

# Grußwort 75 Jahre Deutscher Dialogmarketing Verband e. V.

Schriftliches Statement

**Bertram Brossardt, Hauptgeschäftsführer der vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich darf Sie im Namen der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. zum 75. Jahrestag Ihres Bestehens herzlich beglückwünschen.

75 Jahre sind eine lange Wegstrecke, auf der leicht auch einmal Ermüdungserscheinungen auftreten können. Der Deutsche Dialogmarketing Verband aber zeigt sich auch im Jahr 2023 noch so frisch und lebendig wie bei seiner Gründung 1948. Der DDV präsentiert sich heute als starke Gemeinschaft, die sich entschlossen und erfolgreich für die Interessen Ihrer Mitglieder im E-Commerce und Dialogmarketing einsetzt. Die hohe Reputation Ihres Verbandes zeigt, dass bei der Vertretung seiner Anliegen Kompetenz und Effizienz eine glückliche Liaison eingegangen sind. Dem DDV ist es gelungen, seine bundesweiten Mitgliedsunternehmen sachkundig zu unterstützen und ein weit gespanntes Netzwerk für den wirtschaftlichen Erfolg durch Dialogmarketing zu bilden. Unermüdlich hat der DDV über Jahrzehnte gezeigt, dass er und seine Mitglieder für gewissenhaftes, rechtskonformes und erfolgreiches Marketing mit Kundendaten stehen. An diesem Erfolg hat Ihr Präsident Patrick Trapp maßgeblichen Anteil. Wir sind dankbar, dass er seine Expertise bei uns im Vorstand der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. einbringt.

Wir alle wissen: Dialogmarketing ermöglicht es Unternehmen, besonders in einer Zeit des „Informationsüberflusses“, die Kunden direkt anzusprechen und zu erreichen. Mit diesem Ansatz kann der Kundendienst effizienter werden und Unternehmen können ihre Produkte und Dienstleistungen unmittelbarer vermarkten. Dialogmarketing kann auch dazu beitragen, Kunden mit persönlicheren und informativeren Nachrichten zu erreichen und die Kundenloyalität zu stärken. Eine der bedeutendsten Herausforderungen der Branche ist es, sich schnell an technologische Entwicklungen und sich ändernde Kundenpräferenzen anzupassen. Insbesondere die jüngeren Generationen sind ständig online und verbringen viel Zeit mit Social Media. Deswegen ist es wichtig, sich als Unternehmen auch adäquat in der digitalen Welt zu präsentieren. Verbraucher von heute verlangen ein Höchstmaß an Individualität bei der werblichen Ansprache und der Angebotserstellung. Gleichzeitig erwarten sie im digitalen Zeitalter, sich in Echtzeit mit Unternehmen austauschen zu können. Digitale Kommunikationskanäle eröffnen mehr denn je die Chance, eine nachhaltige Kundenbindung zu starten und zu erhalten.

Im Dialogmarketing ist die Verarbeitung personenbezogener Daten eine Grundvoraussetzung für die alltägliche Arbeit. Die Umsetzung der Regelungen der Datenschutzgrundverordnung waren und sind für die Branche eine große Herausforderung. Sowohl bei der Nutzung von Bestandsdaten, bei der Entwicklung von Kundenprofilen und der Werbeselektion müssen die Regelungen des Datenschutzrechts eingehalten werden. Die vbw hat sich im Gesetzgebungsverfahren der Datenschutzgrundverordnung immer eng mit dem DDV abgestimmt und sich für eine praxisgerechte Ausgestaltung ausgesprochen.

Auch bei der ePrivacy-Verordnung, die seit vielen Jahren auf europäischer Ebene verhandelt wird, steht die vbw an der Seite des DDV und setzt sich dafür ein, dass klare und angemessene Rahmenbedingungen geschaffen werden. Wir sind uns mit dem DDV einig: Durch die ePrivacy-Verordnung dürfen keine technischen Innovationen unterbunden werden. Sonst würde Europa im internationalen Wettbewerb an Boden verlieren. Dies würde den europäischen und nationalen Bestrebungen, datengetriebene Innovationen und den Datenzugang zu fördern, entgegenstehen. Es muss ein angemessener Ausgleich zwischen der informationellen Selbstbestimmung und der Vertraulichkeit der Kommunikation sowie der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit geschaffen werden.

Denn festzuhalten bleibt: Digitale Kommunikationskanäle eröffnen mehr denn je die Chance, einen nachhaltigen Dialog zu starten. Daher wird das Dialogmarketing auch weiterhin von großer wirtschaftlicher Bedeutung in der Werbewirtschaft sein. Es ermöglicht Unternehmen auch in Zukunft, neue Kunden zu gewinnen und bestehende zu halten. Es kann dazu beitragen, neue Ideen, Produkte und Dienstleistungen zu Menschen auf der ganzen Welt zu bringen und so auch die Innovationskraft unserer bayerischen Unternehmen zu stärken.

Ich bin sicher, dass sich der DDV auch dieser Aufgabe mit großem Engagement widmen und zeigen wird, dass er auch mit 75 die künftigen Trends in seiner Arbeit antizipieren wird. Für die in den nächsten Jahren anstehenden Herausforderungen wünsche ich dem DDV im Namen der vbw viel Glück und Erfolg.

Kontakt: Thomas Hansbauer, Tel. 089-551 78-361, E-Mail: [thomas.hansbauer@ibw-bayern.de](mailto:thomas.hansbauer@ibw-bayern.de)