



PARAGON

# Digitale Transformation im Dialogmarketing

Herausforderungen meistern und Chancen nutzen

Juni 2023

# Inhaltsübersicht

- Die Referenten
- Das Unternehmen Paragon
- Digitale Transformation im Dialogmarketing
- 10 Jahre Dialogmarketing
- Dialogmarketing heute - Status quo im Dialogmarketing
- Trends & Gamechanger - Zielgerichtet und in Echtzeit
- Beispiele der Personalisierung

**Thomas Sperl**

Director Digitisation

**Houman Feldberger**

Digital Innovation &amp; Strategy Manager

**Thomas Sperl**

Als Director Digitisation für die Gestaltung der Zukunftsthemen bei Paragon verantwortlich. In dieser Rolle treibt er die digitale Innovation und Transformation sowohl auf Kundenseite als auch innerhalb des Paragon Portfolios voran. Seine Karriere bei Paragon begann 2012, wo er über 10 Jahre als CTO für die Bereiche IT und Technologie verantwortlich war. Im Jahr 2022 übernahm er die Aufgabe, die digitalen Themen und Innovationen von Paragon voranzutreiben und für die Zukunft auszurichten

**Houman Feldberger**

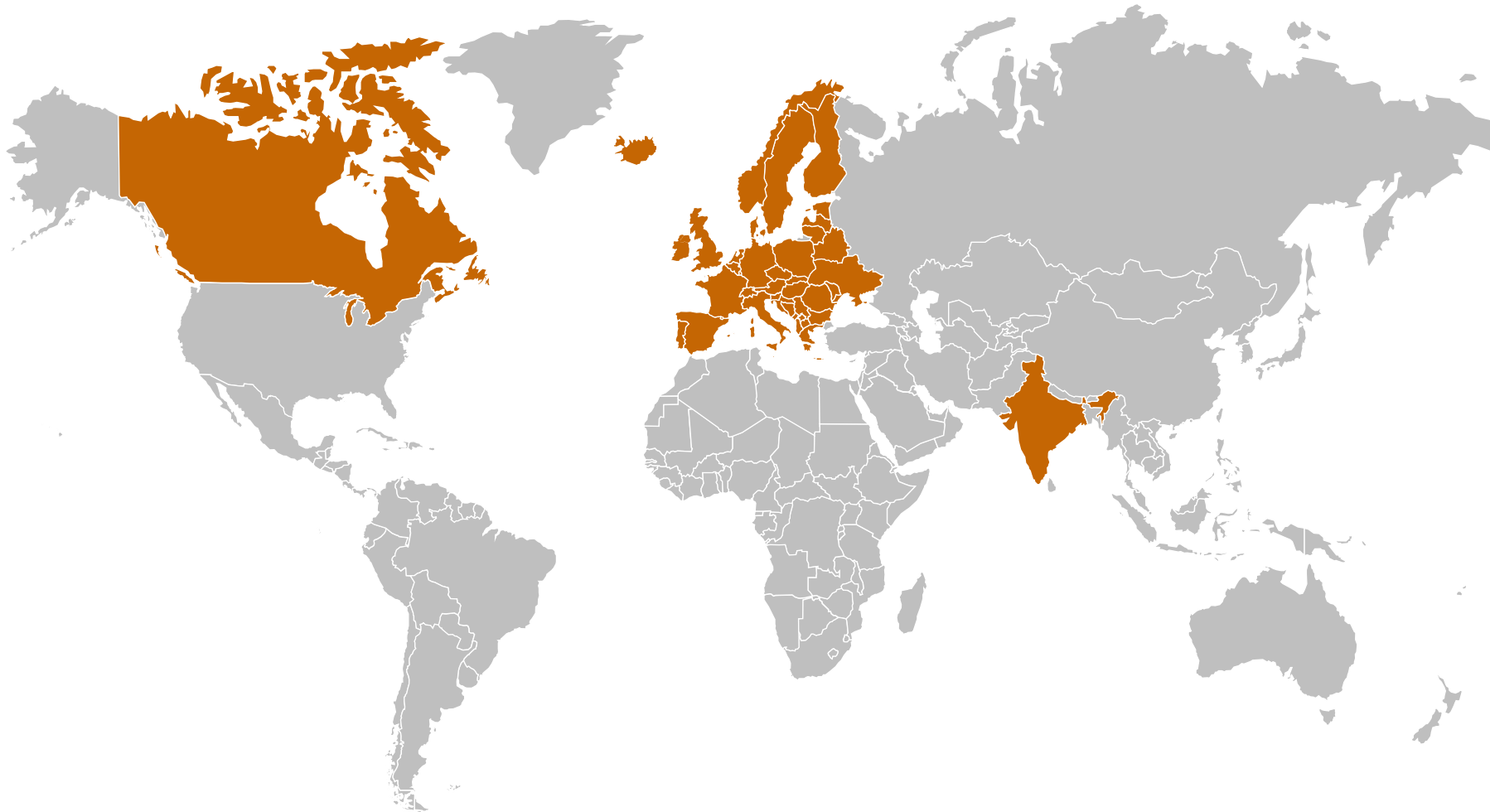
Erfahrener Berater und unterstützt die Kunden von Paragon bei der Konzeption, Umsetzung und Durchführung innovativer Marketingkampagnen. Im Jahr 2021 stieß Houman Feldberger zum Paragon-Team, wo er zunächst für die digitalen Archivdienstleistungen verantwortlich war. Ende 2022 wechselte er in den Bereich von Thomas Sperl, um die Digitalisierung und Innovation im Dialog- und Direktmarketing bei Paragon weiter voranzutreiben.



