



Deutscher
Dialogmarketing
Verband e.V.

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T



12. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing

Mittwoch, der 27. September 2017

**DMCC-Dialog Marketing Competence Center
Universität Kassel
Mönchebergstr. 1
34125 Kassel**

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

www.kongressfuerdialogmarketing.de

DAS PROGRAMM

Moderation: Dr. Markus Gräßler, Prof. Dr. Ralf Wagner

9.30 Uhr

Kaffee-Empfang

10.00 Uhr

Begrüßung

Martin Nitsche, Präsident DDV e.V.

Prof. Dr. Reiner Finkeldey, Präsident der Universität Kassel

10.30 Uhr

C2B statt B2C – Dialogmarketing auf der Blockchain

Prof. Dr. Dr. Walter Blocher, Universität Kassel

11.00 Uhr

Personalisierte Produkte – Erfolg durch Kundeninteraktion

Prof. Dr. Bernhard Kölmel, Hochschule Pforzheim,

Prof. Dr. Günther Würtz, Steinbeis Hochschule Berlin

11.30 Uhr

Kaffeepause

12.00 Uhr

Preisverleihung Alfred Gerardi Gedächtnispreis

• Kurzpräsentationen der Preisträger

• Laudatio durch den Juryvorsitzenden Bernd Ambiel

13.00 Uhr

Mittagspause

Vorträge zur Wahl:

14.00 Uhr

E-Commerce

Warenkorb-Abbrüche im Onlinehandel – Warum Shopper nicht zu Käufern werden und wie Unternehmen reagieren können

Julian Allendorf, Mirja Bues,
Prof. Dr. Manfred Krafft,
Universität Münster

Zielgruppen und Modelle

Meinungsführer in sozialen Medien – Ansätze zur Identifikation und Nutzungsmöglichkeiten für das (Dialog-)Marketing

Prof. Dr. Michael Ceyp,
FOM Hochschule für Oekonomie
& Management, Hamburg

14.30 Uhr

Conversion-Killer in Online-Shops. Identifikation von Kundenirritationen anhand von Mimikindikatoren

Oliver Gast, Hochschule Offenburg

Innovative „Machine Learning“-Verfahren zur Modellierung und Prognose von Kundenverhalten: ein Quantensprung für das Direktmarketing?

Dr. Martin Schmidberger,
ING-DiBa AG/Lehrbeauftragter
Goethe-Universität Frankfurt

15.00 Uhr

Kaffeepause

15.30 Uhr

Führungs- und Organisationskonzepte im digitalen Zeitalter als Grundlage eines erfolgreichen (Dialog-)Marketing

Prof. Dr. Ralf T. Kreuzer, Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin

16.00 Uhr

Digitalisierung des Vertriebs

Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt

16.30 Uhr

Zusammenfassung und Verabschiedung

17.00 Uhr

Ende der Veranstaltung

DIE MODERATOREN



Dr. Markus Gräßler

ist Managing Director der gkk DialogGroup GmbH. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der European Business School (EBS) und Stationen im Ausland startete Markus Gräßler als Management Consultant bei einer Unternehmensberatung. 2003 stieg er dann bei der gkk DialogGroup ein, leitete den Bereich Kundenberatung und promovierte berufsbegleitend. Seit Juni 2015 ist Dr. Markus Gräßler Geschäftsführer bei gkk DialogGroup GmbH, Experte für crossmediale Kommunikation und als solcher gefragter Sprecher auf (Fach-)Konferenzen & Veranstaltungen.



Prof. Dr. Ralf Wagner

ist Inhaber des SVI-Stiftungslehrstuhls für Internationales Direktmarketing der Universität Kassel. Nach Promotion und Habilitation an der Universität Bielefeld nahm Prof. Dr. Wagner 2006 den Ruf an den neu gegründeten DMCC-Dialog Marketing Competence Center in Kassel an. Seine Forschungsaktivitäten fokussieren die Schnittmenge von interkultureller Marketingkommunikation und interaktiver Dialoggestaltung. Er hat ergänzend als Visiting Professor Gastvorlesungen an der International Business School der Universität Vilnius, der Akademie für Nationalökonomie in Moskau, der Universität für Informationstechnologien und Management in Rzeszow, der Nankai Universität in Tianjin und der Universität Pavia angeboten.

DIE REFERENTEN



Julian Allendorf

ist seit September 2015 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Marketing der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster bei Prof. Dr. Manfred Krafft. Seine Promotion beschäftigt sich mit Fragestellungen aus dem Multi-Level Marketing und des Shopper Marketing. Sein Interesse gilt Faktoren, die das Abwanderungsverhalten und den Erfolg von Direktvertriebsmitarbeitern erklären. Er studierte an der HHL Leipzig Graduate School of Management, der University of Cape Town, der University of Portsmouth und der Fachhochschule Münster.



