



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Call for Papers

Der Deutsche Dialogmarketing Verband e.V. (DDV) veranstaltet am

Dienstag, 24. September 2019

den

14. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing.

Der ganztägige Kongress findet im Jahr 2019 an der Hochschule Pforzheim statt.



Status Dialog- und Data-Driven-Marketing:

Der größte Teil aller Werbeinvestitionen fließt aktuell in das Dialogmarketing und die interaktive Kommunikation. Neue digitale Dienste beschleunigen das quantitative Wachstum und verändern zugleich die Qualität sowie Anforderungen an das Dialogmarketing. Die Anzahl der wissenschaftlich arbeitenden Personen und Institutionen im Dialogmarketing steigt von Jahr zu Jahr. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung forschen zahlreiche Disziplinen direkt oder indirekt zu Fragestellungen rund um das Thema Dialogmarketing.

Ziele des Kongresses:

- Vorstellung und Diskussion aktueller Forschungsprojekte zum Dialog- und Data-Driven-Marketing
- Darstellung der Vielfältigkeit der Forschungsansätze aus den unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen (Betriebswirtschaftslehre, Psychologie, Soziologie, Jura, Informatik, Kommunikationswissenschaften, Journalismus, usw.)
- Förderung des wissenschaftlichen Austauschs zwischen den Hochschulen
- Plattform für Networking und Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis

Zielgruppe der Veranstaltung sind Professorinnen und Professoren, Wissenschaftler/-innen, wissenschaftlicher Nachwuchs sowie interessiertes Fachpublikum aus der Unternehmenspraxis.



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Veranstalter ist der Deutsche Dialogmarketing Verband e.V. (DDV).

Der DDV ist einer der größten nationalen Zusammenschlüsse von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa und gehört zu den Spitzenverbänden der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Als die treibende Kraft der Data Driven Economy repräsentiert der DDV Unternehmen, die Daten generieren oder für den professionellen datenbasierten und kundenzentrierten Dialog nutzen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern wollen wir substantielle Mehrwerte durch individuelle Beziehungen zwischen Menschen, Marken und Unternehmen in einer vernetzten Welt schaffen. Schwerpunkte des Verbandsengagements sind politische Arbeit, Informationsaustausch, Qualitätssicherung und Nachwuchsförderung.

Weitere Informationen: www.ddv.de

Im DDV haben sich zudem rund 80 Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer organisiert.

Kongress-Sprachen sind Deutsch und Englisch.

Agenda: Geplant sind 6 **Vortragsslots á 30 Minuten**. Bestandteil der Veranstaltung ist zudem die Verleihung des Alfred Gerardi Gedächtnispreises 2019, den der DDV jährlich für die besten Abschlussarbeiten (in den Kategorien Dissertation, Master- und Bachelorthesis) im Dialogmarketing verleiht. Die Preisträgerinnen und Preisträger stellen im Rahmen der Preisverleihung ihre Arbeiten in Kurzpräsentationen vor.

Der DDV ruft hiermit alle interessierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auf, Vorschläge für Vorträge einzureichen.

Bewerbungsschluss ist Donnerstag, der 9. Mai 2019

Bitte senden Sie Ihre Vorschläge als Abstract per E-Mail (Word oder pdf-Datei, 1-2 DIN A4-Seiten, 12 Punkt, zweifacher Zeilenabstand) an den Deutschen Dialogmarketing Verband e.V., Bettina Höfner, b.hoefner@ddv.de, Tel. +49 69 401 276 541.



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Vortragsthemen sollen sich mit einem aktuellen für das **Dialogmarketing relevanten Thema im weiteren Sinne** beschäftigen, wie z.B.:

- Unternehmensstrategie, -organisation und Prozesse
 - Organisation und Strategie von Akteuren im Dialogmarketing
 - Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle im Dialogmarketing
 - Organisationswissenschaften für Dialogmarketing (Kommunikationsmodelle, Führung, Arbeitszufriedenheit)
- Dialogmarketing-Medien
 - Einsatz und Erfolgsfaktoren
 - Neue Instrumente und Trends im Dialogmarketing
 - Dialogmarketing-Anwendungen in verschiedenen Disziplinen (z.B. Medizin, Agrarwissenschaft, Politikwissenschaft)
 - Dialogmarketing-Einsatz in verschiedenen Branchen (z.B. Versandhandel, Finanzdienstleistungen, Automobil)
- Dialogmarketing Methoden und -Instrumente
 - Methoden der Werbewirkung, Effizienzmessung, Statistik, Marktforschung
 - Data-Driven Marketing, Artificial Intelligence, Targeting & Big Data
 - Marketing Automation
- Integrierte online- & offline- Kommunikation
 - Integrierter, kundenzentrierter Dialog
 - Integration von online- & offline-Medien
 - Optimierung von integrierten Mediaplänen & -budgets
 - Mediensynergien
- Kundenmanagement (CRM) und -dialog
 - Kundenwert
 - Kundenlebenszyklus (z.B. Akquise, Bindung, Rückgewinnung)
 - Kundenzentrierte Kommunikation (z.B. online & offline, integriert)
 - Kundendaten (z.B. Sammlung, Pflege, Integration)
 - CRM-Systeme und deren Einsatz
 - Loyalitätsprogramme
- Branding und Dialog(medien)
 - Digitale Markenführung im Web
 - Communities & Brand Love
 - Krisenkommunikation



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

- Permission Marketing
 - Datenschutz
 - Rechtsnormen
 - Opt-In Generierung

- Online Marketing
 - E-Commerce
 - Social Media
 - Integration der Dienste

- Internationaler Dialog
 - Ansprache und Kommunikation in anderen Kulturen
 - Länderübergreifende Kommunikation
 - Rechtliche Besonderheiten
 - Ethnomarketing
 - Standardisierung und Differenzierung der Kommunikation

Im Anschluss an den Kongress wird ein Tagungsband erstellt. Der Tagungsband des Jahres 2018 wird voraussichtlich im April 2019 unter dem Titel „Dialogmarketing Perspektiven 2018/2019“ im Verlag SpringerGabler erscheinen.

Kontakt und weitere Informationen:

HS Pforzheim
Prof. Dr. Rebecca Bulander
Tiefenbronner Straße 65
75175 Pforzheim
Tel. +49 7231 28 64 99
E-Mail: rebecca.bulander@hs-pforzheim.de

DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.
Bettina Höfner
Hahnstraße 70
60528 Frankfurt
Tel. + 49 69 401 276 541
E-Mail: b.hoefner@ddv.de