



11. wissenschaftlicher interdisziplinärer
Kongress für **Dialogmarketing**

Mittwoch, der 21. September 2016

**Wiesbaden Business School
Hochschule RheinMain
Bertramstraße 27
65185 Wiesbaden**

- Wissen, das Sie weiterbringt
- Referenten und Themen, die Sie begeistern
- Und natürlich: entspannter Dialog

www.kongressfuerdialogmarketing.de



Deutscher
Dialogmarketing
Verband e.V.



Hochschule **RheinMain**
Wiesbaden Business School

DAS PROGRAMM

Moderation: Dr. Claudio Felten, Prof. Dr. Ralf. T. Kreutzer

9.30 Uhr	Kaffee-Empfang
10.00 Uhr	Begrüßung Reinhard Pranke, Vizepräsident Bildung und Forschung, DDV e.V. Prof. Dr. Detlev Reymann, Präsident der Hochschule RheinMain Prof. Dr. Patrick Griesar, Dekan der Wiesbaden Business School
10.30 Uhr	Political Marketing – Eine natürliche Spielwiese für das Dialogmarketing. Dr. Jochen Basting, EBS Universität
11.00 Uhr	Theoretische und empirische Betrachtung des Privacy Paradoxons – ein Erklärungsversuch. Dipl.-Psych. Paul Gerber, TU Darmstadt
11.30 Uhr	Kaffeepause
12.00 Uhr	Preisverleihung Alfred Gerardi Gedächtnispreis <ul style="list-style-type: none">• Kurzpräsentationen der Preisträger• Laudatio durch den Juryvorsitzenden Bernd Ambiel
13.00 Uhr	Mittagspause
14.00 Uhr	Aufbau und Management von Online Communities für eine nachhaltige Kundenbeteiligung. Prof. Dr. Dorothea Schaffner, Hochschule Luzern
14.30 Uhr	Kundenbewertungen erfolgreich in der Praxis einsetzen. Prof. Dr. Matthias Schulten, Hochschule Furtwangen
15.00 Uhr	Kaffeepause
15.30 Uhr	Individuelle Kundenansprache durch Cross-Channel-CRM – Potentiale und organisationale Herausforderungen im Lebensmitteleinzelhandel. Prof. Dr. Annett Wolf, Karolin Schmidt, Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin
16.00 Uhr	Kundenbeziehungstypen im E-Commerce: Segmentierung auf Basis individueller Kundenerwartungen. Harald Rametsteiner, Katharina Visur, Fachhochschule St. Pölten
16.30 Uhr	Zusammenfassung und Verabschiedung
17.00 Uhr	Ende der Veranstaltung

DIE MODERATOREN



Dr. rer. pol. Claudio Felten

ist Geschäftsführer und Managing Partner der buw consulting GmbH, Deutschlands größter Kundenmanagementberatung. Er studierte Volkswirtschaftslehre an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und arbeitete als wissenschaftlicher Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, CRM, Strategisches und Internationales Management sowie quantitativen Methoden in der Ökonomie. Dr. Felten arbeitet als Dozent und Lehrbeauftragter für Betriebswirtschaftslehre, Marketing und Unternehmensberatung an verschiedenen Universitäten, Hochschulen, Wirtschaftsakademien und Weiterbildungsinstituten. Derzeit hat er einen Lehrauftrag für Kundenmanagement und Strategisches Management an der Universität Osnabrück inne.



