

## Presse-Information

06.06. 2007

### Zwei Kampagnen von mission<one> auf der DMMA-Shortlist

Die mission<one> eRelations AG ist gleich mit zwei Kampagnen für den Deutsche Multimedia Award (DMMA) nominiert: In der Kategorie E-Mail befand die Jury sowohl das „**Sommer-Gewinnspiel**“ als auch die „**Merkzettel-Kampagne**“ für preiswürdig. Beide Kampagnen kreierte mission<one> für seinen Kunden **neckermann.de**. „Wegen ihrer individuellen Ansprache und dialogorientierten Herangehensweise waren die Kampagnen bei den Kunden sehr erfolgreich“, sagt Michael Sorg, Leiter Neue Medien der neckermann.de GmbH. „Es freut uns, dass sie nun mit den Nominierungen auch durch das Fachpublikum entsprechend gewürdigt werden.“

Die **Merkzettel-Kampagne** nutzte die „Merkzettel“-Funktion im Online-Shop von neckermann.de, um Kunden zu reaktivieren: Den Kunden erhielten komplett individualisierte Newsletter, in denen ihnen Produkte vorgestellt wurden, die sie schon einmal in ihrem virtuellen Merkzettel gespeichert hatten. Zum ersten Mal wurde das Potenzial der Merkzettelfunktion – nämlich die Kenntnis über das Produktinteresse des Kunden – genutzt, um die Kunden individuell anzusprechen und den Grundsatz des One-to-One-Marketing umzusetzen. Erstmals wurde dabei das komplette Produktangebot individualisiert. Die Öffnungs-, Klick- und Conversions-Raten konnten erheblich gesteigert werden.

Ziel der **Sommer-Gewinnspiel-Kampagne** war es, langjährige Newsletter-Abonnenten zu aktivieren und für ihre Treue zu belohnen. Mit dem Sommer-Gewinnspiel hat mission<one> erstmals in einer deutschen Online-Kampagne die Verbindung zwischen Abonnentenlebenszyklus und Abonnentenaktivität für die individuelle Kundenansprache genutzt. Im Rahmen eines mehrstufigen Gewinnspiels erhielten die Kunden je nach Abonnementdauer unterschiedliche Inhalte und Incentivierungen. Grundlage war die Annahme, dass die Dauer eines Newsletter-Abonnements entscheidenden Einfluss auf die Öffnungs-, Klick- und Conversions-Raten hat. Die Kampagne hat diese Annahme bewiesen und zahlreiche Erkenntnisse über die Möglichkeiten der individuellen Kundenansprache zur Aktivierung gebracht.

Die **mission<one> eRelations AG** ist eine der führenden europäischen Agenturen für **eRelations**. 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. Adler, neckermann.de, o2, Wella, ratiopharm, Gardena, Festo, fischer, Uzin, Seeberger, xerox und D&W.

Der **Deutsche Multimedia Award (DMMA)** wird seit 1996 an die besten Online-, Offline- und Kioskanwendungen verliehen. Mit mehr als 3.500 Einreichungen ist der DMMA die führende Auszeichnung für die Multimedia-Sparte im deutschsprachigen Raum. Der Preis ist ein Symbol für innovative, leistungsfähige Konzepte und Umsetzungen im Bereich multimedialer Kommunikation.

Die Qualität des DMMA ist durch die Kompetenz der Veranstalter und durch die Kompetenz der prominenten Fachjurys garantiert, die sich aus Kreativen, Machern, Medienvertretern, Wissenschaftlern und Auftraggebern zusammensetzt.

Die Veranstalter sind der Deutsche Multimedia Kongress (DMMK) / MFG Baden-Württemberg und der Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (BVDW), unterstützt vom Kommunikationsverband.

---

**Kontakt:**

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