



In Kunden- und Mitgliederzeitschriften werben - Da steckt richtig Kaufkraft drin!

Sehr geehrte Damen und Herren,

Kunden- und Mitgliederzeitschriften sind seit vielen Jahren wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation renommierter Großunternehmen, bei denen das Customer Relationship Management höchste Priorität genießt. Die besonders kaufkräftigen Zielgruppen dieser Unternehmen sind in der Dichte so gut wie gar nicht über andere Werbewege erreichbar und deshalb für die Bewerbung hochpreisiger Produkte und Dienstleistungen besonders spannend. In unserem heutigen Ticker stellen wir Ihnen mit LION und LEOLIFE zwei Vertreter dieser Gattung vor und möchten Sie damit einladen, sich ein individuelles Titelangebot unverbindlich ausarbeiten zu lassen.

Außerdem stellen wir Ihnen die Altobene Wohlfühltüte vor, die neu im Markt der Sonderwerbformen erschienen ist und die Zielgruppe der BestAger optimal adressiert. Wir berichten über die beiden Versender Peruvian Connection und Museum Selection, wo Ihnen ab sofort neues Adresspotential zur Verfügung steht, das Sie exklusiv über uns anmieten können.

Aus unserem Print & Mail Team kommt heute das Thema Anlassmailings und wie Sie damit Kunden binden. Keine neue Idee, aber so wirksam wie nie zuvor! Zu welchen Anlässen es sich lohnt und wie wir Sie hier tatkräftig in Gestaltung, Produktion und Versand unterstützen können, erfahren Sie im Ticker.

Einen schönen Tag und herzliche Grüße,

Ihre

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Kuhlendahl', written in a cursive style.

Jeannette Kuhlendahl

Unsere aktuellen Themen

NEU: Die Altobene Wohlfühlüte

Potentialanstieg der Exklusivliste Museum Selection

Frisches Adresspotential der Exklusivliste Peruvian Connection

Beilagen und Anzeigen in LION + LEOLIFE

Mit Anlassmailings beim Kunden punkten

Unsere neue Kollegin Annika Stein am Standort Hamburg

Zielgruppen

NEU: Die Altobene Wohlfühlüte – Punktgenaue Verteilung in der Zielgruppe 50plus



Mit der Altobene Wohlfühlüte gibt es ein weiteres interessantes Medium im Markt der Sonderwerbeformen, dass die Zielgruppe der Best Ager optimal erreicht. Über Gesundheits- und große Consumer-Messen in Deutschland wird die Altobene Wohlfühlüte persönlich an die älteren Besucher ausgegeben. Mit Warenproben, Gutscheinen und interessanten Informationen gefüllt, ist die Wohlfühlüte ein wertiges und willkommenes Geschenk. Die Messetermin und weitere Informationen dazu lesen Sie [hier](#).

Sophia Ripplinger | sr@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 21

Potentialanstieg der Exklusivliste Museum Selection

Museum Selection arbeitet mit Museen und Galerien zusammen, um eine feine Kollektion von Haushaltsartikeln, Geschenken und Karten anzubieten, durch deren Kauf diese Organisationen unterstützt werden. Museum Selection hat sich dabei voll und ganz der "Arts and Crafts"-Philosophie von William Morris verschrieben, "nichts im Haus [zu] haben, von dem man nicht den Nutzen weiß oder die Schönheit schätzt".



Nutzen Sie Museum Selection zur Neukundengewinnung über den Adress- und Beilagenkanal und erreichen Sie eine modebewusste und gehobene weibliche Zielgruppe. [... mehr lesen](#)

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

Frisches Adresspotential der Exklusivliste Peruvian Connection



Die Idee „Peruvian Connection“ wurde 1976 durch eine Inspiration auf der anderen Seite der Welt geboren. Die Gründer teilen mit ihren Kunden die Liebe zu außergewöhnlichen handgewebten Mantas und Ponchos aus Peru. Peruvian Connection veröffentlicht heute fünf international anerkannte Kollektionen pro Jahr mit erlesenen, kunstvoll gestrickten Kleidungsstücken, die in vierteljährlichen Katalogen, online und in Peruvian Connections Geschäften in den USA und in Großbritannien angeboten werden. Ab sofort steht neues Adresspotential zur Verfügung...[weiterlesen](#)

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

Beilagen und Anzeigen in LION + LEOLIFE: Sozial engagierte Zielgruppe mit hoher Kaufkraft

„Lions Clubs international“ ist eine weltweite Vereinigung freier Menschen, die in freundschaftlicher Verbundenheit bereit sind, sich den gesellschaftlichen Problemen unserer Zeit zu stellen und uneigennützig an ihrer Lösung mitzuwirken. Unter dem internationalen Leitwort „We serve“ werden die Clubs für bedürftige Mitmenschen tätig, unterstützen weltweite Hilfsaktionen und den Umweltschutz, fördern Gemeinschaftssinn und die Verständigung mit der Jugend. Lions Club Mitglieder sind vermögende, engagierte Menschen mit hohem Einfluss. Für die gezielte Kommunikation mit den Mitgliedern und deren Familien werden zwei Magazine herausgegeben: LION und Leolife. Erfahren Sie mehr zu den Zielgruppen, Werbeformaten und Kosten in unserem [FactSheet](#).



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

Print + Mail

Mit Anlassmailings beim Kunden punkten



Mit Anlässen wie dem Geburtstag Ihrer Kunden, dem Jubiläum der Kundenbeziehung oder der „Wir vermissen Sie“-Kampagne sorgen Sie für besondere Überraschungen und zusätzliche Aufmerksamkeit. Es gibt viele Gelegenheiten, um Anlassmailings zu versenden. Besonders wirksam sind diese Kampagnen, wenn neben der persönlichen Ansprache Gutscheine zur Incentivierung eingesetzt werden. [weiterlesen](#)

Daniel John Keeley | djk@dialoghaus.com | 040 - 46 88 58 - 14

In eigener Sache

Unsere neue Kollegin Annika Stein am Standort Hamburg

Was mache ich bei Dialoghaus?

Anfang 2018 habe ich bei Dialoghaus ein 4-wöchiges Praktikum absolviert. Da mir das Thema Dialogmarketing gefallen hat und ich mich in dem Team sehr wohl gefühlt habe, unterstütze ich nun seit Anfang Oktober fest das Marketing-Team in Hamburg.



Was habe ich vor Dialoghaus gemacht?

Vor der Arbeit bei Dialoghaus habe ich meine Bachelor of Science in Wirtschaftspsychologie abgeschlossen und nebenbei im Einzelhandel gearbeitet. Im Studium bin ich viel in Kontakt mit werbepsychologischen Inhalten gekommen und hatte besonderes Interesse an Fächern des Online-Marketings.

Was mache ich privat gerne?

In meiner Freizeit verbringe ich meine Zeit gerne beim Sport und Freunden. Falls ich nicht gerade beim Sport zu finden bin, gehe ich gerne ins Kino und tauche dort in die Filmwelt ab.

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](#)