln.
- Kundenservice, Vertrieb und K2: Was Verkaufsförderer am POS wissen**: (14.08.18) Rosterer wie das Prepper sind so nützlich, dass man ihr Verkaufstalent alleine auf ihr Aussehen zurückführen könnte. Tabaktrieb legt die Stärken von Rosterern in Service und Sales an anderer Stelle: Sie besitzen eine...
- Facebook will Videos interaktiv machen**: (14.08.18) Mit der Übernahme der Technologie des Live-Chat-Buttons will Facebook Videos künftig mit Online-Umfragen und Kommentaren, Grafiken und Live-Übertragungen aufwerten.

On the right side of the page, there's a sidebar with a search bar, a 'Werbung' section, and a vertical banner for 'EVALANCHE LEITFADEN' with the text 'JETZT AUF DIE NEUE DSGVO VORBEREITEN, HANDELN SIE JETZT! DIE SCHONFRIST ENDET MAI 2018!' and 'JETZT KOSTENLOS DOWNLOADEN'. Below the banner, there are sections for 'clarnet', 'PLZ:DE', 'E-Mail Launch/Relaunch', and 'Termine'.

Onlinedossier-Sponsoring

Das Onlinedossier stellt die Redaktion aufgrund Ihres Themenvorschlags aus Premium-Content zusammen. Dieser wird für die Laufzeit Ihres Sponsorings ausnahmsweise freigeschaltet, was eine hohe Awareness für Sie, Ihre Marke und Ihre Botschaft erzeugt. Ihre Hockeystick-Anzeige erscheint bei der Dossier-Hauptseite und sämtlichen verknüpften Beiträgen.

Das Onlinedossier wird mit einem Standalone-Newsletter in einer Auflage von 40.000 Ex. beworben, in dem ein zusätzlicher Sponsoring-Hinweis erscheint. Sie erhalten garantiert qualifizierte 40.000 Page-Impressions (das Sponsoring läuft automatisch, bis die Zahl erreicht ist).

Onlinedossier-Sponsoring (Pauschal 40.000 Page-Impressions auf iBusiness.de, zusätzlich Standalone an 40.000 Newsletter-Empfänger)	3.100 Euro
--	------------

Advertorial/Sponsored Post/Video-Advertorial

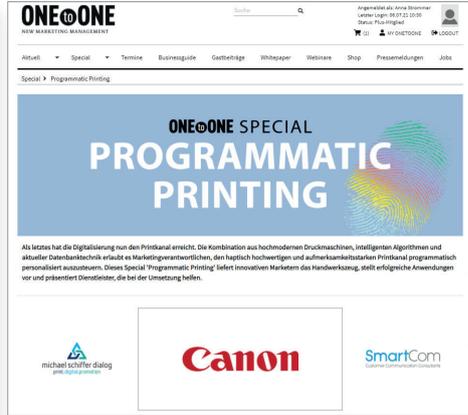
Stellen Sie mit einem Advertorial Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Ihre Services und Technologien ausführlich dar: Für die Darstellung als redaktionell gestaltete Sonderwerbeform eignen sich Technologie-Grundlagen, Employer Branding, Produkt-/Servicevorstellungen und Unternehmensporträts.

„Experten-Talk“ ist ein redaktionelles Video-Gespräch mit Ihnen, Ihrem Geschäftsführer oder einem anderem Experten aus Ihrem Haus zu einem inhaltlichen Thema. Dauer zirka 15 Minuten, Interview/Gespräch durch einen kompetenten Fachredakteur/Fachredakteurin, aufgezeichnet als Video und auf dem Video-Startframe/Thumbnail mit Ihrem Firmenlogos und des Namens des Gesprächspartners. Das Video wird in einem kurzen redaktionellen Teaser-Text auf iBusiness.de als Advertorial integriert, Links und Keywords im Text sind möglich. Standzeit auf der Homepage inklusive - das MP4-File zur Weiterverbreitung bekommen Sie auch. So können Sie Ihr Thema platzieren, sich und Ihr Unternehmen als Kompetenzträger positionieren und auch Ihren Youtube-Kanal füttern.

Advertorial/Sponsored Post auf iBusiness.de, inkl. Newsletter-Promotion, zwei Wochen Platzierung auf der Startseite sowie Social-Media-Promotion	3.995 Euro
Video-Advertorial „Expertentalk“ auf iBusiness.de (redaktionell getriebenes Video-Interview zirka 15 Minuten zu einem beliebigen Thema), inkl. Newsletter-Promotion, Social-Media-Promotion, Firmenlogo auf dem Video-Startbild und MP4-File zur Weiterverbreitung	3.995 Euro
Zusätzliche Veröffentlichung auf ONEtoONE.de und Versandhausberater.de, je inkl. Newsletter-Promotion, Platzierung auf der Startseite, Social-Media-Promotion jeweils	1.111 Euro

ONEtoONE

NEW MARKETING MANAGEMENT



ONEtoONE

Mit der Digitalen Transformation verändert sich auch die Sichtweise der Unternehmen auf ihre Kunden. Und damit auch Marketing, Kundenservice und Vertrieb. ONEtoONE-Kommunikation über alle Kanäle hinweg, quer über sämtliche Stufen der Wertschöpfungskette, mit sämtlichen Medien und entlang aller Schritte der Customer Journey.

ONEtoONE versteht sich als Navigator durch diese sich immer schneller wandelnde Welt der One-to-One-Kommunikation zwischen Unternehmen einerseits und Mitarbeiter und Kunden andererseits. ONEtoONE bietet einen Überblick über alles, was der Marketing- und Digitalentscheider im täglichen Alltag braucht – für seine Projekte ebenso wie für seine individuelle Karriere.

Erscheinungsweise: 8 x Jahr

Format 230 mm Breite x 297 mm Höhe

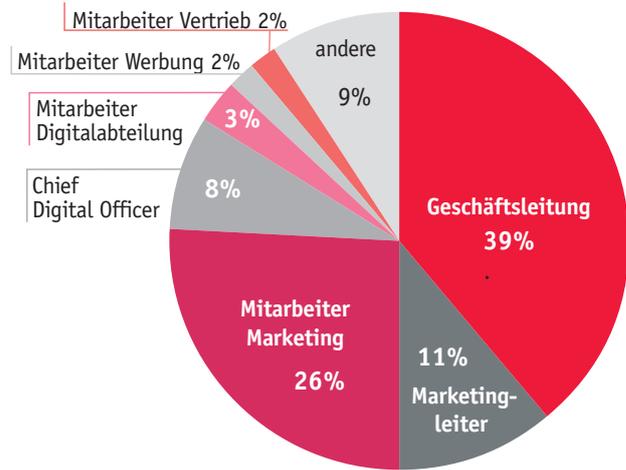
Satzspiegel 212 mm Breite x 272 mm Höhe

Anschnittzugabe allseitig 3 mm (Anschnitt-, Schnittmarken und Passer ebenfalls mit 3 mm Versatz platzieren), Bunddurchdruck Bundstege mit je 2 mm. Papier 70g/m², Rückenstichheftung, CMYK-Farbmodus

Reichweite

Mit seinen Rubriken Projekte, Technologie, Service, Karriere und Community trägt ONEtoONE den Bedürfnissen seiner Leser Rechnung: dem Marketing- und Vertriebsverantwortlichen, den Leitern Kundenservice und New Business Development, dem Chief Digital Officer im deutschen Mittelstand sowie dem Entscheider und Geschäftsführer bei Werbe- und Kommunikationsdienstleistern.

ONEtoONE-Empfänger nach Funktion



Distribution Print

Druckauflage 6.500 Exemplare

(Themenausgaben und Specials bis zu 20.000 Exemplare)

davon



Abonnements	2.400
Streu-Wechsel-Versand an wechselnde, den Inhalten angepasste Zielgruppe (Themenausgaben und Specials bis zu	3.600
	17.100)
Verbreitung auf Messen und Kongressen sowie Einzelverkauf (Themenausgaben und Specials bis zu	500
	5.000)

Advertorials

Stellen Sie mit einem Advertorial Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistungen ausführlich dar: Für die Darstellung als redaktionell gestaltete Sonderwerbform eignen sich Produktneuheiten, Employer Branding, und Unternehmensporträts ebenso wie Veranstaltungsberichte.