Prof. Dr. Dr. Walter Blocher

Jurist und Wirtschaftsinformatiker, ist Professor für Bürgerliches Recht, Unternehmensrecht und Informationsrecht am Institut für Wirtschaftsrecht der Universität Kassel. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre liegen in den Bereichen Immaterialgüterrecht, Rechtsschutz von Software, E-Commerce-Recht, Verbraucherschutz in der Informationsgesellschaft und – jüngst vor allem – Distributed Ledger Technology (DLT). Im Frühjahr 2016 initiierte er die mehr als 20 Fachgebiete umfassende DLT-Forschungsgruppe der Universität Kassel, als deren Sprecher er fungiert.

DIE REFERENTEN



Mirja Bues

ist seit 2014 wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Marketing der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster bei Prof. Dr. Manfred Krafft. Im Rahmen ihrer Promotion beschäftigt sich Mirja Bues mit Aspekten der Konsumentenprivatsphäre in datengetriebenen Situationen und mobiler Werbung im stationären Einzelhandel. Ihre Forschung zu mobiler Werbung ist bereits in der Zeitschrift *Psychology & Marketing* erschienen. Vor ihrer Promotion hat Mirja Bues Management an der ESCP Europe Business School in London, Paris und Berlin studiert.



Prof. Dr. Michael H. Ceyp

promovierte nach einem BWL-Studium bei Prof. Dr. Heribert Meffert. Anschließend übernahm er die Marketingleitung eines Medienunternehmens. Danach folgte eine mehrjährige Tätigkeit als Personalberater und Dialogmarketing Consultant. Seit dem Jahr 2001 lehrt er an privaten Fachhochschulen sämtliche Felder des klassischen Marketings und des Online Marketings. Er ist Autor vielbeachteter Fachbücher, Arbeitspapiere und Studien sowie regelmäßiger Referent auf internationalen Kongressen und Jurymitglied wichtiger Marketingpreise.



Oliver Gast

ist seit 2012 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Direktmarketing und E-Commerce der Hochschule Offenburg. Neben Lehre in den Fachbereichen Wirtschaftsinformatik und E-Commerce verantwortet er die technische Leitung des Customer Experience Tracking Labors der Fakultät Betriebswirtschaft & Wirtschaftsingenieurwesen. Zudem promoviert er seit 2014 zum Thema „Emotionsmessung im Kontext von User Experience“ am Institut für Psychologie der PH Freiburg. Vor seiner Hochschultätigkeit war er über neun Jahre in unterschiedlichen Bereichen der OTTO GmbH & Co KG aktiv – zuletzt als Projektleitung im Bereich Service & Customer Care.



Prof. Dr. Bernhard Kölmel

lehrt und forscht Global Process Management an der Hochschule Pforzheim. Er ist Mitinitiator des Instituts für Smart Systems und Services (IoS3) für disruptive Innovationen/Geschäftsmodelle im Internet of Services, Things und Data. Daneben ist er als Experte für Zukunftstechnologien für nationale Ministerien und die Europäische Kommission bzw. das European Institute of Innovation and Technology berufen. Prof. Kölmel war in leitender Position mehr als 20 Jahre in der Wirtschaft und unternehmerisch tätig, dabei längere Zeit bei Start-up Initiativen im Silicon Valley.



Prof. Dr. Manfred Krafft

ist Professor für Marketing an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und zugleich Direktor des Instituts für Marketing. Zuvor hatte er vier Jahre lang den Otto Beisheim-Stiftungslehrstuhl für Marketing an der WHU in Vallendar (Koblenz) inne. Promoviert und habilitiert wurde Manfred Krafft an der Universität Kiel. Seine Forschungsschwerpunkte liegen auf den Gebieten des CRM, des Direktmarketing und des Vertriebs-

DIE REFERENTEN

managements. Er ist Träger zahlreicher Auszeichnungen und veröffentlicht regelmäßig in international führenden Zeitschriften. Zudem hat Professor Krafft Bücher zum Kundenmanagement, zum Direktmarketing, zu aktuellen Herausforderungen im Handel und ein Standardlehrwerk zum Vertriebsmanagement publiziert.



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 zuvor in Führungspositionen bei Bertelsmann, Volkswagen und der Deutschen Post tätig. Prof. Kreutzer hat durch regelmäßige Publikationen und Vorträge maßgebliche Impulse gesetzt und eine Vielzahl von Unternehmen im In- und Ausland beraten. Seine jüngsten Buchveröffentlichungen sind u. a. „Digitaler Darwinismus“ (2. Aufl., 2016), „Kundenbeziehungsmanagement im digitalen Zeitalter“ (2016), „Digital Business Leadership“ (2016), „Praxisorientiertes Marketing“ (5. Aufl., 2017) sowie „Digitale Markenführung - Digital Branding“ (2017).