Prof. Dr. Ralf T. Kreutzer

ist seit 2005 Professor für Marketing an der Berlin School of Economics and Law sowie Marketing- und Management Consultant. Er war 15 Jahre in verschiedenen Führungspositionen bei Bertelsmann, Volkswagen und der Deutschen Post tätig, bevor er 2005 zum Professor für Marketing berufen wurde. Prof. Kreutzer hat durch regelmäßige Publikationen und Vorträge maßgebliche Impulse zu verschiedenen Themen rund um Marketing, Dialog-Marketing, CRM/Kundenbindungssysteme, Database-Marketing, Online-Marketing, Social-Media-Marketing, Digitaler Darwinismus, strategisches sowie internationales Marketing gesetzt und eine Vielzahl von Unternehmen im In- und Ausland in diesen Themenfeldern beraten. Seine jüngsten Buchveröffentlichungen sind „Praxisorientiertes Marketing“ (4. Aufl., 2013), „Corporate Reputation Management“ (2013), „Digitaler Darwinismus“ (2. Aufl., 2016), „Praxisorientiertes Online-Marketing“ (2. Aufl., 2014), „Dematerialisierung Die Neuverteilung der Welt“ (2015), „Kundenbeziehungsmanagement im digitalen Zeitalter (2016), „Digital Business Leadership“ (2016) sowie „Online Marketing – Studienwissen kompakt“ (2016).

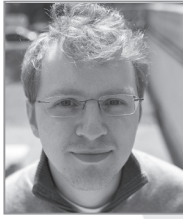
DIE REFERENTEN



Dr. Jochen Basting

promovierte im Anschluss an sein Studium der Betriebswirtschaftslehre an der European Business School (EBS University), der Universidad Argentina de la Empresa in Buenos Aires (ARG) und der California State University in Fresno (USA) im Themenfeld des Political Marketing. Seit 2008 arbeitet er bei der gkk DialogGroup GmbH und betreute verschiedene Projekte als Kunden- und Standortverantwortlicher. Seit 2014 leitet er den Bereich Dialog Center standortübergreifend als Mitglied der Geschäftsleitung. Als freier Dozent hat er mehrere Lehraufträge in verschiedenen Bachelor-/Master- und Executive-Programmen und arbeitete 2012 als Gastprofessor an der Universidad de Chile in Santiago de Chile.

DIE REFERENTEN



Dipl.-Psych. Paul Gerber

ist seit dem Abschluss seines Psychologiestudiums im Jahr 2012 als wissenschaftlicher Mitarbeiter für die Forschungsgruppe Arbeits- und Ingenieurpsychologie an der Technischen Universität Darmstadt tätig. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen (mobiler) digitaler Privatsphäre und Produktevaluation mittels Eye- und Emotiontracking. Hierbei arbeitet Herr Gerber auch in Kooperation mit dem Fachbereich Informatik der Technischen Universität Darmstadt am vom BMBF geförderten Projekt MoPPa – Modellierung des Privacy-Paradoxons aus technischer und psychologischer Sicht. In den Jahren 2014 und 2015 arbeitete er bereits gemeinsam mit dem Fachbereich Informatik am ebenfalls durch das BMBF geförderte Projekt „Zertifizierte Sicherheit mobiler Anwendungen“ (ZertApps).



Mag. Harald Rametsteiner

ist Dozent und Lehrgangleiter an der Fachhochschule St. Pölten. Er lehrt die Schwerpunkte Dialogmarketing, Sales und E-Commerce. Zu seinem beruflichen Background gehören führende Funktionen als Marketing Manager bei Kraft Foods und als Werbeleiter bei der Österreichischen Post. Er ist Mitglied des Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) und Projektleiter vom Dialogmarketing Rookie-Nachwuchspreis.



Dr. oec. Dorothea Schaffner, Prof. FH

ist seit 2007 Dozentin und Projektleiterin am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Seit 2013 ist sie in der Funktion als Forschungskordinatorin Mitglied der Institutsleitung. Zuvor promovierte sie im Bereich Entscheidungsverhalten an der Universität St. Gallen. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich Konsumentenverhalten, Kommunikationswirkung, Umweltpsychologie und Entscheidungsverhalten. In angewandten Forschungsprojekten untersucht sie insbesondere psychologische Einflussfaktoren auf das Konsumentenverhalten im Zuge der Digitalisierung.