# PARAGEN



# Division Paragon Überblick



## Paragon Division

**€1.2 Milliarden Umsatz**

25% of EBITDA

reinvestiert in die Weiterentwicklung



**4 geografische  
Regionen** 

UK, Ireland & Luxembourg

Western Europe

DACH & CEE

Netherlands & Belgium



**60 Standorte** 

Italy | Spain | Germany

Czech Republic | Poland | USA

France | UK | Ireland | Romania

Lux | Belgium | Netherlands | India

# Unserer Business Lines in der Übersicht

PARAGON Consulting and Agency

PARAGON Customer Communications

PARAGON Lead Supply

PARAGON Supply Chain Management

PARAGON Business Process Outsourcing

PARAGON Workplace Solutions

PARAGON Print Solutions

## Consulting and Agency

Digitale Transformation, Data Analytics & Insights und Kampagnenmanagement



- ✓ Digital Transformation
- ✓ Data Insight
- ✓ Automation
- ✓ Campaign Management

## Customer Communications

Dialog Marketing und transaktionale Kommunikation



- ✓ Transactional Marketing
- ✓ Hybrid
- ✓ Postal
- ✓ One Platform

## Lead Supply

Plattformgesteuerte Beschaffung, Produktion, Verarbeitung und Logistik von Marketing-, Druck- und Werbematerialien



- ✓ Print Management
- ✓ PEP Platform

## Supply Chain Management

Warehousing, fulfilment und Logistik. eCommerce packaging.



- ✓ Warehousing
- ✓ Fulfilment
- ✓ ecoMLR

## Business Process Outsourcing

Multi-Channel-Inbound und Backoffice-Verarbeitung von Kunden- und Lieferantenkorrespondenz Onsite, Offsite und im Bestshoring. Komplettservice für Wahlen.



- ✓ Inbound
- ✓ Voting Solutions

## Workplace Solutions

Service zur Erstellung von Präsentationen



- ✓ Presentation Services

## Print Solutions

Druckdienstleistungen für Briefhüllen



- ✓ Envelopes



# Paragon DACH & CEE

Die Eckdaten



8



233 Mio.



ISO



1.200

€233

Millionen Umsatz

1.200 KOLLEGEN

VERTEILT AUF 8

STANDORTE

ISO-ZERTIFIZIERUNGEN

# Digitale Transformation im Dialogmarketing





# Dialogmarketing

**Dialogmarketing:** Wir beginnen mit einer Reise zurück in die 2010er Jahre, wo wir die Situation erkunden. Danach werfen wir einen Blick auf die aktuelle Lage und erfahren, wie sich Dialogmarketing in den letzten Jahren entwickelt hat.

Schließlich wagen wir einen Blick in die Zukunft, um die aufstrebenden Trends und die mögliche Entwicklung des Dialogmarketings zu diskutieren.

**01****Die letzten  
10 Jahre**

Headlines

**02****Heute**  
Status quo im  
Dialogmarketing.**03****Morgen**

Trends und Gamechanger



# 10 Jahre Dialogmarketing

# 10 Jahre Dialogmarketing

## Headlines

Der Übergang von traditionellen zu digitalen Kanälen und eine verbesserte Nutzung von Kundendaten für personalisiertes Marketing führen zu einer höheren Geschwindigkeit und Interaktivität in der Kundenkommunikation

Ein zielgerichteteres Dialogmarketing durch fortschrittliche Datenanalyse und ein verstärkter Fokus auf Datenschutz sind zwei weitere relevante – und aus meiner Sicht richtungsweisende Entwicklungen.

# 01

## Wandel

Von Traditionellen  
Verfahren zu Digital

# 02

## Digitalisierung

Rasante Entwicklung in  
der Digitalisierung

# 03

## Datenexplosion

Expotentielles Wachstum  
der Datenmenge

# 04

## AI

Chancen und Risiken des  
Gamechangers

# Dialogmarketing in Zeiten der Digitalisierung

Fortschreitender Wandel

Es gibt einige Unternehmen, die sich seit den 2010er Jahren mit Dialogmarketing befasst haben und als Big-Player zu erwähnen wären: die Havas Group, (führendes globales Werbe- und Kommunikationsunternehmen), Wunderman ein (großes Netzwerk für Direktmarketing) und Ogilvy, (weltweit bekanntes Marketing- und PR-Unternehmen) – sie zählen zu einigen den wichtigsten Akteuren im (Dialog)-marketing.

