



Der Versandhausberater

Aktuelle Informationen aus dem Versandhandel

Ausschreibungsunterlagen

Katalog des Jahres 2010

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Marketing im Versandhandel ist die höchste Kunst der Werbung. Heute mehr denn je, denn: Es geht nicht um den schnellen Kauf, sondern um die dauerhafte Beziehung. Es geht nicht um „die Marke“, sondern um eine Positionierung als vertrauenswürdiger Anbieter. Es geht um verkaufen, aber es geht auch um die Beziehung zwischen den Bestellvorgängen. Es geht nicht um den TKP, sondern um exakt messbare Performance, und zwar in allen Kanälen.

Darum haben die Preise „Onlineshop des Jahres“ und „Katalog des Jahres“ heute den Ruf der „Oscars“ des Versandhandels. In einer Branche, die sich rapide wandelt, und damit ihr Handwerkszeug immer neu erfindet.

- ♦ Ein Onlineshop funktioniert heute ohne Katalog. Ist Ihr Shop ein Magnet, der ohne die Unterstützung durch Print und Breitenwerbung rund und erfolgreich ist?
- ♦ Hat sich Ihr Katalog zu einem Impulsgeber für den e-Store entwickelt - oder schätzt Ihre Zielgruppe sie gerade, weil Sie das Referenz-Handbuch in Ihrem Sortiment bieten?
- ♦ Kann man bei Ihnen vom Handy aus augenblicklich das Produkt finden und zuverlässig bestellen?
- ♦ Kennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden so gut, dass sie eine nützliche, verkaufsfördernde Applikation entwickelt haben? Verstehen Sie sich auf die Kunst des Verkaufs per Video? Oder fesseln Sie Ihre Zielgruppe mit hochwertigen Inhalten in Weblogs und Communities?

Versandhandel ist aufregend und unmittelbar geworden. Bewährte Techniken und mutige Innovationen gehen Hand in Hand. Das Spielfeld ist offen, die Chancen wieder gleich verteilt. Das reflektieren die Preise „Onlineshop des Jahres“ und „Katalog des

Jahres“. Vom Nischenversender zur Shopping-Plattform haben alle die gleichen Chancen zu gewinnen.

Und so sind Sie dabei!

Teilnehmen ist einfach: Nennen Sie uns die Adresse des Shops oder der Online-Kampagne, die Sie einreichen wollen. Oder schicken Sie uns den Katalog, das Mailing oder die Motive der Offline-Kampagne, mit dem oder der Sie sich bewerben möchten.

- ♦ Beschreiben Sie dazu kurz die Werbestrategie mit Zielgruppe und kreativem Ansatz.
- ♦ Füllen Sie diesen Fragebogen möglichst vollständig aus.
- ♦ Nicht vergessen: Nennen Sie uns einen Ansprechpartner im Unternehmen, den wir wegen der Preisverleihung oder anderer Rückfragen im Rahmen des Wettbewerbs kontaktieren können.

Mehr braucht es nicht. Sie erhalten in jedem Fall und für jede eingereichte Kampagne die Auswertung der kompetenten Fachjury: Optimierungsvorschläge nur für Sie von den besten Versandhandels-Werbern Deutschlands. Die Gewinner werden im Rahmen des „Deutschen Versandhandelskongress“ am 29. September in Wiesbaden feierlich ausgezeichnet.

Ich freue mich auf viele spannende Beiträge!

Ihr

Martin Groß-Albenhausen

Chefredakteur „Der Versandhausberater“

Hauptwettbewerb Katalog des Jahres 2010 - Business-to-Consumer

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Katalog des Jahres 2010“

Bitte reichen Sie Ihre Kataloge so ein, wie sie auch der Kunde in seinem Briefkasten vorfinden würde.

Name des Katalogs: _____

Konzept (bitte ankreuzen) interne Abteilung externe Agentur/Grafiker
Realisierung (bitte ankreuzen) interne Abteilung externe Agentur/Grafiker

Katalog wurde überwiegend im Monat _____ 2009/2010 verschickt.

Auflage komplett _____ Exemplare, davon an Hausliste _____ %
an Fremdadressen _____ %

Bestell-Quote Plan _____ % Ist _____ %

Gesamt-Nachfrage Plan _____ EUR Ist _____ EUR

Kosten pro Katalog _____ EUR

Hauptwettbewerb Katalog des Jahres 2010 - Business-to-Business

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Katalog des Jahres 2010“

Bitte reichen Sie Ihre Kataloge so ein, wie sie auch der Kunde in seinem Briefkasten vorfinden würde.

Name des Katalogs: _____

Konzept (bitte ankreuzen) interne Abteilung externe Agentur/Grafiker
Realisierung (bitte ankreuzen) interne Abteilung externe Agentur/Grafiker

Katalog wurde überwiegend im Monat _____ 2009/2010 verschickt.