Sie liefern Texte, Abbildungen und Grafiken in gängigen Dateiformaten. Ihr Advertorial erscheint online auf ONEtoONE.de sowie in der Digitalmagazin-Ausgabe sowie in der gedruckten ONEtoONE-Ausgabe. Der Verlag produziert die komplette Sonderwerbform. Enthalten sind die grafische Gestaltung (Layout) und ein Korrekturlauf sowie das Onlinestellen des Advertorials. Advertorials werden deutlich mit dem Zusatz „Anzeige“ gekennzeichnet. Mit dem medienübergreifenden Advertorial-Kombipaket erlaubt Ihnen ONEtoONE, Ihr Content-Marketing crossmedial über alle Plattformen von ONEtoONE auszuspielen. Ihr Advertorial

- wird in der EPaper-Version veröffentlicht, die auf ONEtoONE.de erscheint.
- wird auf ONEtoONE.de bereitgestellt.
- erscheint in der gedruckten Ausgabe von ONEtoONE, die in einer Auflage von 6.000 Exemplaren an Abonnenten sowie an relevante Entscheider im Freiversand distribuiert wird.

Zusätzlich erhalten Sie ein crossmediales Wirkpaket, das Ihr Content-Marketing online zusätzlich promoted:

- Ihr Advertorial wird in dem nächst erreichbaren ONEtoONE-Newsletter beworben, um Traffic auf die Online-Version zu erzeugen.
- Auf der Startseite von ONEtoONE.de wird im redaktionellen Umfeld ein prominenter Teaser eingeklinkt, der zusätzlichen Traffic für die Online-Version Ihres Advertorials generiert (Laufzeit: zwei Wochen).
- Zusätzlich wird das Advertorial über verschiedene Social-Media-Kanäle (Twitter, Facebook, Xing, LinkedIn ...) promoted.



Advertorial



Tweet

ONEtoONE

Suche

Angemeldet als: Anna Strommer
 Letzter Login: 16.07.21 14:23
 Status: Plus-Mitglied
[\(1\)](#) [MY ONETOONE](#) [LOGOUT](#)

Aktuell
Special
Termine
Businessguide
Gastbeiträge
Whitepaper
Webinare
Shop
Pressemeldungen
Jobs

ONEtoONE-Webinare

Holen Sie sich Know-how direkt auf Ihren Bildschirm

Kostenlos hier anmelden



Bild: geralt/Photoay

Videopodcast Nachhaltigkeit und Marketing: "Macht Nachhaltigkeitseffekte transparent!"

ONEtoONE SPECIAL

PROGRAMMATIC PRINTING

ANZEIGE



Bild: BDS

panadress - empowering marketing with data

LINGUISTIK



Bild: Brandwatch

WhatsApp verändert den Schreibstil von Jugendlichen

HDE-UHFRAGE



Bild: Deutsche Post/SH4L

Einzelhandelsumsatz wächst 2021 um 1,5 Prozent

ONEtoONE

Suche

Angemeldet als: Anna Strommer
 Letzter Login: 16.07.21 14:23
 Status: Plus-Mitglied
[\(1\)](#) [MY ONETOONE](#) [LOGOUT](#)

Aktuell
Special
Termine
Businessguide
Gastbeiträge
Whitepaper
Webinare
Shop
Pressemeldungen
Jobs

Dialogmarketing Jahrbuch 2021/2022



Bild: BDS

Dialogmarketing-Jahrbuch

panadress - empowering marketing with data



Bild: BDS

05.05.2021 - panadress marketing intelligence gehört zu den führenden Marketing-Data-Providern in Deutschland. Mit unseren Daten und Lösungen helfen wir Unternehmen, nachhaltige Kundenbeziehungen aufzubauen und neue zu generieren.

von panadress

Kern unserer Geschäftsfelder DATA | ANALYTICS | SOLUTIONS sind Daten: Wir setzen diese für unsere Kunden ein, um Insights und Zielgruppen zu generieren. Wir nutzen predictive analytics um mehr Kundenkenntnis und bessere Kundenbeziehungen zu schaffen. Wir haben Lösungen, die über verschiedene Unternehmensbereiche Daten intelligent verbinden und sichtbar machen, um einen kundenzentrierten customer view zu erzeugen.

Data: Wir verfügen über ein breites und tiefes Datenportfolio an mikrogeographischen und regionalen Marktdaten, die strategische Erkenntnisse zu Affinitäten, Interessen und Bedürfnisse von Zielgruppen liefern. Damit unterstützen wir unsere Kunden beim Ausbau ihres Kundenbestands und ihrer Marktposition. Wir helfen bestehende Kundenbeziehungen zu intensivieren und neue Kunden zu gewinnen.

Wir verfügen über:

- 3rd Party Data - mit mehr als 100 Variablen
- Regionale Marktdaten
- 53 Mio. Consumer-Adressen für B2C-Marketing, datenschutzkonform mit vielfältigen Selektionsmerkmalen
- 4,3 Mio. B2B-Adressen
- Data-Enrichment
- Data-Cleansing

Analytics: Mit unserer analytischen Expertise und innovativer Data Science Verfahren verhelfen wir unseren Kunden zu einer ganzheitlichen Kundensicht und setzen die gewonnenen Insights im CRM und bei der Neukundenakquise gewinnbringend ein. Unser vielfältiges Spektrum reicht von der Optimierung der Zielsuppe bis hin zu Standortanalyse.

NEU IN DIESER RUBRIK

- > Der aktuelle Stand des Dialogs
- > Dialogmarketing auf höchstem Niveau
- > Dialogmarketing-Trends 2021: Mehr Fokus auf Kundenbindung
- > Der Dialog-Trend: Digitalisierung ist überall
- > Max Award 2021: Die besten Dialoge
- > Dialogmarketing-Trends: Was uns im kommenden Jahr erwartet
- > MAX Award 2021: 3 Gold, 7 Silber und 6 Bronze
- > Gold und Silber für Pflegeteufe Bot

Die Advertorials werden online auf ONEtoONE.de bereitgestellt. Zusätzlich werden sie per Newsletter sowie Social Media beworben und auf der Startseite von ONEtoONE.de für zwei Wochen promoted.

Mediadaten 2022/2023; Vers. Nr. 18 v. 03.08.2022

Alle Preise sind Nettopreise zzgl. Mehrwertsteuer

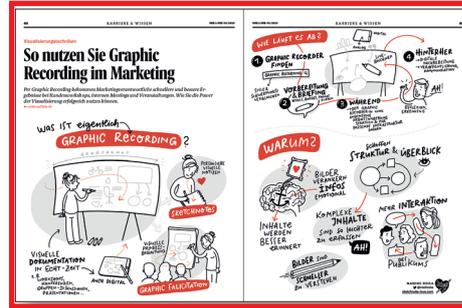
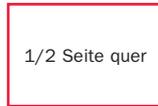
66

Im Preis eines Advertorials/Sponsored Posts ist eine 1/2-Printseite enthalten. Zusätzlich sind sie als 1/1-Seite und als 2/1-Seite schaltbar. Platzierung bestmöglich, Festplatzierung; 10% Zuschlag.

Textumfang: online cirka 4.500 Zeichen, zusätzlich Adresse und Links (Do follow). Printdetails auf separatem Merkblatt; Bilder/Grafiken/Logos als JPEG 4C, in Druckauflösung.