**Und wenn wir uns den Markt heute ansehen ... Heute wären als Schlüsselakteure eher Technologieunternehmen wie Google und facebook zu benennen. Dazu gehören Google, das mit seinen Such-, und Videoanzeigen sowie seiner E-Mail-Plattform Gmail eine große Rolle im digitalen Dialogmarketing spielt, Facebook (und sein Produkt Instagram), das ermöglicht, gezielte Werbung zu schalten und direkten Dialog mit Kunden über soziale Medien zu führen.**

# 01

## Wandel

Von Traditionellen  
Verfahren zu Digital



# Dialogmarketing in Zeiten der Digitalisierung

Fortschreitender Wandel

Nicht nur die Geschwindigkeit hat zugenommen, aufgrund der rasanten Entwicklung von digitalen Technologien, sind einige weitere signifikante Unterschiede im Bereich der Dialog-Marketing-Kanäle, in der Verwendung der Daten, in der Interaktivität, in der Zielsicherheit und - nicht zu vergessen - im Datenschutz - auszumachen.

Davon profitieren letztlich auch digitale-CRM-Anbieter wie Salesforce, die eine Vielzahl von Cloud-basierten Tools zur Verwaltung und Optimierung von Kundenbeziehungen bieten.

Auch das ist eine Änderung zu vor 10 Jahren, da diese Tools nachhaltig eine gewichtige Rolle im Dialog-Marketing spielen, da sie auch personalisiertes Marketing und Kundendialoge – meiner Meinung nach gut abbilden können.

# 02

## Digitalisierung

Rasante Entwicklung in  
der Digitalisierung

# Dialogmarketing in Zeiten der Digitalisierung

Fortschreitender Wandel

In den letzten 10 Jahren hat die signifikante Zunahme der Datenverfügbarkeit aufgrund der digitalen Transformation, des Internet der Dinge, der Social-Media-Explosion, des Cloud Computing und der Fortschritte in der Datenverarbeitungstechnologie zu einem enormen Wachstum an digitalen Informationen geführt. Die Basis des Dialogmarketings ist zunehmend ein digitales Backend aus dem auch physische Marketingkanäle bedient werden.

**Dies umfasst leistungsfähigere Hardwarekomponenten wie Prozessoren und Speicher sowie Optimierungen in der Softwareentwicklung. Diese Fortschritte haben es ermöglicht, große Datenmengen effizienter zu verarbeiten und komplexe Analysen durchzuführen, ohne auf spezifische Tools oder Plattformen eingehen zu müssen. Durch verbesserte Rechenleistung und Skalierbarkeit können Unternehmen und Organisationen Daten in größerem Umfang erfassen, speichern und analysieren**

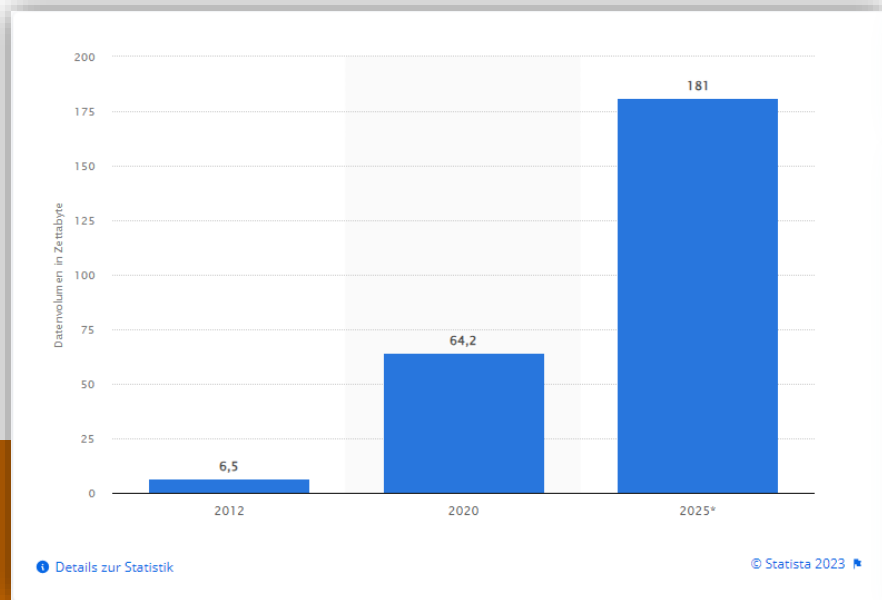
# 03

## Big Data

Rasante Entwicklung in  
der Digitalisierung

# Dialogmarketing in Zeiten der Digitalisierung

Fortschreitender Wandel



**Volumen der jährlich generierten/replizierten digitalen Datenmenge weltweit  
in den Jahren 2012 und 2020 und Prognose für 2025**

# 03

## Big Data

Rasante Entwicklung in  
der Digitalisierung

# Dialogmarketing in Zeiten der Digitalisierung

Fortschreitender Wandel

Artificial intelligence (AI) oder zu deutsch Künstliche Intelligenz (KI) hat im Dialogmarketing als eine Folge von Big Data neue Impulse gesetzt. Durch die Analyse großer Datenmengen und den Einsatz von KI-gesteuerten Algorithmen können Unternehmen heute noch detailliertere Zielgruppenanalysen durchführen, um personalisierte Marketingkampagnen zu entwickeln.

