

## Presse-Information

26. Juni 2008

### **Neue Case Study: Erfolgreiche Abonnenten-Generierung für den Adler-Newsletter**

**Mit der spannenden und unterhaltsamen Online-Lotterie „Adler Losglück“ hat mission<one> für seinen Kunden Adler Modemärkte eine große Zahl von Bestandskunden in den Online-Kanal überführt und neue Newsletter-Abonnenten gewonnen.**

Die Adler Modemärkte GmbH gehört zu den führenden Textil-Einzelhändlern in Deutschland und verfügt über eine umfangreiche Kundendatenbank. Diese Kunden sollten nun von dem Offline- in den Online-Kommunikationskanal geführt und zur Abonnierung des Adler-Newsletters motiviert werden. Durch die nachhaltige Intensivierung des Kundenkontakts sollte die Kundenbindung und der Abverkauf gesteigert werden.

Die mission<one> eRelations AG betreut bereits seit langem den Newsletter für Adler. Außerdem bietet sie als eine der wenigen Agenturen für digitales Direktmarketing ein Full-Service-Portfolio. Daher beauftragte Adler mission<one>, für dieses Adressgenerierungs-Projekt ein Konzept zu präsentieren. Nach intensiver Beratung entwickelte mission<one> eine Gewinnspielidee mit einer effizienten Mechanik und hoher Teilnehmer-Motivation. Diese Idee setzte die Agentur komplett um – vom Online-Design in Flash bis zur technischen Umsetzung und Analyse.

Viele Adler-Kunden gehören zur Zielgruppe der „Best Ager“ und sind oft noch nicht online-affin. Es war daher besonders wichtig, einen einfachen, unterhaltsamen und regelmäßigen Zugang zum Online-Medium zu schaffen. Deshalb wurde die Kampagne als 4-stufiges Lotteriespiel angelegt. Durch die regelmäßigen E-Mails, die zur Teilnahme an der nächsten Spielrunde auffordern, gewinnt dieses Medium an Präsenz und Akzeptanz bei den Empfängern. Eine unkomplizierte und unterhaltsame Aktion bewirkt „ganz nebenbei“, dass sich die Teilnehmer mit den multimedialen Elementen von Internet-Anwendungen vertraut machen. Attraktive Gewinnchancen schließlich sorgen für eine hohe Motivation, an dem Spiel über alle vier Runden teilzunehmen. Kunden, die den Adler-Newsletter noch nicht abonniert haben, werden durch die imagefördernde Wirkung des Spiels dazu angeregt, sich bei dem Service anzumelden.

Der Erfolg der Kampagne übertraf alle Erwartungen bei weitem: Von allen Teilnehmern, die noch keinen Adler Newsletter bezogen, konnten 40% von ihnen als neue Abonnenten gewonnen werden. Die Öffnungs- und Klickraten in den Gewinnspiel-Newslettern waren entsprechend hoch und auch der Umsatz in den Adler Modemärkten stieg im Aktionszeitraum deutlich an.

**Kontakt:**

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