

Presse-Information

06. März 2008

mission<one> entwickelt mehrstufiges Online-Gewinnspiel für die CeBIT

Ein Infotainment-Tool hat auf der CeBIT-Webseite für 40% mehr Newsletter-Abonnenten gesorgt: Die „CeBIT Premium-Challenge“ ist ein dreistufiges Gewinnspiel, mit dem sich die Teilnehmer auf spielerische Art über die CeBIT informieren und für den CeBIT-Newsletter anmelden konnten. Entwickelt und umgesetzt hat das Spiel die mission<one> eRelations AG.

Um neue Newsletter-Abonnenten zu generieren, wollte der CeBIT-Veranstalter, die Deutsche Messe AG, neue Wege gehen: Die Webseite sollte mit Infotainment aufgelockert werden, das die Besucher spielerisch dazu animiert, den CeBIT-Newsletter zu abonnieren. Gleichzeitig sollte die Maßnahme auch bestehende Abonnenten auf die Webseite führen und zu einem Besuch der CeBIT anregen.

Zu diesem Zweck entwickelte die mission<one> eRelations AG ein dreistufiges Gewinnspiel: Die „CeBIT Premium-Challenge“. Über die Herausforderung dabei sagt mission<one>-Consultant Diana Plümper: „Die CeBIT steht für Innovation, und ihre Besucher sind ein kundiges Fachpublikum. Dem musste das Spiel technisch und gestalterisch gerecht werden. Außerdem sollte es schnell zu spielen sein, Infos zur CeBIT vermitteln und auf einen Besuch neugierig machen. Und: Das Spiel sollte so attraktiv sein, dass es von den Spielern weiterempfohlen und so viral verbreitet wird.“

Um am Spiel teilzunehmen, kamen Newsletter-Abonnenten über einen Link im Newsletter auf die personalisierte CeBIT Premium-Challenge Website. Website-Besucher dagegen registrierten sich für den CeBIT-Newsletter, um am Spiel teilzunehmen. Danach konnten sich die Teilnehmer in drei Flash-animierten Spielrunden auf deutsch oder englisch über die CeBIT 2008 informieren. Sie machten sich mit dem Messegelände vertraut, erfuhren wichtige Fakten – und konnten einen von 100 Preisen gewinnen.

Die Erfolgsbilanz der Kampagne: Die Zahl der Newsletter-Abonnenten ist um 40% gestiegen.

(1.869 Zeichen)

Info mission<one> eRelations AG:

Die **mission<one> eRelations AG** ist eine der führenden europäischen Agenturen für digitales Direktmarketing. Ein Team von über 50 Mitarbeitern entwickelt Lösungen für E-Mail-Marketing, Kundenbeziehungs-Management und Database-Marketing. Das Portfolio reicht von Beratung, Konzeption, Kreation und Technologie bis zu Analyse und Management. Zu den über 50 Kunden gehören z.B. neckermann.de, o2, Wella, ratiopharm, Gardena, Festo, fischer, Uzin, Adlermoden, Seeberger, xerox und D&W.

Kontakt:

Diana Dehner
Redaktion & Kommunikation
mission<one> eRelations AG
Fon: (0)731/20 77 –127
E-Mail: ddehner@mission-one.de