**AI ermöglicht präzisere Segmentierung und individuelle Kundenkommunikation, was zu einer verbesserten Kundenbindung und Effektivität im Dialogmarketing führen kann. Automatisierte Chatbots und virtuelle Assistenten ermöglichen eine 24/7-Kundenunterstützung und bieten personalisierte Empfehlungen, wodurch eine effektive und zielgerichtete Kundeninteraktion gewährleistet wird. Hierbei sind unbedingt Chancen und Risiken abzuwägen.**

# 04

AI

Rasante Entwicklung in  
der Digitalisierung





# Dialogmarketing heute

## Status quo im Dialogmarketing

# Dialogmarketing heute

Status quo

Wandel: Der Übergang von traditionellen zu digitalen Kanälen und eine verbesserte Nutzung von Kundendaten für personalisiertes Marketing führen zu einer höheren Geschwindigkeit und Interaktivität in der Kundenkommunikation

Ein zielgerichteteres Dialogmarketing durch fortschrittliche Datenanalyse und ein verstärkter Fokus auf Datenschutz sind zwei weitere relevante – und aus meiner Sicht richtungsweisende Entwicklungen.

# 05

## Paradigmenwechsel

Von traditionell  
zu digital

# 06

## Personalisierungsreife

Daten erheben,  
zusammenführen, nutzen

# 07

## Personalisierungstiefe

Effektive Auswertung und  
spezifischer Dialog

# 08

## Datenschutz

DSGVO und  
Überpersonalisierung

# Dialogmarketing heute

## Status quo

Vor zehn Jahren waren traditionelle Kanäle wie Direktmailings, Telefonmarketing und persönlicher Verkauf feste Bestandteile vieler Dialogmarketingstrategien. Diese Kanäle dominierten das Geschehen und waren für den Erfolg vieler Unternehmen entscheidend. Heute haben sich jedoch viele Unternehmen verstärkt auf den Online-Handel konzentriert und nutzen digitale Kanäle wie E-Commerce-Websites, soziale Medien und Apps, um ihre Produkte zu vermarkten und mit Kunden in Kontakt zu treten.

**Die digitale Transformation hat dazu geführt, dass digitale Kanäle wie E-Mail, soziale Medien, Apps die vorherrschenden Formen des Dialogmarketings geworden sind. Diese Kanäle bieten Unternehmen neue Möglichkeiten, ihre Zielgruppen effektiv anzusprechen und mit ihnen in Kontakt zu treten. Unternehmen, die erfolgreich digitale Kanäle im Dialogmarketing nutzen, um ihre Zielgruppen anzusprechen und mit ihnen in Kontakt zu treten wären beispielsweise Amazon, Coca-Cola, Nike oder Netflix.**

# 05

## Paradigmenwechsel

Von traditioneller zu digital

# Dialogmarketing heute

## Status quo

Die "Personalisierungsreife" weist auf die Stufe der Umsetzung und Effektivität der Personalisierung im Dialogmarketing hin. Eine hohe Personalisierungsreife bedeutet, dass ein Unternehmen über die notwendigen Prozesse, Technologien und Datenverfügbarkeit verfügt, um personalisierte Marketingkampagnen erfolgreich umzusetzen. Es bezeichnet den Grad, in dem die Personalisierung als strategische und operative Praxis im Unternehmen etabliert ist.

**Eine hohe Personalisierungsreife geht über gelegentliche Personalisierung hinaus und zeigt an, dass das Unternehmen in der Lage ist, personalisierte Kommunikation kontinuierlich und systematisch umzusetzen, basierend auf einer umfassenden Kenntnis der Zielgruppe und deren Verhalten. Durch digitale skills können Unternehmen strategisch Kundendaten Datenschutzkonform sammeln und analysieren, der strategische Grad der Personalisierung ist ein Messwert für die Personalisierungsreife.**

# 06

## Personalisierungsreife

Daten erheben,  
zusammenführen, nutzen



# Dialogmarketing heute

## Status quo

Die "Personalisierungstiefe" ist ein Begriff der darauf hinweist, wie stark die Marketingbotschaften und -inhalte auf die individuellen Merkmale, Präferenzen und Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind. Eine hohe Personalisierungstiefe bedeutet, dass die Marketingkommunikation sehr spezifisch und maßgeschneidert ist, um eine enge Verbindung zu jedem einzelnen Empfänger herzustellen. Um es umzusetzen, bedarf es der Nutzung dieser Erkenntnisse, die aus der Analyse umfangreicher Daten im Dialog-Marketing gewonnen werden.

