

PRESSEMITTEILUNG

28. August 2019

Sold-out bei den Ausstellern – letzte Chance für Besucher-Tickets: Die mailingtage 2019 starten schon in wenigen Tagen

TOUCHPOINT-Highlights – hierfür stehen die mailingtage 2019. Das Leit-Event für Crossmedia und Dialogmarketing bietet ein Speaker-Line-up der Extraklasse. Unternehmen wie IKEA, bonprix, HelloFresh, Serviceplan und Siemens berichten im Frankfurter Gesellschaftshaus Palmengarten über emotional relevante datengesteuerte One-to-One-Kommunikation. Trend- sowie Marktforschungsanalysten identifizieren die bedeutendsten Tendenzen. Neu sind die MasterClasses „Dialogmarketing – do’s and don’ts 2020“: 20-minütige Experten-Vorträge liefern wertvolle Inspiration und Insights für alle strategischen und operativen Content-Verantwortlichen. Wer dabei sein will, muss schnell sein. Denn der Ticketshop schließt am 2. September.

mailingtage 2019 | Die Kongressmesse für Crossmedia und Dialogmarketing

Donnerstag | 5. September 2019

Frankfurt am Main | Gesellschaftshaus Palmengarten

Emotional starke Touchpoints zum Kunden schaffen, das ist die zentrale Herausforderung für Marketing und Kommunikation. Dies ist nur durch Relevanz möglich. Modernes Customer Journey Management erlaubt es, Werbung sehr präzise und auch weitestgehend streuverlustfrei in den richtigen Kanälen zu platzieren. Haptik ist hier ein starker Impulsgeber – auch in der digitalen Customer Journey. Auf den

PRESSEMITTEILUNG

mailingtagen erfahren Besucher, warum und wie Printmailings Werbung zum Erlebnis machen und wie sie Daten aus der analogen und digitalen Welt miteinander verknüpfen, um die Customer Experience zu optimieren.

Mehr als 30 Top-Speaker präsentieren den Besuchern ihre erfolgreichen Kampagnen und geben konkrete Praxistipps. Mit dabei sind unter anderem Susan Fulczynski, bei bonprix verantwortlich für Mailings und Kataloge, Markus Weinländer, Leiter Produktmanagement SIMATIC Communication Modules Siemens AG, Peter Kleessen, Projectleader CRM bei IKEA, Alexander Seiler, Senior Director Global CRM bei HelloFresh, und Justin Liesenfeld, bei Burda verantwortlich für das crossmediale neue Apotheken-Kunden-Medium MyLife. Die Gründer & CEOs des Collaborative Marketing Clubs, Christian Hain und Robert Käfert, beantworten in ihrem Vortrag anhand der erstaunlichen Ergebnisse der CMC DIALOGPOST-Studie 2019 die Frage „Wie wirkt Print im E-Commerce als Umsatzbringer?“.

Die „MasterClass Dialogmarketing – do’s and don’ts 2020“ bietet jeweils 20-minütige Expertenvorträge. Auch Branchenneulinge bekommen hier wertvolle Informationen zu aktuellen Entwicklungen.

„Auf den mailingtagen können Marketingspezialisten aktuelle Trends diskutieren und viel voneinander lernen. Echtes Networking steht im Vordergrund“, sagt Veranstalterin Ariane Rieger. Als Moderatoren führen Simone Wastl, Geschäftsführerin von Kirchner + Robrecht management consultants, sowie Olaf Hartmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Multisense Instituts für sensorisches Marketing und Inhaber der Touchmore GmbH, durch das Programm auf zwei Bühnen. Die Highlights im Einzelnen:

Zündstoff: Porto-Erhöpfung – was nun?

- **Touchpoint Briefkasten: Potenzialanalyse in 3D – für Empfänger, Versender und Zustellunternehmen:** Niels Delater, Gründer & CEO, Spectos GmbH

PRESSEMITTEILUNG

Zündstoff: Wie wirkt Print im E-Commerce als Umsatzbringer?