Advertorial/Sponsored Post auf ONEtoONE.de, inkl. Newsletter-Promotion, Platzierung auf der Startseite, Social-Media-Promotion sowie Veröffentlichung 1/2-Seite in den ONEtoONE-Ausgaben in E-Paper und Print	3.995 Euro
Zusätzliche Veröffentlichung auf iBusiness.de und Versandhausberater.de, je inkl. Newsletter-Promotion, Platzierung auf der Startseite, Social-Media-Promotion jeweils	1.111 Euro

Advertorialformate Print

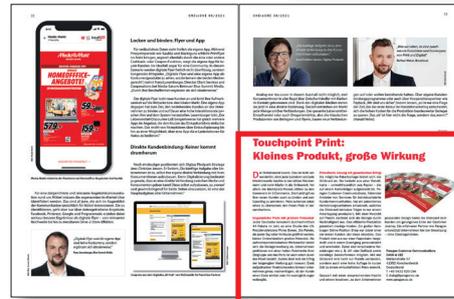


Advertorial Print
2/1-Seite

Advertorials sind auch gedruckt als gestaltete Infografiken möglich



Advertorial Print
1/1 Seite



Advertorial Print
1/2 Seite (im Preis enthalten)

2/1 Seite
5.995 Euro

A: 460 x 297 mm

Panorama
3.995 Euro

A: 460 x 144 mm

1/3 Seite
quer
1.690 Euro

S: 195 x 84 mm

1/4 Seite
hoch, 2-spaltig
1.450 Euro

S: 95 x 128 mm

1/4 Seite
quer, 2-spaltig
1.450 Euro

S: 195 x 62 mm

Banneranzeige
1.550 Euro

S: 195 x 62 mm

1/1 Seite
3.190 Euro

Festplatzierung
U4
3.695 Euro

S: 195 x 272 mm
A: 230 x 297 mm

1/2 Seite
quer
2.250 Euro

S: 195 x 128 mm
A: 230 x 144 mm

1/2 Seite
hoch
2.250 Euro

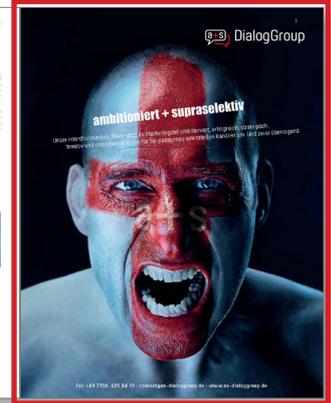
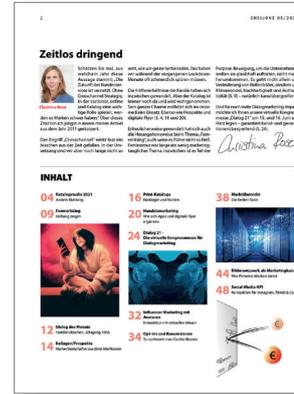
S: 94,5 x 260 mm

Half-
page-
Cover,
4-seitig
5.995 Euro

Halfpage-Cover

Halbseitig, 297 x 120 mm, vier Seiten, verstärkter Umschlag, 250 gr./m², vorne/hinten, ONEtoONE-Logo muss auf der Vorderseite sichtbar sein.

Preis inkl. Druck/Produktion durch den Verlag



ONEtoONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

Schwerpunkt
Marketing-Automation

**MIT
ADJUST
IMMER
EINEN
SCHRITT
VORAUSS**

ERLAUBT
MARKETING-ORIENTIERTEN
ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN

ERLAUBT
MARKETING-ORIENTIERTEN
ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN
EINZELNE ANWENDUNGEN

Halfpage-Cover, halbseitig

Trends bei Werbemitteln

Mit röstfrischen Nüssen in Erinnerung bleiben

Wir liefern bleibende Werbe-Werte.

Individualisierbare Werbemittel von **schnedecke** - für Marketing, das wirklich ausreicht.

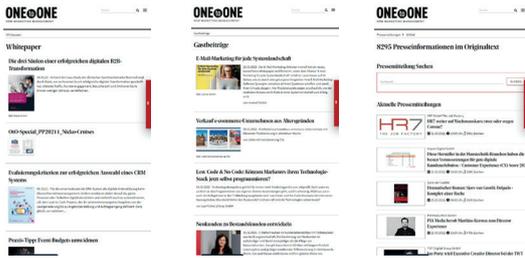
schnedecke

1/2 Seite Anzeige

ONetoONE PremiumPlus

Sichern Sie für Ihr Unternehmen eine kontinuierliche crossmediale Präsenz, Content-Marketing und SEO-Sichtbarkeit. Sie erhalten

- einen detaillierten Online-Firmeneintrag auf ONetoONE.de im ONetoONE Business Guide online
- einen Firmeneintrag im ONetoONE Business Guide in der Print- und in der EMagazin-Version
- Sie können beliebig viele Gastbeiträge, Whitepaper und Pressemitteilungen auf ONetoONE.de bereitstellen



• ONetoONE stellt Ihre Stellenanzeigen auf ONetoONE.de/jobs ein und platziert Sie ganz oben

• Ihr Logo wird bei inhaltlich passenden Artikeln automatisch eingeblenDET



ONetoONE PremiumPlus-Mitgliedschaft (inklusive Online-Firmeneintrag, Einlesen und prominenter Online-Platzierung der Stellenanzeigen, Einstellen von Gastbeiträgen, Whitepaper und Pressemitteilungen auf ONetoONE.de, Firmeneintrag in sämtlichen Ausgaben von ONetoONE (Print und EMagazin)

69 Euro/ Monat

Ihr Business-Guide-Eintrag mit Stopperanzeigen



Stopperanzeige (Aufpreis, pro Jahr)	39 mm Breite x 23 mm Höhe	798 Euro
	39 mm Breite x 50 mm Höhe	1.432 Euro
	39 mm Breite x 104 mm Höhe	1.992 Euro

Beilagen

Höchstgewicht nach Absprache. Teilbelegung ab einer Mindestauflage von 5.000 Exemplaren. Für das maschinelle Beilegen muss eine lange Seite geschlossen sein.

Beilage (Format bis unterformatig A4, Gewicht bis 25g), pro Tausend	250 Euro
Je weitere 5g pro Tausend	13,95 Euro

Beikleber

Nur in Verbindung mit Anzeigen. Anzeigenformat richtet sich nach der Größe des Beiklebers, Format bis unterformatig A4.

Beikleber bis 25g, pro Tausend	250 Euro
--------------------------------	----------

Beilagen und Beikleber müssen vor Auftragsbestätigung auf ihre technische Verarbeitung hin geprüft werden. Bitte schicken Sie uns rechtzeitig ein Vorabmuster. Anlieferung eine Woche vor Erscheinungstermin (bitte mit Angabe zu Titel, Ausgabe, Menge und Auftraggeber).



Inhalte und Termine

Ausgabe	Buchungs- schluss	Druck- unterlagen Advertorials	Druckun- terlagen Anzeigen	Erschei- nungstermin	Themen*	Rankings
1-2/2022	17.12.2021	30.12.2021	05.01.2022	25.01.2022	Special Marketingabteilung der Zukunft (Tools für Crossmedia-Marketing, Messung, Tracking, KPIs, Employer Branding, New Work, Marketing-Karriere, Marketingnachwuchs, Shortlist Marketingkopf des Jahres ...)	Die größten Multichannel-Contactcenter
3/2022	11.02.2022	18.02.2022	25.02.2022	15.03.2022	Special Marketing-Integration und Marketing-Automation (Email-Marketing, MRM, Marketingsuites, Analytics, Testing, Tracking, Personalisierung ...)	Die wichtigsten SEO-Agenturen
4-5 2022	18.03.2022	25.03.2022	01.04.2022	19.04.2022	Special Programmatic Printing (DAM, PIM, MAM, Personalisierungssysteme, Digitaldruck, Crossmedia-Marketingautomation ...)	
6/2022	08.04.2022	14.04.2022	22.04.2022	18.05.2022	Special Dialogmarketing-Jahrbuch 2022/2023 (Trends im Dialogmarketing, die wichtigsten Dialogmarketingagenturen, Preisträger Marketingkopf des Jahres, Preisträger Max-Award, OMR, E-Mail-Award 2022 ...)	Die größten Fullservice-Internet-Agenturen
7-8/2022	14.06.2022	21.06.2022	28.06.2022	19.07.2022	Special Handelsmarketing (Shortlist E-Retailer des Jahres, Omnichannel, Plattformökonomie, POS-Marketing, Dooh, SEO, SEA, Empfehlungsmarketing, Kundenservice, Retouren, Printwerbung, Shopmarketing-Integration ...)	Die größten Payment-Service-Provider
9/2022	09.08.2022	16.08.2022	23.08.2022	13.09.2022	Special Datengestütztes Marketing (Künstliche Intelligenz und Machine Learning, Adressdaten, Personalisierung, Predictive Analytics, CRM, dmexco ...)	Die größten Performance-Agenturen
10-11/2022	04.10.2022	11.10.2022	18.10.2022	02.11.2022	Special Kundendialog (Kundenansprache, Customer Experience, UX, Kundenservice, Personalisierung, Social Media Marketing, Influencer, Preisverleihung ERetailer des Jahres ...)	Die größten Onlineshops
12/2022	15.11.2022	22.11.2022	29.11.2022	21.12.2022	Special Programmatic Printing (DAM, PIM, MAM, Personalisierungssysteme, Digitaldruck, Crossmedia-Marketingautomation ...)	Die größten Multichannel-Contactcenter
1-2/2023	31.01.2023	07.02.2023	14.02.2023	28.02.2023	Special Marketingabteilung der Zukunft (Tools für Crossmedia-Marketing, Messung, Tracking, KPIs, Employer Branding, New Work, Marketing-Karriere, Marketingnachwuchs, Shortlist Marketingkopf des Jahres ...)	