**Um die Personalisierungsreife zu erreichen, werden Technologien und Datenanalyse-Tools, für eine effiziente Verarbeitung und Interpretation der Daten und eine klare Strategie benötigt. Durch die richtige Nutzung der gewonnenen Erkenntnisse kann ein Reifegrad erreicht werden, dass es ermöglicht, gezielt auf die individuellen Bedürfnisse und Präferenzen der Kunden einzugehen und somit eine effektive und personalisierte Kommunikation zu gewährleisten.**

# 07

## Personalisierungstiefe

Effektive Auswertung und  
spezifischer Dialog

# Dialogmarketing heute

## Status quo

Während Datenschutz bereits vor zehn Jahren ein Thema war, stand es damals weniger im Fokus. Die Zeiten haben sich geändert. Die DSGVO und ähnliche Vorschriften haben dafür gesorgt, dass der Schutz personenbezogener Daten zu einer zentralen Verpflichtung für Unternehmen geworden ist. Heutzutage müssen alle Unternehmen sicherstellen, dass sie die Privatsphäre und den Datenschutz ihrer Kunden gewissenhaft wahren, während sie gleichzeitig ihre Marketingaktivitäten vorantreiben.

**Da Datenschutz und Marketing eng miteinander verbunden sind, stehen Unternehmen vor der Herausforderung, ihre Marketingziele zu erreichen und gleichzeitig den Datenschutz zu wahren. Diese Themen können nicht mehr voneinander getrennt betrachtet werden, da sie beide einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg und das Vertrauen der Kunden haben. Der Datenschutz kann durch seine begründet sinnvolle Begrenzung der Nutzung als richtungsweisend bezeichnet werden.**

# 08

## Datenschutz

DSGVO und  
Überpersonalisierung



# Trends & Gamechanger

## Zielgerichtet und in Echtzeit

# Trends & Gamechanger

Zielgerichtet und in Echtzeit

In der Zukunft des Dialogmarketings werden personalisierte Ansätze und datengetriebene Entscheidungen eine zentrale Rolle spielen. Dialogmarketingstrategien können somit quasi in Echtzeit, auf Basis der Analyse fallspezifisch generiert und vollzogen werden.

Unternehmen werden verstärkt auf Trends wie die Hyperpersonalisierung durch den Einsatz von KI-Technologien, die Nutzung umfangreicher Datenanalysen und die Verwendung verschiedener Kommunikationskanäle setzen.

# 09

## Trends & Gamechanger

spezifisch, persönlich,  
unmittelbar

# 1.0

## AI

Chancen und Risiken des  
Gamechangers



# Dialogmarketing Trends & Gamechanger

Zielgerichtet und in Echtzeit

Die Zukunft des Dialogmarketings wird von einer noch größeren Datenverfügbarkeit und fortschrittlichen KI-Anwendungen und dem Lerneffekt aus den gewonnenen Daten geprägt sein. Dies ermöglicht Unternehmen, beinahe in Echtzeit umfassende Datenanalysen durchzuführen und darauf basierend hochgradig personenspezifische „Lerninhalte“ abzuleiten und anzuwenden. Die fallbasierende und personenspezifische Dialogstrategie kann prägend die Dialogmarketingstrategie verändern.

**Im Dialogmarketing kann Deep Learning eingesetzt werden, um große Mengen von Kundendaten zu analysieren und Muster, Präferenzen und Verhaltensweisen der Kunden zu identifizieren. Indem sie auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden eingehen und relevante Informationen zur Verfügung stellen, können Unternehmen langfristige Kundenbeziehungen aufbauen und die Kundenzufriedenheit steigern.**

## 09 Trends

Deep learning

# Dialogmarketing Trends & Gamechanger

Zielgerichtet und in Echtzeit

Die Zukunft des Dialogmarketings wird von einer noch größeren Datenverfügbarkeit und fortschrittlichen KI-Anwendungen geprägt sein. Dies ermöglicht Unternehmen, noch umfassendere Datenanalysen durchzuführen und darauf basierend hochgradig personalisierte Marketingbotschaften zu erstellen und zu kommunizieren. Die KI wird die Möglichkeit bieten, die Kundenhistorie im Dialogmarketing spezifisch zu berücksichtigen.

Die Nutzung von künstlicher Intelligenz (AI) im Dialogmarketing birgt sowohl Chancen als auch potenzielle Risiken. Auf der einen Seite ermöglicht AI eine effizientere Datenanalyse, Personalisierung und Automatisierung von Marketingaktivitäten, was zu einer verbesserten Kundenansprache führen kann. Auf der anderen Seite müssen jedoch ethische Aspekte wie Datenschutz, Transparenz und die Gefahr von algorithmischer Verzerrung berücksichtigt werden.

# 1.0 Gamechanger AI

Chancen und Risiken des  
Gamechangers

# Dialogmarketing Trends & Gamechanger

Zielgerichtet und in Echtzeit

In Bezug auf den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) im Dialogmarketing sind sowohl Chancen als auch potenzielle Risiken zu berücksichtigen. Es besteht nach wie vor Unsicherheit darüber, wie Entscheidungsprozesse in der "Black Box" der KI tatsächlich stattfinden. Maschinelles Lernen basiert auf programmierten Mechanismen und ist stark von den zugrunde liegenden Daten abhängig. Es ist daher wichtig, die Herkunft und Ausrichtung der Daten kritisch zu hinterfragen, um mögliche Verzerrungen und ethisch fragwürdige Ergebnisse zu vermeiden.

