



Der Versandhausberater

Aktuelle Informationen aus dem Versandhandel

Ausschreibungsunterlagen

Katalog des Jahres 2008

In diesen Kategorien können Sie sich beteiligen:

1. **Katalog des Jahres**
(Business-to-Consumer)
2. **Katalog des Jahres**
(Business-to-Business)
3. **Onlineshop des Jahres**
(Business-to-Consumer)
4. **Onlineshop des Jahres**
(Business-to-Business)

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

seit das Internet zum Leitmedium wird, stellt sich die Frage nach Aufgabe und Methodik des Katalogmarketings neu. Den Big Books wird – zu früh? – ein rascher Tod prognostiziert, den Spezialkatalogen – voreilig? – die Mutation zum „Webalog“ angeraten. Tatsache ist, dass Katalogmarketer gerade erst beginnen, die Grenzen des „New Cataloging“ abzustecken. Wir suchen die erfolgreichen Katalogmarketer, die die Stärken des Printmediums voll ausschöpfen: Sind Sie dabei?

10 Jahre nach den ersten Gehversuchen ist aus dem Onlineshopping ein Vertriebskanal geworden, der bei klassischen Versandhändlern fast jeden zweiten Euro einbringt. Nun beansprucht das „Web 2.0“, die Regeln des Geschäfts stetig zu verändern – hin zu einem Konsumenten-getriebenen, interaktivem Shopping-Erlebnis. Wir wollen den Onlineshop küren, der Interaktion und Transaktion erfolgreich verknüpft: Gehört Ihre Website nicht dazu?

Beide Kanäle unterliegen einem stetigen Wandel und die konsequente Weiterentwicklung wird auch in Zukunft der entscheidende Erfolgsfaktor zur Partizipation am wachstumsstarken Versandhandel sein. Aber Sie wissen auch, dass letztlich nur der Verkaufserfolg Maßstab eines guten Katalogs ist.

Wer die Branche kennt, weiß, dass die Auszeichnungen „**Katalog des Jahres**“ und „**Onlineshop des Jahres**“ heute als „Oscar“ des Distanzhandelsmarketings betrachtet werden. Ich lade Sie ein: Zeigen Sie, wie die besten Marketer Katalog und Internet zum „Powerhouse“ des Homeshopping entwickeln. Jeder Katalog, ob Print oder Online, hat seine starken und seine schwachen Seiten. Sie können Ihren Katalog oder Ihr Online-Konzept parallel in mehreren Kategorien dem Wettbewerb stellen.

Mit freundlichen Grüßen

Martin Groß-Albenhausen

P.S.: Sie vermissen den Wettbewerb „Beste Neuerscheinung“? Hier wird es in diesem Jahr eine freie Nominierung durch die Jury geben. Seien Sie gespannt - denn vielleicht ist Ihr neuer Katalog dabei!

Vertrauensgarantie

Die Vertraulichkeit aller mitgeteilten Informationen ist garantiert. Einsicht in die Teilnahmeunterlagen wird ausschließlich der Jury gewährt. Eine Weitergabe an Dritte erfolgt nicht. Die Teilnahmeunterlagen werden nach Abschluß des Wettbewerbs vernichtet.

Hauptwettbewerb Katalog des Jahres 2008 - Business-to-Consumer

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Katalog des Jahres 2008“

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 _____ 2007/2008 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 2008 - Business-to-Business

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Katalog des Jahres 2008“

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 _____ 2007/2008 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 2008 - Business-to-Consumer

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Bester Onlineshop des Jahres 2008“

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 2008 - Business-to-Business

Ja, ich beteilige mich am Wettbewerb „Bester Onlineshop des Jahres 2008“

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, **vollständig** auszufüllen. Nach einem einstimmigen Beschluss aller Jurymitglieder **führen unvollständige Angaben zu Punktabzug in der Bewertung**. Der Versandhausberater prämiiert 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)**. Bewertet werden können nur solche Onlineshops, die nach Ablauf der Einsendefrist im Internet oder auf einer CDROM zugänglich sind.

FID Verlag GmbH
Herrn Martin Groß-Albenhausen/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. **Die Rechnung geht Ihnen mit separater Post zu.** Bitte kreuzen Sie im nebenstehenden Kasten noch einmal die von Ihnen gewählten Kategorien an.

Unternehmen/Stempel

Kontaktperson

Straße

PLZ/Ort

EMail-Adresse (für Bestätigung)

Datum

Unterschrift

Wir beteiligen uns an den Wettbewerben:

- Katalog des Jahres 2008
 - mit Auswertung
 - ohne Auswertung

- Bester Onlineshop 2008
 - mit Auswertung
 - ohne Auswertung

Einsendeschluss: 30. Juni 2008

Die Preisverleihung Katalog des Jahres
wird unterstützt von der