Auflage komplett _____ Exemplare, davon an Hausliste _____ %
an Fremdadressen _____ %

Bestell-Quote Plan _____ % Ist _____ %

Gesamt-Nachfrage Plan _____ EUR Ist _____ EUR

Kosten pro Katalog _____ EUR

Hauptwettbewerb Bester Onlineshop 2010 - Business-to-Consumer

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Bester Onlineshop des Jahres 2010“

Der Onlineshop muss entweder im Internet oder auf einer beiliegenden CDROM voll funktionsfähig sein.

Name des Onlineshops: _____

Onlineshop im Netz seit _____ (MM/JJ)

Anzahl Visits/Monat _____ Anzahl Pageviews/Monat _____

Anzahl Bestellungen/Monat _____ geplanter Umsatz pro Jahr _____ EUR

operatives Ergebnis Plan _____ EUR

Verhältnis Neukunden* zu Bestandskunden _____ Neukunden, die mehr als einen Kauf tätigen _____ %

Anzahl Katalog-Anfos _____ Exemplare

* Kunden innerhalb eines Zeitraumes von 12 Monaten

Hauptwettbewerb Bester Onlineshop 2010 - Business-to-Business

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Bester Onlineshop des Jahres 2010“

Der Onlineshop muss entweder im Internet oder auf einer beiliegenden CDROM voll funktionsfähig sein.

Name des Onlineshops: _____

Onlineshop im Netz seit _____ (MM/JJ)

Anzahl Visits/Monat _____ Anzahl Pageviews/Monat _____

Anzahl Bestellungen/Monat _____ geplanter Umsatz pro Jahr _____ EUR

operatives Ergebnis Plan _____ EUR

Verhältnis Neukunden* zu Bestandskunden _____ Neukunden, die mehr als einen Kauf tätigen _____ %

Anzahl Katalog-Anfos _____ Exemplare

* Kunden innerhalb eines Zeitraumes von 12 Monaten

Wichtige Teilnahme-Informationen

Damit unsere Jury ein gerechtes und fundiertes Urteil fällen kann, bitten wir Sie, die Fragen der Kategorien, in denen Sie teilnehmen möchten, möglichst vollständig auszufüllen. Nach einem einstimmigen Beschluss aller Jurymitglieder führen unvollständige Angaben zu Punktabzug in der Bewertung. Der Versandhausberater prämiert nicht die schönsten, sondern die erfolgreichsten Werbemittel. **Die Vertraulichkeit aller mitgeteilten Informationen ist garantiert.** Die Teilnahmeunterlagen werden 4 Wochen nach Abschluss des Wettbewerbs vernichtet.

Katalog des Jahres: Bitte reichen Sie die Kataloge so ein, wie sie auch der Kunde in seinem Briefkasten vorfinden würde. Bitte senden Sie mit den ausgefüllten Teilnahmeunterlagen je **7 Exemplare** des eingereichten Kataloges oder der eingereichten Kataloge an den Versandhausberater.

Onlineshop des Jahres: Senden Sie bitte die ausgefüllten Teilnahmeunterlagen mit **Angabe der gültigen Shop-URL (Internetadresse)** ein. Bewertet werden können nur solche Onlineshops, die nach Ablauf der Einsendefrist im Internet oder auf einer CDROM zugänglich sind.

Bitte senden Sie Ihre Unterlagen an:

FID Verlag GmbH
Frau Sarah Mertens/Katalog des Jahres
Koblenzer Strasse 99, 53177 Bonn

Auswertungsergebnisse: Die Gewinner der Wettbewerbe werden mind. 4 Wochen vor der Preisverleihung auf dem Deutschen Versandhandelskongress in Wiesbaden schriftlich benachrichtigt. Der Empfänger des Preises hat mit einer Person seiner Wahl freien Zutritt zur Preisverleihung und der anschließenden Messe-Party. Die Teilnehmer erhalten im Anschluss an die Verleihung auf Wunsch eine **anonymisierte Auswertung** Ihrer Einreichungen.

Das Startgeld beträgt **pro eingereichtem Katalogtitel (nicht pro Exemplar) und pro Kategorie 200,- EUR zzgl. MwSt.** Sie erhalten nach Eingang der Kataloge und der Anmeldung eine Teilnahmebestätigung. Bitte kreuzen Sie im nebenstehenden Kasten noch einmal die von Ihnen gewählten Kategorien an.

Unternehmen/Stempel	Kontaktperson	Wir beteiligen uns an den Wettbewerben: <input type="checkbox"/> Katalog des Jahres 2010 <input type="checkbox"/> mit Auswertung <input type="checkbox"/> ohne Auswertung <input type="checkbox"/> Bester Onlineshop 2010 <input type="checkbox"/> mit Auswertung <input type="checkbox"/> ohne Auswertung
Straße	PLZ/Ort	
E-Mail-Adresse (für Bestätigung)		
Datum	Unterschrift	

Einsendeschluss: 16. Juli 2010

Die Preisverleihung Katalog des Jahres
wird unterstützt von