* crossmediale Specials/Kombiangebote siehe Seite 31
 Redaktionelle Änderungen vorbehalten

ONEtoONE.de

Die responsive Website ist die Erweiterung der ONEtoONE-Printausgabe und veröffentlicht täglich Neuheiten aus der gesamten Welt des New-Marketing-Management. Rankings, der größte Stellenmarkt der Branche sowie aktuelle Termine und Berichterstattung über Akteure, Veranstaltungen und Trends machen ONEtoONE.de zu einem der führenden Portale für New-Marketing-Management. Hier findet sich unter anderem auch sämtliche Ausgaben als E-Magazin sowie die Inhalte sämtlicher Rankings und Specials.

Aktuellen Nutzungsdaten

11.850 Unique User/Woche*

20.308 Page Impressions/Woche*

* Stand: 7.3.2021

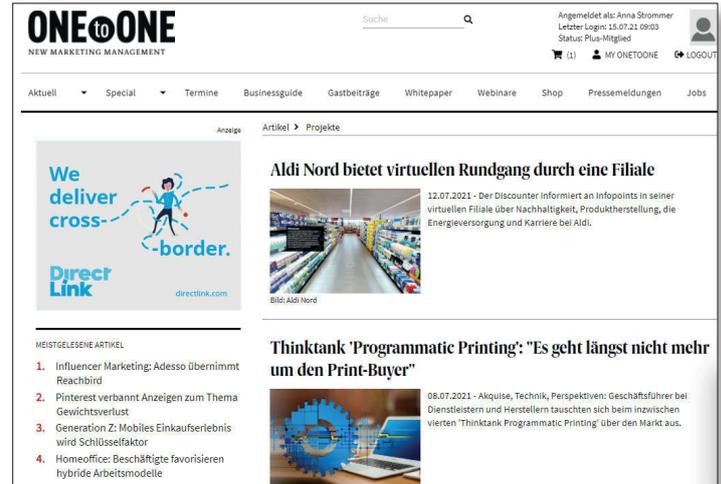


Bannerwerbung

Leaderboard (BxH 1.152x140px) pro Woche	810 Euro
Rectangle (BxH 300x250px und BxH 960x120px) pro Woche	375 Euro
Skyscraper (BxH 160x600px) pro Woche	410 Euro
Hockystick pro Woche (Leaderboard BxH 540x60 plus Skyscraper BxH 210x1.000px)	1.050 Euro

Das Angebot umfasst mindestens 30% der verfügbaren Page Impressions des jeweiligen Anzeigenplatzes in Rotation, Streuung bestmöglich mit Frequency Cap. Exklusivbuchung (100% der Page Impressions im Zeitraum): 100% Aufschlag

Im Rahmen des responsiven Design werden die Banner abhängig von der Viewpointbreite ggf. automatisch bis zu 40% skaliert.



Newsletteranzeigen

Premium-Platzierung (1. Anzeige im Newsletter, BxH 600x120px oder 390 Anschläge Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

ONEtoONE News (3x pro Woche; gesamt 20.000 Ex.)	795 Euro
---	----------

Standard-Platzierung (BxH 600x90px oder 390 Anschläge Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

ONEtoONE News (3x pro Woche; gesamt 20.000 Ex.)	665 Euro
---	----------

ONEtoONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

24.08.21 ONEtoONE News Für: ans@business.de

Markenrecht
KI-Schutzschirm gegen Plagiate: Wie die Traditionsfirma Kniprps um ihre Marke kämpft

Online-Marktplätze werden auch von Produktfälschern als Umschlagplatz hoch geschätzt. Ein Amazon-Händler ging der Traditionsmarke Kniprps jedoch deutlich zu weit, weshalb sie nun auch mit Hilfe von Machine Learning gegen Plagiate und Markenmissbrauch vorgeht. Ein Erfahrungsbericht.

Anzeige
Geht auf die 50 zu. Tickt wie Mitte 20.
www.tickt-wie-20.de

Wie schafft es EOS mit knapp 50 Jahren Erfahrung im Forderungsmanagement so agil zu arbeiten wie ein 15-köpfiges Team? Machen Sie sich selbst ein Bild davon, wie EOS ist. Ach, sind haben Sie Lust auf ein Quiz?

Datamarketing
Adressqualität deutscher Unternehmen hat sich leicht gebessert

14,7 Prozent der Kundendaten sind fehlerhaft. Damit ist der Anteil im Vergleich zu 2018 um 1,7 Prozentpunkte gesunken. Das zeigt die Adress-Studie 2021 der Deutschen Post Direkt, die die Adressqualität von 200 Unternehmen in zehn Branchen vergleicht.

Anzeige
WhatsApp für Marketing, Vertrieb & Service einsetzen!
mit 15 Praxisbeispielen

ONEtoONE
NEW MARKETING MANAGEMENT

15.07.21 ONEtoONE News Für: ans@business.de

Videopodcast Nachhaltigkeit und Marketing: "Macht Nachhaltigkeitseffekte transparent!"

"Wir müssen uns als Unternehmen daran messen lassen, wie man den Nachhaltigkeits-Impact für KonsumentInnen transparent macht", fordert Dr. Sarah Müller. Im ONEtoONE-Videopodcast erklärt sie, was Greenwashing von nachhaltigem Marketing unterscheidet und was zu tun ist.

Anzeige

Jetzt geöffnet: Das Tor zur neuen Print-Mailing-Welt

Viele wissen inzwischen, wie man Print-Mailing-Kampagnen umsetzt, trotzdem tauchen immer wieder Fragen auf. Antworten finden Sie jetzt im neuen **Content Hub Alles-ueber-Mailings.de** der Deutschen Post. Der liefert unter den vier Rubriken "Warum", "Wie", "Wissen" und "News" jede Menge Infos, Fakten sowie Best Cases. Neugierig geworden? Dann besuchen Sie: [Alles-ueber-Mailings.de](https://www.alles-ueber-mailings.de)

Retourenstudie 2021

Deutsche Onlineshops bieten kundenfreundliche Rückgabefristen

Bei Retourenfristen sind deutsche E-Retailer großzügig, zeigt eine neue Studie. Bezüglich der Usability und Kommunikation könnte der Rückgabeprozess hingegen noch deutlich verbessert werden.

Anzeige

Geht auf die 50 zu. Tickt wie Mitte 20.

Wie schafft es EOS mit knapp 50 Jahren Erfahrung im Forderungsmanagement so agil zu arbeiten wie ein 15-köpfiges Team? Machen Sie sich selbst ein Bild davon,



Versandhausberater

Strategien und Analysen für E-Commerce,
Katalogmarketing und Mobile Shopping



Onlinekauf und Non-Commerce: Wo die Deutschen 2021 einkaufen

Genau so, wie es die Deutschen 2021 einkaufen, so werden auch die Onlinekauf und Non-Commerce. Die Deutschen 2021 einkaufen, so werden auch die Onlinekauf und Non-Commerce. Die Deutschen 2021 einkaufen, so werden auch die Onlinekauf und Non-Commerce.