Ein weiterer Aspekt ist der Datenschutz. Die KI reagiert auf die verfügbaren Daten, und Datenschutzverletzungen können nicht ausgeschlossen werden. Die Abhängigkeit von den Unternehmen, die KI-Dienste bereitstellen, sollte ebenfalls beachtet werden, da dies Auswirkungen auf die Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit und Cybersicherheit dieser Dienste haben kann.

# 1.0 Gamechanger AI

Chancen und Risiken des  
Gamechangers

# Dialogmarketing Trends & Gamechanger

Zielgerichtet und in Echtzeit

Darüber hinaus besteht das Risiko der Überpersonalisierung. Während Personalisierung ein wichtiges Ziel im Dialogmarketing ist, kann zu viel Personalisierung unheimlich wirken und bei den Kunden Gänsehaut, Unbehagen oder sogar Angst auslösen. Es ist wichtig, die Möglichkeiten der KI maßvoll zu nutzen und eine ausgewogene Balance zu finden.

**Insgesamt ist der Umgang mit KI im Dialogmarketing eine Lernkurve, die wir alle noch durchlaufen müssen. Es ist wichtig, transparent zu sein, ethische Fragen zu berücksichtigen und die Chancen und Risiken sorgfältig abzuwägen, um die Potenziale der KI bestmöglich zu nutzen.**

# 1.0 Gamechanger AI

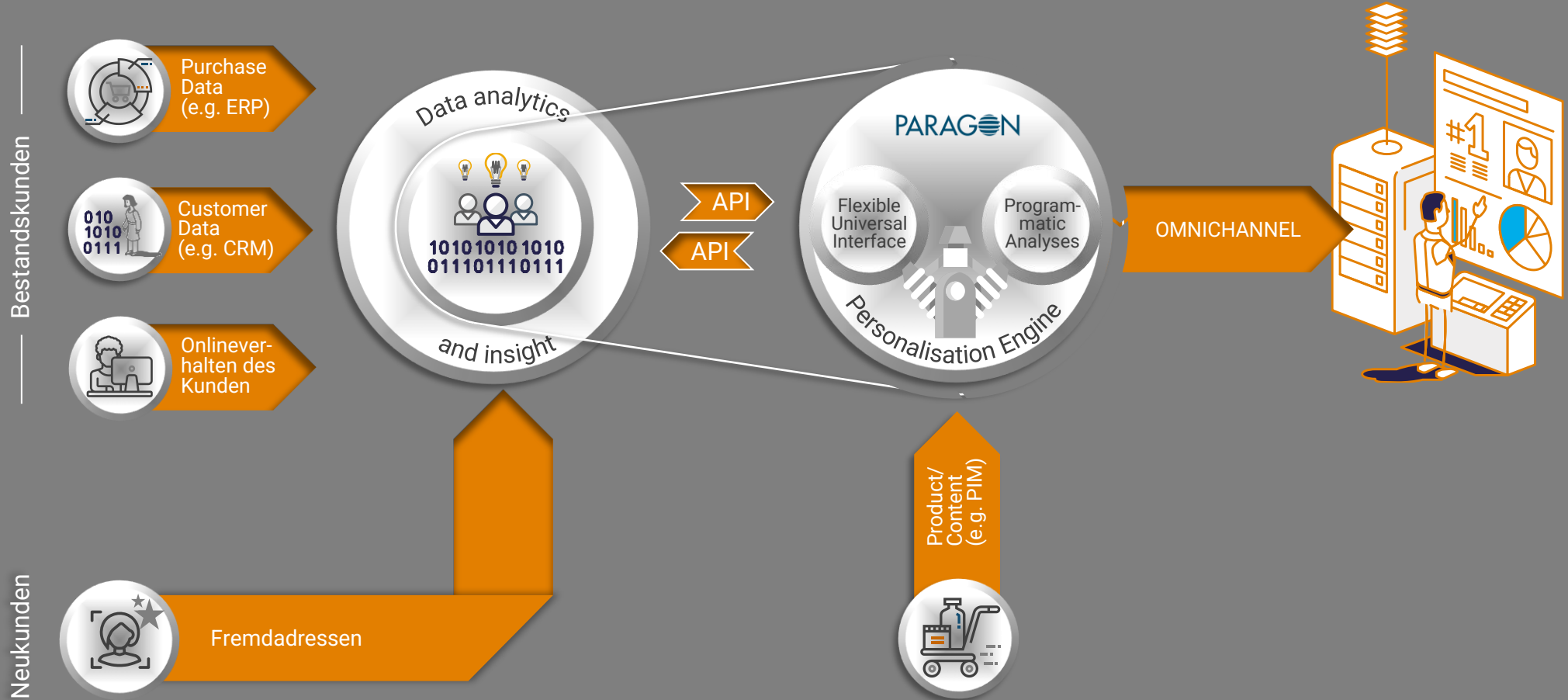
Chancen und Risiken des  
Gamechangers



# Bespiele Personalisierung



# Wie machen wir das?



# Marketing Beispiel QVC

**Unser Geschenk: 0 € Versand!**
  
 Bestellen Sie am 20.10. den ganzen Tag Versandkostenfrei!

Find what you love. Love what you find.

Am 20.10. Versandkosten sparen und schon jetzt über Ihre individuellen Empfehlungen freuen!