- **Mehr Response durch Selektionsoptimierung – die Ergebnisse der CMC DIALOGPOST-Studie 2019:** Christian Hain und Robert Käfert, Gründer und CEOs des Collaborative Marketing Clubs

Best Practice: Deep Dive Direct-Mail

- **Mehr Conversion durch emotionale und relevante One-to-One-Kommunikation:** Peter Kleessen, Projectleader CRM, IKEA Deutschland GmbH & Co. KG, und Alexander Schäfer, CSO Paragon Customer Communications
- **Data Driven CRM & Omnichannel-Kampagnen bei HelloFresh (KI):** Alexander Seiler, Senior Director Global CRM HelloFresh SE, und Robert Rebholz, Geschäftsführer optilyz GmbH
- **„The Story of MyLife“ – digitale Transformation mit Print am Beispiel des Apothekenmarktes:** Justin Liesenfeld, Geschäftsentwicklung BurdaLife Burda Senator Verlag GmbH, und Ingo Raab, Leiter Vertrieb und Geschäftsentwicklung BurdaDruck, Burda Druck GmbH – Hubert Burda Media

Charisma 4.0 – die Aura des Erfolgs

- **Corporate Influencing zwischen Hype, PR und Marketing – Erfahrungen bei der Siemens AG:** Markus Weinländer, Siemens Digital Industries, Siemens AG, Process Automation SIMATIC Communication Products

PRESSEMITTEILUNG

Micro-Trendforschung

- **Handzettel & Flyer – Auslaufmodell oder Umsatzbringer?** Dr. Steffen Egner, Gründer und CEO MediaAnalyzer Software & Research GmbH
Trends for Your Business! Schnittstellen korrelierender Strömungen!
David Baum Innovation Advisor TRENDONE GmbH

Best Practice Conversation-Treiber

- **Von Offline zu Online – mit Print den Onlinehandel „beleben“:** Susan Fulczynski, Prozess- und Projektmanager Brand & Content Direction, bonprix Handelsgesellschaft mbH
- **Wie man Kunden nicht nur nicht verliert, sondern begeistert. Die Weltautomaten der HypoVereinsbank – der Best-in-Show-Case des MAX-Award 2018:** Alexander Windhorst, Managing Director Plan.net Connect, Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

DSGVO 2020

- **Praxistaugliche Umsetzung DSGVO 2020 – alte und neue rechtliche Vorgaben für das Direktmarketing auf Papier:** Dr. Martin Schirmbacher, Rechtsanwalt und Fachanwalt für IT-Recht, HÄRTING Rechtsanwälte PartGmbH

MasterClass „Dialogmarketing – do’s and don’ts 2020“

- **Der Sinn von Big Data ist 42:** Daniel Mundt, Geschäftsführender Gesellschafter a+s DialogGroup GmbH
- **MailingLiebe® – Der Influencer aus Papier. So kreativ, individualisiert oder automatisiert wie niemals zuvor:** Vinzenz Schmidt, Geschäftsführer Wirtz Druck – MailingLiebe®

PRESSEMITTEILUNG

Tickets: Nur noch wenige Restkarten für die mailingtage 2019 können unter www.mailingtage.de/de/2019/ticket-shop bestellt werden.

- Ende -

Ariane Rieger Medienberatung ist Veranstalterin der neuen mailingtage. Das Baden-Badener Unternehmen entwickelt seit 2002 vertriebsorientierte Konzepte für plattformübergreifendes Kundenkontaktmanagement und setzt sie erfolgreich auf Leitmessen um.

Deutschlandweit einzigartig, erfasst und analysiert die AR-Medienberatung seit 2006 europaweit über 750 B2B-Messen und Konferenzen, um zu den Schwerpunkten eCommerce, Retail, Logistik, Print, Online, Mobil und IT-Services Speaker und Aussteller themenspezifisch bestmöglich zu platzieren. Diesen Full Service nutzen derzeit Aussteller und Speaker auf über 70 Events pro Jahr.

Bildmaterial zu den Speakern der mailingtage gibt es als Download unter:
www.mailingtage.de/media/download/190708-mt19-speaker-moderatoren.zip

Sämtliche Presseinformationen und weitere Bilder erhalten Sie unter:
www.mailingtage.de/de/2019/informationen

Medienkontakt:

Ariane Rieger Medienberatung

E: info@mailingtage.de

M: +49 172-684 99 88

T: +49 7221-39 02 40

F: +49 7221-39 02 41