Disagimarketing im Versandhandel: Aktuelle Trends

Das Disagimarketing ist ein Marketingkonzept, das die Vorteile des Disagimarketing im Versandhandel. Das Disagimarketing ist ein Marketingkonzept, das die Vorteile des Disagimarketing im Versandhandel.

Katalog des Jahres 2021 by Versandhausberater

Das sind die besten Kataloge des Jahres. Das sind die besten Kataloge des Jahres. Das sind die besten Kataloge des Jahres.

WENZELING DES VERSANDHANDELS

Das Wenzeling des Versandhandels ist ein Formular, das die Vorteile des Wenzeling des Versandhandels. Das Wenzeling des Versandhandels ist ein Formular, das die Vorteile des Wenzeling des Versandhandels.

E-Retailer Jahrbuch 2023

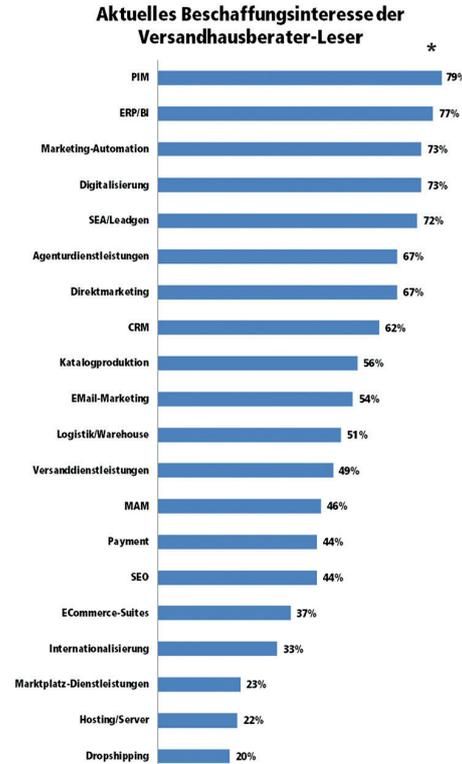
Crosschannel, E-Commerce, Verzeichnis des Versandhandels.

In Kooperation mit bevh

Versandhausberater

Der Versandhausberater, gegründet 1961, ist der wöchentliche Chef-Brief für den Katalog-, Crosschannel- und Onlinehandel, seine Dienstleister und Lieferanten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er informiert über das aktuelle Geschehen des Versandhandels, leistet wertvolle Beratung, spürt zukunftsweisende Trends auf und öffnet den Blick hinter die Kulissen der gesamten Versandhandelsbranche. Er analysiert Trends und neue Geschäftsmodelle im interaktiven Crosschannel- und Versandhandel, liefert Checklisten und Handlungsanleitungen, bespricht neue Versandhaus-Kataloge und abgeleitete Werbemittel und präsentiert Marktzahlen, aktuelle Urteile und Neuheiten aus den Bereichen Marketing, IT, Logistik, Kundenservice und Electronic Commerce.

Er richtet sich an Entscheider, die als Eigentümer, Geschäftsführer oder Verantwortliche direkt für die Beschaffung von Services und Dienstleistungen verantwortlich sind. Oft ist das Beschaffungsinteresse sogar relativ kurzfristig, wie eine Leserumfrage zeigt:



* Frage: „Welche Lösungen/Services müssen Sie beschaffen und hätten Sie gerne Informationen darüber?“

Reichweite

Print-Auflage: 1.200 Exemplare

Erscheinen: wöchentlich, jeden Freitag

Umfang: 8 bis 12 Seiten

Abonnementpreis: 14,97 Euro/Ausgabe

- Der Versandhausberater wird in der Regel am Wochenende gelesen.
- Die Versandhändler unter unseren Abonnenten sind zu 75 Prozent in den Branchen Textil, Möbel, Haushaltswaren, Haushaltsgeräte und Nahrungsmittel tätig.
- Über 80 Prozent unserer Abonnenten sind Geschäftsführer, Gesellschafter und leitende Angestellte in den Bereichen Marketing, Einkauf & Beschaffung & Logistik/Disposition.
- Laut Leserumfrage erreicht ein Exemplar des Versandhausberaters durchschnittlich drei Leser pro Ausgabe innerhalb eines Unternehmens.
- Rund 18 Prozent der Unternehmen erreichen im Jahr einen Gesamtnettoumsatz von mehr als 100 Mio. Euro.
- Rund 50 Prozent der Unternehmen erzielen bis zu 24 Mio. Euro Umsatz.
- Rund 50 Prozent der Unternehmen haben mehr als 50 Mitarbeiter.
- 93 Prozent der Leser stammen aus Deutschland, sechs Prozent aus Österreich und der Schweiz.

Inhalte und Termine

Der Versandhausberater berichtet wöchentlich über alles, was für das C-Level-Management in E-Commerce, Crosschannel- und Versandhandel relevant ist. Darüber hinaus publiziert die Redaktion in regelmäßigen Abständen Hintergrund-Specials und beleuchtet einzelne internationale Märkte.

Hintergrundthemen Versandhausberater

Versandhausberater Printausgabe	Druckunterlagen	Erscheinungstermin	Thema
KW 4/2022	14.01.2022	28.01.2022	Sonderausgabe Katalog des Jahres
KW 13/2022	18.03.2022	01.04.2022	ERP-Systeme und -Module, Softwareanwendungen und -dienstleistungen
KW 20/2022	06.05.2022	20.05.2022	Bonitätsauskünfte / Finanzdienstleistungen, Payment, Inkasso
KW 24/2022	03.06.2022	17.06.2022	Direktmarketing on/offline, Katalogerstellung und Versand / Anstoßketten, Mediaberatung, Grafik/ Fotografie/ Video
KW 29/2022	08.07.2022	22.07.2022	Database-Marketing / Datenbanksysteme, Listbroking / Adress-Services/ Lettershop
KW 36/2022	26.08.2022	09.09.2022	Shortlist „E-Retailer des Jahres“
KW 44/2022	21.10.2022	04.11.2022	E-Retailer des Jahres, die Ergebnisse
KW 47/2022	11.11.2022	25.11.2022	Logistik, Warehousing / Fulfillment/ Versandabwicklung, Lager- und Versandtechnik (inkl. Ausstattung)
KW 48/2022	18.11.2022	02.12.2022	Versandhandel Österreich
KW 49/2022	25.11.2022	09.12.2022	Versandhandel Schweiz

(Redaktionelle Änderungen vorbehalten)

Anzeigenformate



Typ A (1/1)



Typ B (1/2)



Typ C (1/2)



Typ D (1/3)



Typ E (1/4)



Typ F (1/8)

Heft-Format: 210 mm Breite × 297 mm Höhe
Satzspiegel: 177 mm Breite × 270 mm Höhe

Beilagen

Beilagen: bis 24 g inkl. Handling	950 Euro
je 10 g mehr: inkl. Handling	215 Euro
Typ-On-Elemente: Postkarte, mit Silikonpunkt geklebt, Platzierung im Innenteil inkl. Handling	620 Euro
Typ-On Seite 1	825 Euro

Anzeige innerhalb des reaktionellen Umfelds

Anzeige	Größe	Satzspiegel	Anschnitt	Preis
A	1/1 4c	177×270	210×297	2.395 Euro
B hoch	1/2 4c	88,5×270	105×297	2.095 Euro
C quer	1/2 4c	177×135	210×148,5	2.095 Euro
D quer	1/3 4c	177×90	210×99	1.850 Euro
E quer	1/4 4c	177×67	210×81	1.550 Euro
F quer	1/8 4c	177×33	210×46,5	1.225 Euro

Das Format „F quer“ ist auch auf Seite 1 buchbar gegen einen Platzierungszuschlag von 10 Prozent.

Versandhausberater.de

Versandhausberater.de ist das Onlineportal des deutschsprachigen E-Commerce-, Crosschannel- und Versandhandels. Alle Nutzer erhalten tagesaktuelle Nachrichten, Zugang zum größten Jobmarkt der Versandhandelsbranche sowie aktuelle Checklisten. Abonnenten stellt das Portal zusätzlich sämtliche Beiträge aus der gedruckten Ausgabe, zusätzliche Hintergrundanalysen, Michael Jansens Katalogrezensionen und das PDF der wöchentlichen Ausgabe zur Verfügung.