QVC

**Wir vermissen Sie, lieber Herr Mustermann!**

Darum schenken wir Ihnen einen **5 € Gutschein**, den Sie z.B. am 20.08. bei unserem „Küche mit Köpfchen“ Event mit vielen extra leckeren Angeboten einlösen können.

Am 20.08. gibt's jede Menge schlaue Ideen für Ihre Küche. Da kommt ihr 5 € Gutschein genau richtig!

QVC.de

Von allen Kunden empfohlen – das können ja nur tolle Angebote sein. Verpassen Sie am 19.07. nicht unseren 24-Stunden-Event!

**EIN TAG VOLLER LIEBLINGSPRODUKTE!**

SODASTREAM Crystal 2.0 3 Glasbaraffen & 1 Zylinder 5J-Herstellergarantie  
 Art.-Nr. 882 469 QVC Preis 124,99 € Super-Sparpreis 99,99 € QBuy: Zahlung in 6 Raten möglich

**INDIVIDUELL FÜR SIE AUSGEWÄHLT**

Unser Tipp: gleich Ihren Gutschein einsetzen!

Sie liegen uns am Herzen!  
 Wir geben die Mehrwertsteuerleistung bei 01.07. selbstverständlich zu 100% an Sie weiter.

**EIN TAG VOLLER LIEBLINGSPRODUKTE!**

**AQUA CLEAN PUR WC Pulver**  
 Kalklösefunktion  
 Langlebige Wirkung  
 Art.-Nr. 842 273  
 QVC Preis 29,99 € (9,99 € pro 1 kg)

**WÄSCHEDUFT PLUS Duftpulver**  
 für alle Textilien sortentrennend  
 200ml  
 Art.-Nr. 840 191  
 QVC Preis 24,50 € (23,50 € pro 1l)

**INDIVIDUELL FÜR SIE AUSGEWÄHLT**

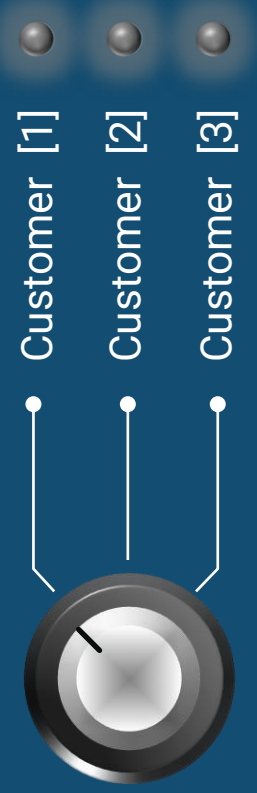
**Auf Geschenksuche?**

**Individuell für Sie ausgewählt ...**

**5 € MIT CODE QFAV820A**

GÜLTIG VOM 19.-30.08.2020

Nehmen Sie Ihren Gutschein-Code bei der nächsten Bestellung in Rechnung. Sie erhalten ihn bei Ihrer letzten Bestellung auf der Seite „Mein 5 € Gutschein“. Nach erfolgreicher Bestellung wird Ihnen der Wert des Gutschein-Code zugeschrieben. Der Gutschein ist nicht übertragbar.



# Marketing Beispiel IKEA

**IKEA FAMILY**

Hej Eric,  
was war das  
für 1 Jahr.





Das Vertragspartner ist die IKEA Deutschland GmbH & Co. KG, am Wandersmann 3-4, 85719 Hofheim-Walldorf. Diese ist auch verantwortlich für alle im Sinne des Verbraucherschutzgesetzes. Du kennst die Verwendung dieser Daten für die Zusendung der IKEA FAMILY Post an dich jederzeit unter der Adresse IKEA FAMILY, Postfach 40 02 02, 85709 Hofheim am Bauhuswegendstraße. Deine Daten werden bei einer IKEA.de/Newsletter-Abmeldung gelöscht.

© 2019 IKEA Systems S.V. 2019

Die Angabe „Anzahl verfügbar“ weist bedeutet, dass wir den Preis des Produkts gegenüber dem vorherigen Preis geändert haben.



Hej Eric,  
vergibt, wie schnell die Zeitvergeht. Im August bist du schon ein Jahr Teil der IKEA FAMILY. Wir hoffen, dass wir dich in dem vergangenen 365 Tagen inspirieren und dein Zuhause noch schöner machen konnten. Kommt jetzt bald das neue IKEA Danmark vorbei. Wir freuen uns, dich wiederzusehen!