Dr. Martin Schmidberger

ist Generalbevollmächtigter und „Leiter Produkt- und Zielgruppenmanagement“ bei der ING-DiBa. Zur Optimierung der Zielgruppenansprache und der Erhöhung der Effizienz des Dialogmarketing setzt die ING-DiBa auf moderne statistisch/analytische Verfahren, mit denen Produktbedarf und Kanalpräferenz der über 8 Mio. Kunden ermittelt werden. Neben dem Einsatz innovativer Methoden und Algorithmen zur Prognose von Kundenverhalten arbeiten er und sein Team zudem an der Auspielung digitaler CRM-Kampagnen in Echtzeit. Seit 2012 ist Dr. Martin Schmidberger Lehrbeauftragter der Goethe-Universität Frankfurt.



Prof. Dr. Bernd Skiera

hat seit 1999 den ersten Lehrstuhl für Electronic Commerce in Deutschland an der Goethe-Universität Frankfurt am Main inne, ist seit 2003 im Vorstand des eFinance-Lab und zudem seit 2017 Professorial Fellow an der Deakin University (Australien). Seine Forschungsschwerpunkte sind Online-Marketing, Marketing-Analytics, Electronic Commerce, Kundenmanagement und Pricing. Er hat im Jahre 2011 den Spin-Off Marini Media GmbH (www.marini-media.de) aus der Universität mitgegründet, das mittlerweile mehr als 100 Kunden Technologien und Beratungsleistungen zur digitalen Unterstützung des Vertriebs anbietet.



Prof. Dr.-Ing. Günther Würtz

hat als Automatisierungsexperte bereits das „Industrie 3.0“-Zeitalter mitgestaltet und versteht sich als „Vernetzer“ von innovativem Unternehmertum, transferorientierter Forschung und praxisorientierter Lehre, was er mit einem eigenen Beratungsunternehmen, einem Innovationszentrum und einem Hochschulinstitut mit Focus auf einer innovations- und wachstumsorientierten Unternehmensentwicklung unter dem Dach der Steinbeis-Stiftung zusammenführt.

DIE TEILNAHMEGEBÜHREN

Hochschulen im DDV:	100,- EUR *
weitere DDV-Mitglieder:	200,- EUR *
Studenten (bei Vorlage einer Immatrikulationsbescheinigung):	50,- EUR *
Mitglieder kooperierender Verbände (DMVÖ, SDV):	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:

pentahotel Kassel

Bertha-von-Suttner-Straße 15

34131 Kassel

Tel. 0561 / 93 390

www.pentahotels.com/de/hotels/kasph-kassel

InterCityHotel Kassel

Wilhelmshöher Allee 241

34121 Kassel

Tel. 0561 / 93 880

www.intercityhotel.com/kassel

BEST WESTERN PLUS Hotel Kassel City

Spohrstrasse 4

34117 Kassel

Tel. 0561 / 72 850

www.bestwesternhotelkassel.de

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

DEFACTO
BE/ONE ⊗

CRIFBÜRGEL
Together to the next level

DMVÖ
Dialog Marketing Verband Österreich

gkkdialog
group

JAHNS AND FRIENDS

SDV
Schweizer Dialogmarketing Verband

marketintelligence

Siegfried Vögele Institut

Medienpartner:

a **acquisa**

**Sales Management
Review**

**marketing
BÖRSE**
www.marketing-boerse.de

 **Versandhausberater**

Der Alfred Gerardi Gedächtnispreis wird unterstützt durch die Firma:

Printus
Ihr Partner für Bürobedarf

IHRE ANMELDUNG

12. wissenschaftlicher interdisziplinärer Kongress für Dialogmarketing

Mittwoch, der 27. September 2017

DMCC-Dialog Marketing Competence Center Universität Kassel,
Mönchebergstr. 1, 34125 Kassel

Abendveranstaltung am Dienstag, dem 26. September 2017

ab 19.30 Uhr in der „Alten Wache Kassel“, Schlosspark 6, 34131 Kassel

Ja, ich nehme am 12. wissenschaftlichen interdisziplinären Kongress für Dialogmarketing teil.

Ich bin Mitglied im DDV: Ja Nein

Ich bin Mitglied im DMVÖ, SDV: Ja Nein

Ich bin Student, Immatrikulationsbescheinigung liegt bei: Ja Nein

Die Teilnahmegebühr beträgt für Hochschulen im DDV 100,00 Euro*, für weitere DDV-Mitglieder, Mitglieder des DMVÖ und des SDV 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!