Karolin Schmidt

absolviert seit 2016 den Masterstudiengang Industrial Sales and Innovation Management an der HTW Berlin. Davor studierte sie ebenfalls an der HTW Berlin von 2011 bis 2015 Betriebswirtschaftslehre, mit den Schwerpunkten Marketing und Operation Management, und erlangte 2015 mit ihrer Bachelorthesis zum Thema Cross-Channel-CRM: Möglichkeiten und Grenzen einer effizienten Kundenansprache – dargestellt am Beispiel des Lebensmitteleinzelhandels erfolgreich den Grad Bachelor of Arts. Während des Studiums war sie als Studentische Hilfskraft im Bereich Marketing & Vertrieb für verschiedene Unternehmen tätig, wie z. B. Volkswagen AG und Biomet Deutschland GmbH. Seit 2015 arbeitet sie als Studentische Hilfskraft bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG im Bereich Markets.

DIE REFERENTEN



Prof. Dr. oec. (HSG) Matthias Schulten

lehrt und forscht an der Fakultät Digitale Medien an der Hochschule Furtwangen. Sein Fokus liegt auf der Entwicklung von Marketing- und CRM-Konzepten in digitalen Kontexten sowie auf der Markenführung im Cross-Channel-Management. Vor seinem Ruf an die Hochschule Furtwangen verantwortete Prof. Dr. Schulten den Bereich Beratung und Konzeption bei der Cocomore AG, wo er Markenkonzepte für Unternehmen, wie z. B. Nestlé, Procter & Gamble, real,-, Sanofi Aventis, Reader's Digest, Ravensburger und VR Leasing entwickelte. Prof. Dr. Matthias Schulten ist Autor verschiedener Veröffentlichungen. Aktuell beschäftigt er sich mit Online-Kundenempfehlungen.



Katharina Visur, MA

ist Absolventin des Masterstudienganges „Media- und Kommunikationsberatung“ mit Vertiefung auf Dialogmarketing und Werbung (Fachhochschule St. Pölten/Österreich). Im Rahmen ihrer Abschlussarbeit untersuchte sie den österreichischen E-Commerce in Hinblick auf unkonventionelle Segmentierungsansätze und beschäftigte sich mit Kundenbeziehungsportfolios diverser Online-Einzelhändler. Nach mehrjähriger Berufserfahrung im Bereich Onlinemarketing ist sie aktuell in der Position des Customer Relationship Managers für den mobilen Online-Marktplatz Shpock tätig. Dabei ist sie für die Aktivierung und Bindung von Kunden in sechs europäischen Märkten verantwortlich.



Prof. Dr. Annett Wolf

ist seit 2012 als Professorin für Marketing und Strategische Unternehmensführung an der HTW – Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin tätig. An der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg studierte sie von 1999 bis 2004 Betriebswirtschaftslehre. Am Lehrstuhl für Marketing & Handel von Prof. Dr. Dirk Möhlenbruch arbeitete sie von 2004 bis 2010 als wissenschaftliche Mitarbeiterin und promovierte dort. Für die Marketing- & Strategie Beratung Conomic übernahm sie diverse Beratungsaufträge für Unternehmen aus Industrie und Handel wie z. B. Otis, Edeka, Rewe oder MäcGeiz. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen B2B-Marketing, Markenpolitik in Industrie und Handel, Grundfragen des Strategischen Managements, Preisstrategien im Multi-Channel-Retailing, Käuferverhaltensforschung in Industrie und Handel sowie zum Thema Frauen in Führungspositionen. Sie ist Preisträgerin des Wolfgang Wirichs Förderpreises im Handel 2012 für die Dissertation zum Thema „Premiumhandelsmarken im Sortiment des Einzelhandels“. Diese ist im Jahr 2011 im renommierten Gabler-Verlag erschienen. Seit 2015 ist sie Gutachterin der AfM-Periodika „PraxisWISSEN Marketing“.