*Gästfriheten för Gästfriheten, IKEA FAMILY*

## 1 Jahr IKEA FAMILY und du.

<p><b>Transportsicherheit</b></p> <p>Scanne beim Einkauf immer deine IKEA FAMILY Karte auf dem Smartphone. Sollte dir auf dem Heimweg etwas kaputtgehen, ersetzen wir es dir, in Familien ist man ein Übeltäter, du machst ein neues schaffst.</p>	<p><b>Digitale Karte</b></p> <p>Hol dir jetzt die digitale Karte auf dein Smartphone und du hast immer alle Vorteile dabei: IKEA.de/Karte</p>	<p><b>IKEA FAMILY Newsletter</b></p> <p>Nur 1-Mal erfährst du Neues zuerst. Set gemeinsam auf neue IKEA FAMILY Angebote, Aktionen, Events und Gewinnspiele. Hier kannst du dich dafür anmelden: IKEA.de/Newsletter</p>	<p><b>Genieß deinen Kaffee gratis</b></p> <p>In Schweden ist die Kaffeekultur „Fika“ Tradition. Komm ins Restaurant, zeig deine IKEA FAMILY Karte vor und wir laden dich ein.</p>
--	---	--	---

**Mach dir und deinem Zuhause eine Freude.**  
Diese Produkte haben wir für dich ausgesucht. Deine Angebote gelten vom 5.8. bis 31.8.2019.

<p><b>Für schöne Träume.</b></p> <p><b>NEU</b> <b>NEUER PREIS</b></p> <p>KUNGSBOMMA Bettwäsche-Set <b>19,99</b>/2-tlg. <small>Vorher: 24,99/2-tlg.</small></p> <p><small>KUNGSBOMMA Bettwäsche-Set 19,99/2-tlg. Vorher: 24,99/2-tlg. 100% Baumwolle/100% gereinigt. 80 x 140 cm. 100 x 200 cm. 100 x 230 cm.</small></p>	<p><b>NEU</b></p> <p>KLIPPA Tablett <b>6,99</b> <small>Normalpreis: 9,99</small></p> <p><small>KLIPPA Tablett 6,99. Normalpreis: 9,99. Metall aus 100% Aluminium. 28 x 38 cm. 38 x 52 cm. 52 x 70 cm.</small></p>	<p><b>NEU</b></p> <p>SKÄRVIT Kissen <b>3,99</b>/St. <small>SKÄRVIT Kissen 3,99. Die Füllung aus rezykliertem Polyester ist formstabil und ergötzt Komfort. Nylon. Füllung aus 100% Baumwolle. 30x40 cm. 10x20x30 cm.</small></p>
<p><b>NEU</b></p> <p>KUNGSBOMMA Bettwäsche-Set 19,99/2-tlg. Vorher: 24,99/2-tlg. 100% Baumwolle/100% gereinigt. 80 x 140 cm. 100 x 200 cm. 100 x 230 cm.</p>	<p><b>NEU</b></p> <p>KLIPPA Stofftasche <b>24,99</b></p> <p><small>KLIPPA Stofftasche 24,99. Polyester. 28x38 cm. 38x52 cm. 52x70 cm.</small></p>	<p><b>NEU</b></p> <p>FLISAT Leine und Bänder <b>4,99</b></p> <p><small>FLISAT Leine mit 4 Bänder 4,99. Durch die Leine für Kleider, Hüte und Taschen. Maschen-Verfahren. Polyester. 47x45 cm. 52 x 70 cm.</small></p>



Schoko passt zu jedem Jubiläum.

**Gratis**  
zu jedem Coupon  
KLADNKA  
Schokolade  
Gleichzeitiges  
Einlösen  
mit Karte/Code  
Normalpreis: 1,50

Unser Dankeschön für dich:  
Dein **5.-** IKEA FAMILY Coupon  
Gültig vom 5.8. bis 31.8.2019

**So war unser erstes gemeinsames Jahr:**

Seit August bist du Teil der größten Familie Deutschlands.

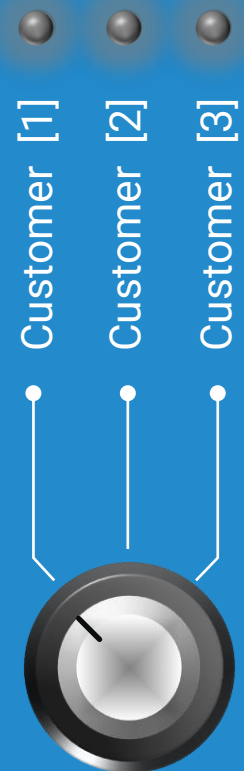
Wir haben dich in Sommerlaune versetzt.

Wir haben jede Menge Neues entdeckt.

Für alle, die wild auf Nudeln sind.

**NEU**  
IKEA FAMILY Preis für 2 Packungen  
**2,90** 300g 3,63/kg  
BÄSTISAR Eichenholz biologisch, 2 Packungen à 150g. Ein nachhaltiges oder zertifiziertes Bio-Kahle aus Norwegen in 150g. 60x30x90 cm.  
Normalpreis für 2 Packungen: 3,90/900g 4,81/kg

DV 07 0 28 Deutsche Post  
\*28 7752\*\*  
Adressfeld



# Vielen Dank für euer Interesse!

## Habt ihr noch Fragen?



+49 9431 620-194



dialog@paragon-cc.de



paragon.world/de





A young woman with voluminous curly brown hair is smiling and looking at her smartphone. She is wearing a red and white plaid shirt over a white tank top and blue jeans. She is holding two large shopping bags, one brown and one orange. The background is a blurred city street with buildings and other people. The word "PARAGON" is overlaid in the center in a blue, sans-serif font, with a stylized globe icon for the letter 'O'.

PARAGON