Reichweite

Aktive Nutzer (Unique User): 2.585/Woche*

Seitenaufrufe: 5.136/Woche*

Newsletter: 25.000 Empfänger (wöchentlich)

* 7.3.2021 laut Matomo



The screenshot shows the website's interface. At the top, there is a navigation bar with categories like ANALYSEN, NACHRICHTEN, SPEZIAL, VERZEICHNIS, JOBS, SHOP, WEBINARE, and VERLAG. A search bar is located on the right. Below the navigation, there is a main content area featuring an article titled "Trends im Mobile Commerce: So schöpfen Sie Ihr Potenzial aus". The article includes a sub-headline "Onlineshopping per Smartphone boomt. Daher sollten Versandhandelsunternehmen ihre Onlineshops auch mobil optimieren. Was es dabei aktuell zu beachten gilt." and a large image of a smartphone displaying a shopping cart icon and a 'BUY' button. To the right of the article, there is a sidebar titled "AUS DEN UNTERNEHMEN" listing several companies and their roles, such as CLANEO (SEO Consultant), clicks digital GmbH (Content Marketing), LOXXESS AG (IT Project Manager), PVS Europe (Fulfillment Services), and Jahns + Friends AG (Dialogmarketing). Below the article, there is a section for "EXPERIENCE MAKERS - Adobe Customer Experience Summer Camp" with a brief description and a "WEITER" button.

Bannerwerbung

Ihr Werbebanner wird sowohl auf der reichweitenstarken Startseite von Versandhausberater.de geschaltet als auch auf jeder Content-Seite. So erreichen Sie während der Schaltzeit eine hohe Awareness in der Zielgruppe.

Leaderboard (BxH 728x90px) pro Woche	810 Euro
Rectangle (BxH 300x250px) pro Woche	375 Euro
Skyscraper (BxH 160x600px) pro Woche	410 Euro
Hockystick pro Woche (Leaderboard BxH 540x60 plus Skyscraper BxH 210x1.000px)	1.050 Euro

Das Angebot umfasst mindestens 30% der verfügbaren Page Impressions des jeweiligen Anzeigenplatzes in Rotation, Streuung bestmöglich mit Frequency Cap. Exklusivbuchung (100% der Page Impressions im Zeitraum): 100% Aufschlag

Video-Advertorial

Redaktionelles Video-Gespräch mit einem Experten aus Ihrem Haus zu einem inhaltlichen Thema durch einen kompetenten Fachredakteur/Fachredakteurin. Das Video wird in einem kurzen redaktionellen Teaser-Text als Advertorial integriert, Links und Keywords im Text sind möglich.

Video-Advertorial ‚Expertentalk‘ auf Versandhausberater.de (redaktionell getriebenes Video-Interview zirka 15 Minuten zu einem beliebigen Thema), inkl. Newsletter-Promotion, Social-Media-Promotion, Firmenlogo auf dem Video-Startbild und MP4-File zur Weiterverbreitung	3.995 Euro
Zusätzliche Veröffentlichung auf ONEtoONE.de oder iBusiness.de, je inkl. Newsletter-Promotion, Platzierung auf der Startseite, Social-Media-Promotion jeweils	1.111 Euro

The screenshot shows the website interface for Versandhausberater.de. At the top, there is a navigation menu with links for ANALYSEN, NACHRICHTEN, SPEZIAL, VERZEICHNIS, JOBS, SHOP, WEBINARE, and VERLAG. A search bar is located on the right. Below the navigation, there is a 'SPONSORED POST' section featuring an article titled 'e-velopment zählt zu den besten Arbeitgebern der ITK-Branche'. The article includes a large graphic with the text 'ITK Great Place' and 'Beste Arbeitgeber™ ITK'. To the right of the article, there is a 'WEITER' button. Below the article, there is a 'TOP-SPONSOR' section featuring the logo for 'michael schiffer dialog print.digital.promotion'. At the bottom, there is a 'SPONSOREN' section featuring the logo for 'UDOBAR ALLES FÜR BETRIEB, LAGER, BÜRO Ein Unternehmen der RAJA GROUP'. The website also features a 'MOS' logo in the top right corner.

Newsletteranzeigen – Preis pro Woche

Der Versandhausberater-Newsletter erscheint wöchentlich freitags und enthält aktuelle Nachrichten aus E-Commerce, Versandhandel, Logistik und Lagerwirtschaft, Katalog- und Dialogmarketing sowie Checklisten für die Entscheider im E-Commerce und Versandhandel. Ihre Anzeige erscheint exklusiv, das heißt: Ihre Werbebotschaft besitzt eine exklusive Standzeit von einer Woche.

Premium-Platzierung (1. Anzeige im Newsletter; BxH 600x120px oder 390 Anschläge als Fließtext plus Überschrift, Logo und Link)

Versandhausberater (exklusiv, 1x pro Woche; 19.000 Ex.)	910 Euro
---	----------

Ihre Newsletteranzeige kann sowohl ein klassisches Banner sein als auch eine Textanzeige. Sie erscheint direkt nach der Top-Meldung, bekommt also eine hohe Sichtbarkeit.



Versandhausberater

Versandhausberater Weekly vom 25.06.21
Premiumstatus: Premium

Nur ein kurzer Klick ...

Viele Versandhändlerinnen und Versandhändler setzen als Marketingkanal die E-Mail ein - und liegen damit goldrichtig, denn E-Mails sind der beliebteste Kommunikationskanal der Deutschen. Welche Aspekte Sie beim EMail-Marketing aktuell berücksichtigen sollten, haben wir heute für Sie zusammengefasst.

Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen Ihre

Susanne Fricke
Redaktion Versandhausberater

PS: Mit Anzeigen und Advertorials erreichen Sie die Geschäftsführer und Entscheider aus dem interaktiven Versandhandel. Meine Kollegin Frau Gabriele Drexler freut sich auf Ihren Anruf (089/ 578 79 66) oder Ihre E-Mail (gdrexler@verlagsagenturberg.de).



Anzeige

WIRTSCHAFTSKRISE IST KEIN SYNONYM
FÜR OFFENE RECHNUNGEN.
SICHERN SIE SICH IHRE LIQUIDITÄT.



Anzeige



So steigern Sie die Öffnungsrate Ihrer Werbe-EMails

38 Prozent der deutschen Empfängerinnen erhalten lieber einmal pro Woche Werbe-EMails anstatt täglich. Versandhändlerinnen, die eine höhere Öffnungsrate ihrer E-Mails an Kunden erreichen wollen, sollen zudem folgende Faktoren beachten. [Weiterlesen](#)

Sponsoring

für 12 Monate inkl. Link

Ihr Sponsoring-Hinweis wird sowohl auf der reichweitenstarken Startseite von Versandhausberater.de geschaltet als auch auf jeder Content-Seite. So erreichen Sie während der Schaltzeit eine hohe Awareness in der Zielgruppe. Zusätzlich können Sie bis zu vier Sponsored Posts/Advertorials im Jahr im redaktionellen Teil von Versandhausberater.de veröffentlichen. Sie werden sowohl in der redaktionellen Suche gefunden als auch im Newsletter und im redaktionellen Newsstream angezeigt.

Inklusive Sponsored Post/Advertorial (4 Veröffentlichungen pro Jahr innerhalb der Rubrik „Nachrichten“)	1.560 Euro
--	------------

Exklusivplatzierung Ihres Logos Sponsor „On-Top“ für 12 Monate inkl. Link

Inklusive Sponsored Post/Advertorial (4 Veröffentlichungen pro Jahr)	3.925 Euro
---	------------

Formate und technische Daten

Formate und technische Daten

Print

Bitte verwenden Sie bei der Herstellung Ihrer Druckvorlage die nachfolgenden technischen Daten. Überfüllungsinformationen der Originalprogramme werden nicht berücksichtigt, bereits separierte Daten können nicht verwendet werden. Bei Composite PDF-Dateien wird das Trapping in unserem Workflow nach Bedarf errechnet. Sollen Elemente gezielt überdrucken, muss das gesondert gekennzeichnet werden (Ausdruck mit deutlichem Vermerk).