DIE TEILNAHMEGEBÜHREN

Hochschulen im DDV: **100,- EUR ***

weitere DDV-Mitglieder: **200,- EUR ***

Studenten (bei Vorlage einer
Immatrikulationsbescheinigung): **50,- EUR ***

Mitglieder kooperierender
Verbände (DMVÖ, SDV, Marketing
Club Mainz-Wiesbaden): **200,- EUR ***

Nicht-Mitglieder **400,- EUR***

* Jeweils zzgl. MwSt.

In die Teilnahmegebühren eingeschlossen ist der Tagungsband zur Veranstaltung, die Teilnehmer erhalten diesen nach Erscheinen zugesandt.

Hotelempfehlungen in der Nähe des Tagungsortes:

Hotel Oranien Wiesbaden

Platter Straße 2
65193 Wiesbaden
Tel. 0611 / 18 820
www.hotel-oranien.de

Mercure Hotel Wiesbaden City

Bahnhofstraße 10
65185 Wiesbaden
Tel. 0611 / 1620
www.mercure.com

Motel One Wiesbaden

Kaiser-Friedrich-Ring 81
65185 Wiesbaden
Tel. 0611 / 45 02 080
www.motel-one.com

Zur Anmeldung nutzen Sie bitte das angefügte Formular:

Einfach ausfüllen, abtrennen und per Fax an Bettina Höfner.

Faxnummer:
069 / 401 276 599

Mit freundlicher Unterstützung von:

Sponsoren und Partner:

a+s DialogGroup

» BELOW

BÜRCEL

[buw] consulting
Wir können Kunde.

DMVÖ
Dialog Marketing Verband Österreich

DORNER
PRINT & MAIL

gkkdialog
group

JAHNS AND FRIENDS

MARKETING CLUB
MAINZ-WIESBADEN

marketintelligence

Schober
The Future of Targeting

SDV
Schweizer Dialogmarketing Verband

Verlag für die
Deutsche Wirtschaft
AG

Medienpartner:

a **acquisa**

FISCHER'S ARCHIV
KAMPAGNEN PUR

marketing
BÖRSE
www.marketing-boerse.de

ONE to ONE
NEW MARKETING

Sales Management
Review

Versandhausberater

Der Alfred Gerardi Gedächtnispreis wird unterstützt durch die Firma:

Printus
Ihr Partner für Bürobedarf

IHRE ANMELDUNG

11. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing

Mittwoch, der 21. September 2016

Wiesbaden Business School, Hochschule RheinMain,
Bertramstraße 27, 65185 Wiesbaden

Abendveranstaltung am Dienstag, dem 20. September 2016

ab 19.30 Uhr in Käfer's Bistro, Kurhausplatz 1, 65189 Wiesbaden

Ja, ich nehme am 11. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing teil.

Ich bin Mitglied im DDV: Ja Nein

Ich bin Mitglied im DMVÖ, SDV oder Marketing Club Mainz/Wiesbaden:

Ich bin Student, Immatrikulationsbescheinigung liegt bei:

Die Teilnahmegebühr beträgt für Hochschulen im DDV 100,00 Euro*, für weitere DDV-Mitglieder, Mitglieder des DMVÖ, des SDV und des Marketing Club Mainz/Wiesbaden 200,00 Euro* sowie 400,00 Euro* für Nicht-Mitglieder. Studenten zahlen 50 Euro*.

* Teilnahmegebühr jeweils zuzüglich MwSt. / In die Gebühren eingeschlossen ist ein Tagungsband zur Veranstaltung.

Ja, ich nehme an der Vorabendveranstaltung teil.

Absender/Rechnungsanschrift

Firma/Hochschule

Vorname, Nachname

Straße, Hausnummer

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Datum

Unterschrift

**Klicken Sie hier,
um die Anmeldung
auszudrucken!**