



Jetzt bei der CO-BRANDS anmelden und mit Dialoghaus 100 EUR sparen

Sehr geehrte Frau Kuhlendahl,

neben der Standalone E-Mail ist die Inbox Ad ein weiteres Werkzeug für erfolgreiches E-Mail Marketing. Sie fügt sich als Native-Advertising-Format auf selbstverständliche Weise in die Postfächer von E-Mail Providern ein und lässt sich wie eine E-Mail öffnen. Ob Branding, Kundenakquise oder Abverkauf - wir zeigen Ihnen heute in unserem Ticker auf, wie Sie dieses Tool erfolgreich nutzen.

Außerdem freuen wir uns über Potentialzuwachs bei den ausgehenden Warensendungen von fliegende Pillen und möchten Ihnen die Beilagenplätze der erfolgreichen Versandapotheke für 2018 empfehlen. Die Zielgruppe 40plus erreichen Sie außerdem mit dem Gutscheineft 40plus, das im September erscheinen wird. Buchen Sie schnell, es wird Konkurrenzausschluss gewährt.

Für die unter Ihnen, die in 2018 auf der Suche nach interessanten Marketingkooperationen sind, bieten wir die Teilnahme an der CO-BRANDS jetzt zu einem vergünstigten Teilnahmepreis an. Interessiert? Mehr darüber lesen Sie heute in unserem Ticker.

Herzliche Grüße,

Ihre

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

Inbox Ad – gezielte Kundenansprache und volle Aufmerksamkeit garantiert!

Steigflug für fliegende-pillen.de: jetzt mit 320.000 Aussendungen pro Jahr

Gutscheineft 40plus DEUTSCHLAND

CO-BRANDS 2018: Treffen Sie am 19. April Ihre potentiellen Kooperationspartner für 2018

Unsere neue Kollegin am Standort Hamburg: Sophia Ripplinger

Online

Inbox Ad – gezielte Kundenansprache und volle Aufmerksamkeit garantiert!

Die Inbox Ad ist eine Anzeige in den GMX, WEB.DE und freenet.de FreeMail Postfächern, mit der über 30 Mio. FreeMail-Nutzer gezielt erreicht werden können. Sie wird in den E-Mail Verlauf eingefügt und erzeugt dadurch besondere Relevanz. Ihre Anzeige erscheint dabei an Platz 3 oder 5 der Eingangsmails unter den aktuellsten Mails und hat den „Look“ einer Email.

Nähere Infos finden Sie in unserem [FactSheet](#).



Alina Zündorf | az@dialoghaus.com | 02173 - 84 83 - 203

Zielgruppen

Steigflug für fliegende-pillen.de: jetzt mit 320.000 Aussendungen pro Jahr

Gute Neuigkeiten zum Jahresbeginn: Mit nunmehr über 26.500 Aussendungen pro Monat verzeichnet dieser exklusive Versandpartner von Dialoghaus ein erfreuliches Wachstum und legt damit um über 33% beim Versandaufkommen zu.



In gewohnter Qualität bietet die Birken-Apotheke unter Ihrer Domain fliegende-pillen.de Ihren Kunden ein breites Sortiment an rezeptfreien und verschreibungspflichtigen Medikamenten für eine Vielzahl an Anwendungsbereichen.

Werben mit fliegende-pillen.de

Nutzen Sie fliegende-pillen.de zur Neukundengewinnung über den Beilagenkanal und erreichen Sie eine gesundheitsorientierte aktive und naturverbundene Zielgruppe.

Zielgruppenprofil fliegende-pillen.de

- 99 % Privatadressen, davon 40 % männlich / 60 % weiblich
- Altersschwerpunkt 45 bis 60 Jahre
- mittlere Kaufkraft
- gesundheitsbewusst, bildungsorientiert, naturverbunden, freizeitaktiv
- durchschnittlicher Auftragswert € 55,-

Den Einsatz der Werbemöglichkeiten empfehlen wir besonders Versendern und Anbietern aus den Bereichen Reise und Freizeit, Gesundheit und Wellness, Umweltschutz sowie Haus/Garten.

Alle Informationen und Konditionen finden Sie in der [brandaktuellen Datenkarte](#).

Denise Wiechern | dw@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 20

Gutscheinheft 40plus DEUTSCHLAND

Das Gutscheinheft 40plus wird als Paketbeilage bei Versendern und Online-Shops gestreut, deren Kunden älter als 40 Jahre sind. Da das Gutscheinheft als Paketbeilage gestreut wird, ist sichergestellt, dass die Zielgruppe postkauf- und internetaffin ist, was sehr gute Responsewerte verspricht.



Das **Gutscheinheft erscheint in einer Auflage von 150.000 zum 01. September 2018** und ist ideal zur

Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen, die im Herbst/Winter benötigt werden: Winterbekleidung, Wintersport, Apotheke, Reisen, Bücher, Fotoartikel, Geschenke, Wohn- und Küchenbedarf, Delikatessen und vieles mehr.