- Format: PDF/X3 ISO 15930-6
- Auflösung: Farbbilder: mind. 300 DPI, Graustufen-Bilder: mind. 200 DPI, S/W-Grafiken: mind. 1.200 DPI
- Farbskala: CMYK nach Euroskala Fogra-Standard
- Empfohlenes Farbprofil: ISO Coated v2 (ECI)
- Beschnittzugabe für Anschnitt mind. 3 mm
- Bilddaten und Schriften müssen eingebettet sein
- TrimBox und BleedBox müssen definiert sein, BleedBox enthält den Beschnitt
- Kommentare, OPI-Kommentare, Transferkurven, Transparenzen, Formularfelder und Verschlüsselung sind verboten
- PDF Version 1.3 (Kompatibilität zu Acrobat 4)

Onlinewerbung

Für Ihre Bannerwerbung liefern Sie bitte eine Vorlage in exakt der angegebenen Pixelgröße.

Leaderboard: BxH 728x90px

Rectangle: BxH 300x250px

Skyscraper: BxH 160x600px

Hockeystick: Leaderboard BxH 540x60px + Skyscraper BxH 210x1.000px

Bilddateien für High Density Displays: 1,5-fache und 2,0-fache Pixeldichte (müssen für hochauflösende Displays mitgeliefert werden).

Logos/Buttons: Angabe in der Auftragsbestätigung

Sonderwerbformen: Bitte beachten Sie die Angaben in der Auftragsbestätigung bzw. in der ggf. überreichten gesonderten Dokumentation.

Rich-Media-Banner liefern Sie bitte in folgendem Format:

- Dateityp: HTML5-Creative als ZIP-Datei inkl. aller Medien
- Zielumgebung: Doubleclick bzw. Google Ad Manager
- SVG-Tags im HTML sind nicht zulässig, nur als eigenständige Datei
- Dateityp: HTML5 (kein Flash)
- Maximale Dateigröße: 60 KByte
- Framerate: 18 fps empfohlen, maximal 25 fps.
- Weitere Optionen: wmode=opaque, Audio Default=off
- Alternativdatei: GIF/Animated GIF bis 60 kB
- Zieladresse: URL für jedes Werbemittel
- Kompatibilitätswarnung: Browser, Betriebssystem
- Audio: Automatische Wiedergabe ohne Ton. Audio muss vom Nutzer aktiviert werden.
- Keine Zählpixel. Alle Anzeigen-Bestandteile müssen übermittelt werden.

Newsletter

Bildelemente nur GIF/Animated GIF oder JPG

Textanzeige: 390 Zeichen unformatierter Fließtext plus Überschrift (bis 65 Zeichen) plus URL und Linktext (bis 65 Zeichen) plus farbiges Logo oder Illustration (BxH 600x300px)

Standalone/Permission-Marketing

Für E-Mail geeigneter HTML-Code im Format HTML 4.01 Transitional sowie Betreffzeile

Alle Bild- und Schriftdateien in Ihren Vorlagen, werden von uns automatisch heruntergeladen und gehostet. Bis zum Versand durch uns sollten diese Dateien frei abrufbar sein. Keine Zählpixel oder Javascript möglich. Seitenbreite bei responsive Design freigestellt, Empfehlung ca. 500-800 Pixel, bei fester Breite Empfehlung um 600 Pixel, Seitenhöhe unbegrenzt, PDF als Attachment möglich. Umfang HTML-Code inkl. Attachment max. 100 KByte.

Für die Übermittlung Ihrer Daten an den Verlag stehen Ihnen folgende Übertragungswege zur Verfügung:

- **E-Mail:** media@hightext.de, Umfang bis ca. 20 MByte
- **FTP:** [ftp.hightext.de](ftp://ftp.hightext.de), Username: kunde, Kennwort: hightext

Mit der Anlieferung der Elemente garantieren Sie, dass Sie alle Rechte besitzen, die für die Schaltung des jeweiligen Elements nötig sind und stellen uns von jeglicher Haftung frei.

Die technischen Formatvorgaben sind Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Bitte beachten Sie, dass bei abweichenden technischen Formatvorgaben auf der Auftragsbestätigung diese gelten. Bei Anlieferung in anderen Formaten ist jegliche Haftung für das Ergebnis ausgeschlossen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs)

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Werbemittel eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift oder einer elektronischen Publikation zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höhere Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Für elektronische Verbreitungsaufträge, die zu einem bestimmten Termin gebucht sind, gilt ein Anzeigenschluss von 14 Tagen vor dem gebuchten Termin.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen. Beilagen- und Beihefteraufträge sowie elektronische Kampagnen sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells und dessen Billigung bindend. Werbemittel, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Publikation erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
7. Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen, Beilagen und elektronischer Werbemittel ist der Auftraggeber verantwortlich. Eine Anzeige ist auch dann zur Zahlung fällig, wenn der Auftraggeber die Vorlage nicht rechtzeitig anliefern und die Anzeige nicht bis zum Buchungsschluss storniert. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen müssen digital übertragen werden, es gelten die Vorgaben für Datenformate und Übertragung von Druckdaten/Onlinewerbung-Vorlagen als Vertragsbestandteil.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen bzw. fehlerhafter Ausführung elektronischer Werbemaßnahmen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist das Ersatzmotiv erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber das Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die entsprechende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Diese Haftungseinschränkungen gelten nicht für den Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von einfachen Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts beschränkt. Reklamationen müssen innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.
9. Schaltet der Auftraggeber einen kostenpflichtigen Eintrag bei einem kostenfreien redaktionellen Text (beispielsweise ein Logo bei einem Firmeneintrag), so hat der Auftraggeber nur dann Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz, wenn der kostenpflichtig geordnete Teil ganz oder teilweise unleserlich, unrichtig oder unvollständig ausgeführt wurde. Bei fehlerhaftem redaktionellen Text besteht kein Anspruch auf Zahlungsminderung oder Ersatz der Anzeige.
10. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zugesandten Probeabzüge. Ein Korrekturabzug ist kostenlos. Jeder weitere angeforderte Korrekturabzug wird mit 45 Euro in Rechnung gestellt. Angeforderte Nacharbeiten an Druckvorlagen sowie Motivwechsel werden nach Aufwand in Rechnung gestellt, mindestens jedoch mit 95 Euro.
11. Platzierungsvorschriften sind nur nach schriftlicher Bestätigung des Verlages gültig. Platzierungswünsche bei Beilagen sind ausgeschlossen.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und dem Ausgleich offener Rechnungen abhängig zu machen.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Layouts und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen trägt der Auftraggeber.

15. Aus einer Auflagenminderung kann bei Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich tatsächlich verbreitete Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Auflagenminderung berechtigt nur dann zur Preisminderung, wenn sie bei einer Auflage von bis zu 50.000 Exemplaren mehr als 50 v. H. und darüber 25 v. H. beträgt.
16. Der Verlag leistet keine Gewähr bei Verlust einzelner Beilagen auf dem Vertriebsweg oder bei fehlerhafter Darstellung elektronischer Werbeformen bei einzelnen Nutzern/ Empfängern.
17. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Zuschriften auf Chiffreanzeigen werden auf dem normalen Postweg oder per E-Mail weitergeleitet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.
18. Abbestellungen von Anzeigen- und Beilagenaufträgen müssen bis zum Anzeigenschluss erfolgen. Stornierungen von Anzeigenaufträgen für spezifische Ausgaben, Sonderpublikationen oder Platzierungen sind nur möglich, sofern dies ausdrücklich vereinbart wurde. Der Verlag kann die entstandenen Satz- bzw. Produktionskosten in Rechnung stellen. Ist kein Anzeigenschluss definiert, gilt eine Frist von 14 Tagen bis zum vereinbarten Veröffentlichungstermin als letzter Stornotermin.
19. Höhere Gewalt, Betriebsstörungen, Streik usw. entbinden den Verlag von den eingegangenen Verpflichtungen.
20. Auf die Opferung der/des Erstgeborenen wird beidseitig auch im Streitfall verzichtet.
21. Der Auftraggeber stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter aus Verstößen der Anzeigen gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere des Wettbewerbs- und Urheberrechts, frei.
22. Der Verlag akzeptiert ausschließlich elektronische Druckunterlagen und Vorlagen für andere Werbeformen. Eine Pflicht zur Aufbewahrung besteht nicht. Im Auftrag des Kunden hergestellte Motive werden dem Kunden digital zur Verfügung gestellt.
23. Für Fehler jeder Art aus telefonischen Übermittlungen haftet der Verlag nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.
24. Jeglicher Nachlass entfällt bei Konkurs, Insolvenz und Zwangsvergleich.
25. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages.

