



Deutscher Dialogmarketing Preis 2008



Junioren zeigen sich aggressiv!



PROF. DR. GERT HOEPNER

Fachhochschule Aachen

Die Junioren waren gefordert, eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne zur Generierung von Einreichungen für den ddp 2009 zu entwickeln. In aggressiver Form kämpfen die beiden besten Kampagnen um diese Aufmerksamkeit. Ist es schon ein Tabu-Bruch, die etablierten Direkt-Marketers mit Revolutionsgedanken aus der Reserve zu locken? Wohl kaum. Betrachtet man die Einreichungen in den verschiedenen Kategorien, so wünscht man sich in mancher Kategorie durchaus revolutionäre und neuere Ideen. Die Jungen wagen sich heran. Provozieren mit ihren Ideen. Ob nun Revolution oder Schläge für die Besten, sie fordern heraus. Diese Kampagnen stacheln an. Der Wettkampf um die Auszeichnungen des ddp wird sich bei solchen Kampagnen verstärken.

Einen ganz anderen Weg geht die Bronze-Kampagne. Nicht Gewalt und Aggressivität. Wir alle träumen. Wir alle haben Wünsche. Im beruflichen Umfeld streben wir nach Anerkennung. Monetärer Erfolg allein macht eben nicht glücklich. Zu Recht genießen Wettbewerbe wie der ddp, ein hohes Ansehen. Und träumt nicht jeder davon, im Rampenlicht unter den neidvollen Blicken der Kollegen auf der Bühne zu stehen? Die Erfüllung dieser Träume stellt diese Bronze-Kampagne in Aussicht.

Jede Dialogmarketing-Kampagne sollte sich strikt an der Zielgruppe ausrichten. Die kreativen Werber sind jedoch keine in sich homogene Truppe. Die einen lassen sich sicher herausfordern und die anderen sind eher die Träumer. Alle Kampagnen der Shortlist haben das Zeug, ihre Zielgruppe zu erreichen und zu motivieren. Die Leistung dieser Shortlist macht Mut für die Zukunft des ddp und des Dialogmarketings insgesamt. Andererseits war die Zahl der Einreichungen sehr begrenzt. Also nicht nur die Etablierten müssen herausgefordert werden, auch die Jungen brauchen mehr Ansporn. Und die Etablierten sollten diesen Jungen auch die Möglichkeiten geben, eine Kampagne für den ddp zu entwickeln und einzureichen.

Den Preisträgern gelten die besten Wünsche für die berufliche Zukunft. Vielleicht treffen wir uns schon bald in einer anderen Kategorie wieder.