Zielgruppenprofil

- 60 % Frauen, 40 % Männer
- Privatkunden
- Alter ab 40 Jahre
- kauffreudig und qualitätsorientiert

Welche Marketingvorteile die Teilnahme am Gutschein hat und weitere Informationen dazu finden Sie auf unserem [FactSheet](#).

Jeannette Kuhlendahl | js@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 24

Events

CO-BRANDS 2018: Treffen Sie am 19. April Ihre potentiellen Kooperationspartner für 2018

Dialoghaus Geschäftspartner sparen 100 EUR Teilnahmegebühr

Am 19. April ist es wieder soweit: Dann treffen sich auf der CO-BRANDS 2018 in Hamburg Marketingentscheider von Top-Unternehmen, um in organisierten 4-Augen-Gesprächen per Speeddating Partner für gewinnbringende Markenkooperationen zu finden. Seien auch Sie dabei und nutzen Sie das effektive CO-BRANDS Konzept für Ihren Marketingerfolg! Es haben sich bereits einige Teilnehmer aus namhaften Unternehmen für die CO-BRANDS 2018 angemeldet, u.a. Ferrero, Yves Rocher, MediaMarktSaturn und Lieferando.



Das erwartet Sie auf der CO-BRANDS 2018:

1. Exklusiv: Hochkarätige Teilnehmer aus Top-Unternehmen aller Branchen

2. Fokussiert: Zehn 4-Augen-Gespräche à 25 Minuten an einem Tag



3. Zielgerichtet: Ihre Wunsch-Gesprächspartner wählen Sie vorab selbst aus

4. Informativ: Keynote Speaker ist der renommierte Marketingprofessor Carsten Baumgarth mit dem Thema „Farbrausch trifft RAL 4010: Co-Branding mit Kunst“

5. Karriere-Beschleuniger: Hohes Networking Potenzial zusätzlich durch Breaks & Abendveranstaltung

6. Top Location: Das exklusive Design-Hotel East im Herzen von Hamburg

Die Teilnahmegebühr beträgt **bis zum 02.03.2018 990 Euro**, danach 1.290 Euro. Sie sparen 100 Euro zusätzlich, wenn Sie auf www.co-brands.de bei „Eingabe Partnercode“ angeben: **„Dialoghaus“**

Neugierig? Weitere Informationen zum Event finden Sie auf dem CO-BRANDS Portal unter www.co-brands.de.

Jeannette Kuhlendahl | js@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 24

In eigener Sache

Unsere neue Kollegin Sophia Ripplinger – Neue Töne im Dialoghaus-Ensemble

Bei Dialoghaus seit
Januar 2018.

Was habe ich vor Dialoghaus gemacht?

Aufgewachsen bin ich im ländlichen Saarland. Für das Studium wollte ich die Großstadt kennenlernen und zog nach dem Abitur nach Hamburg um hier „Medien- und Kommunikationswissenschaft“ zu studieren. Während dieser Zeit arbeitete ich im Schuh-Einzelhandel als Aushilfe. Als ich jedoch mein Master-Studium – „Information, Medien, Bibliothek“ an der HAW Hamburg – begann, entschloss ich mich, passendere Praxiserfahrungen zu sammeln. Ich arbeitete beim NDR und bin dann bei Dialoghaus eingestellt worden.



Was mache ich bei Dialoghaus?

Ganz nach meinen zukünftigen Berufsvorstellungen darf ich das Hamburger Dialoghaus-Team als studentische Vertriebsassistentin unterstützen. Ich helfe Projekte und Kunden zu betreuen und erledige auch allgemeine Verwaltungsaufgaben. Ich lerne enorm viel dazu und bin sehr froh, mein Studium so unterstützen zu können.

Was mache ich privat gerne?

Generell bin ich ein sehr gemütlicher Mensch, der gerne Videospiele spielt oder liest. Ansonsten singe ich mit Leidenschaft im Chor meiner Hochschule und versuche gerade zu lernen, wie man die Geige spielt. Momenten noch eher schlecht als recht. Aber ganz nach meinem Motto – „Wer nicht wagt, der nicht gewinnt“ – versuche ich es tapfer weiter!

Sophia Ripplinger | service@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 23

Impressum

Dialoghaus GmbH

Hardt 22 • D-40764 Langenfeld • T 0 21 73 / 84 83- 0 • F 0 21 73 / 84 83 -222

Borsteler Chaussee 111 • D-22453 Hamburg • T 040 / 46 88 58 - 0 / • F 040 / 46 88 58 - 25

Geschäftsführer: Jeannette Kuhlendahl, Dipl.-Geogr. Juliane Jung

Amtsgericht Düsseldorf, HRB 36523

info@dialoghaus.com - www.dialoghaus.com

Sie erhalten diesen Newsletter, weil Sie den Dialoghaus Newsletter abonniert haben, oder weil wir Sie in unserer Datenbank als Kunde, Interessent oder Partner von Dialoghaus führen. Wenn Sie diesen Service nicht mehr beanspruchen möchten, können Sie uns eine Nachricht schicken, und Ihre E-Mail Adresse wird umgehend aus unserem E-Mail Verteiler gelöscht.

[Newsletter anmelden](#) - [Newsletter abmelden](#)