Beratung, Service und Kontakt



Markus Strasser

Verlagsagentur Berg
mstrasser@verlagsagenturberg.de
Tel. (089) 578 387-75
Fax: (089) 578 387-99



Dagmar Kraux

Sales Account Manager
dak@hightext.de
Tel. (089) 578 387-71
Fax: (089) 578 387-99



Elke Lange

Sales Account Manager
ela@hightext.de
Tel. (089) 578 387-73
Fax: (089) 578 387-99

Anzeigendisposition

Anna Strommer
Telefon: (089) 578 387-51
Telefax: (089) 578 387-99
E-Mail: media@hightext.de

Leserservice

Bianka Matthies
Telefon: (089) 578 387-55
Telefax: (089) 578 387-99
E-Mail: leserservice@hightext.de

Sie sind als Media-Partner in guter Gesellschaft. Diese Unternehmen vertrauen unter anderem dem HighText-Verlag:

11880 Internet Services, 42digital, Abis, A&B One Digital, Absicht, AB Tasty, Accarda, Across Systems, AC Süppmayer, Actindo, Acxiom, ad agents, add2, adfocus, Adigma, adjust, Adobe, Advidera, afs-Akademie, Agentur Frau Wenk, AIC Service, AlphaSystems, AM-Automation, Analytica, antwerpes, Animation, AOE, APPSfactory, Apteco, Appsfactory, Ariane Rieger Messen, Arithnea, Artefact, Artelig, Artus interactive, ARU Media, AS, A+S Dialog, Asendia, AT Internet, Austrian Post, Avenit, AWIN, Axel Springer Syndication, AX Semantics, AZ Direct, Backclick, BARC, Bauer Vertrieb, BB-Verpackungen, Because Software, Bedirect, Below, Bernhard Unternehmensberatung, Best it, BEVH, BFS, Billiger.de, Bisnode, Borgmeier, bplused interactive, Briefodruck Fülle, BSI, B5 Payone, Das Büro am Draht, Burda Druck, Burda Direct Interactive, Business Data Solutions, BVDW Services, Canon, Capita, Censhare, Channel Advisor, Clicks Online, Cobra, Cocodibu, Coeo, Coma, Compañions, Communicode, Comosoft, Computop, Comspace, Comwrap, Concept-ra, Connectum, Conosco, Konstruktiv, Consultix, Contentbird, Creativestyle, CRIF Bürgel, Cyperfection, Datalab, DataM, Defacto, Delucks, Demir, Denkwerk, Dentus Aegis, Descartes Deutsche Post, Deutsche Post Adress, Deutsche Post Direkt, Dialogue1, Diconium, Direct services, Diva-e, DMA, DotSource, DOTSS, D+S, DTMS, ECX, Edialog, EDVart, Egenic, Eggheads, EHI, Elavon, Eloquenza, Emarsys, Embis, Enghouse, Eology, EOS, Epages, Episerver, EPOQ, ERP Novum, ESC, Euroexpo, Evelopment, EWERK, Exelution, Experience One, Explido, Exponea, Faktor 3, Fast Bill, Feed Dynamix, feibra, FischerAppelt, Fischer, Knoblauch, FMK, Freshworks, Fuji, G3, GB Group, General Logistics Systems, Genesys, Getaline, GKK DialogGroup, GMN, GN Audio, G51, Guuru, GV Kommunikation, Gyro, HBI, Herold, Hillert, Hirschtec, Hitachi, Holy Fashion, IAdvize, Icare, ICD, ICompetence, Ideal, Ideal-Pack, Imwebsein, In Audio, Inconso, Indima, Infopark, Informatica, Ingenico, Intellishop, Intent, Interactive Tools, Interfon, Interlutions, Intive, Inxmail, Ion2s, IPI, iTyX, Ivoca, Jahns and Friends, Joss, K2, K5, Kafka, Kameleoon, Karlsruher Messe, KCC, Key-Work, Klarna, Klickpiloten, Kochan, KoelnMesse, Koopmanndruck, KPS, Kuehlhaus, Laudert, Leap, Lingner, Loadbee, Logicbase, Logreal World, GB Group, Mac It-, Magenta, Mailingwork, Mailworxs, Majorel, Management Forum, Mapp Digital, MarAnCon, Marcapo, Marcellini, Margit Berner, Markenerz, markenmut, Markenwert, Materna, Max Fields, Mayer Network, Medewo, Media.at, Mediadress, Die Medialen, Media Mathew, Mediascale, Media science, meerdesguten, Melissa Data, Menyesch, Messenger People, Meyle-Müller, Michael Schiffer Dialog, Microm, Mielke, Mindlab, Minubo, MM3G, Moccabirds, Monday, MoovIT, Moving People, M-pathy, Namics, Neofonie, netcomm, Netgrade, Netnomics, Netzbewegung, Netzkern, Neue Deutsche Kongress, Neuland, Neveling.net, Noerdisch, Norisk, Novalnet, Novomind, Oberlo, Odoscope, Omikron, OMR, One Advertising, OSG, Optimal systems, Optimise-it, Optimizely, Oracle, OSF, Osudio, Oxid, Panadress, Park7, Paseo, Payolution, PayPal, PBdirekt, Perac, Performance werk, Performics, PIA, Pilot, Plan.Net, Plentysystems, plus-IT, Plusserver, Poet, Portica, PostNord, PR-COM, ProfiMasking, Progress, Projektil, PROLEAGION, ProLogis, promio.net, pro!vision, prudsys, Publicis Pixelpark, Puetter, PVS Fulfillment, Quantcast, Quickmail, rabbit, Rainbowprint, Rajapack, Rankeffect, Ray Sono, Staudacher, Real Solution Inkasso, Refined Labs, Related Digital, releva, Reply, Resolution Media, Rewe, Rhenus, Riegg & Partner, Rising Media, Riversand, RMG Connect, Round Earth Consulting, Rudolph Logistik, SAP, SAS Institute, SAZ Services, schalk&friends, Schneider, Schober, Scholz & Volkmer, SC-Networks, Seghorn, Selligent, SEO Ambulance, Seomaxx, SEO-Nerd, SEO Profi, Seotrust, Serviceplan, Sevenal, Seybold, Sharehouse, Shopware, Silver.solutions, Sitecore, sixlicks, SIX Payment, SlopeLift, Smarketer.de, Smart Com, Smart Digital, SM:ILE, Sommer & Co., Sommer & Goßmann, Sparda, S-Payment, Spring Global Mail, SSM, Straight, Studio Mathias Weintz, Succus, Sumago, Sunlab, sunzinet, Supermailer, Super, Superreal, Sybit, Syzygy, Tableau, Tealium, TeamBank, team neusta, Touchmore, Touchpoints, Trbo, Trebbau, Treneo, Triplesense Reply, Trusted Shops, TSO-DATA, T-Systems MMS, TWT Digital Group, UDG, Udo Bär, Unic, Unith, UPU, uptain, Valid, Valtech, Venice, Viafon, Visus, Voyager, VSP, Walter Services, W&Co MediaServices, Webmatch, Websale, Websedit, Webtrekk, wer-zu-wem, WhatzLife, Wings, Wir machen Druck, Wirtz Druck, WVD Dialog Marketing, WYSIWYG, Xamine, Xpose360, XQueue, Zenithmedia...

Verlag

HighText Verlag Graf und Treplin OHG
Schäufeleinstr. 5
80687 München
Telefon (089) 578 387-0

Geschäftsführung

Joachim Graf, Daniel Treplin
Handelsregister München HRA 72216
Steuer-Nr.: 147/242/30270
USt-IdNr. DE 130493092

Bankverbindung

Commerzbank München
IBAN: DE16 7008 0000 0849 1367 00
SWIFT-BIC: DRESDEF700