

Wall of Fame im Dialogmarketing

Mailing-Wettbewerb 2010 prämiert Dialog-Highlights

Bonn, 13.09.2010: Zum Abschluss des Mailing-Wettbewerbs 2010 hat die Deutsche Post am 10. September herausragende Dialogmarketing-Kampagnen des Jahres 2009 ausgezeichnet. In den Balloni-Hallen in Köln wurden die Sieger in fünf Kategorien prämiert: „Standardformat“, „Offenes Format“, „Teiladressierte Mailings“, „Eigenwerbung Agenturen“, „Cross Media“. Bewertungskriterien in allen Kategorien waren konzeptionelle Leistung und Strategie, Kreativität bei Grafik und Text, zielgruppengerechte Ansprache sowie Ergebnis und Effizienz. Insgesamt beteiligten sich knapp 150 Agenturen und Unternehmen am Mailing-Wettbewerb 2010 und reichten 200 Beiträge ein.

In der Kategorie „Standardformat“, d.h. bei den personalisierten Standard-Mailings, gewann OgilvyOne Worldwide mit dem B2C-Mailing „Lassen Sie sich drücken“ für die Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V. Der Spendenaufruf war trotz Platzierung in der umkämpften Hochsaison Oktober/November sehr erfolgreich mit einer emotional positiven Botschaft ohne Mitleidseffekt.

Den Spitzenplatz in der Kategorie „Offenes Format“ belegte Wunderman Frankfurt mit dem Beitrag „Meine Memoiren“ für die Deutsche Lufthansa. Das Mailing bestach durch seine kreative Idee. Die angeschriebenen Vielflieger wurden durch ein Preisausschreiben für weitere Buchungen aktiviert. Die Teilnehmer konnten ihre eigene Lebensgeschichte gewinnen, verfasst von einem professionellen Ghostwriter.

In der Gruppe „Teiladressierte Mailings“ vergab die Jury zwei dritte Plätze. Die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft überzeugte mit einem von der EPS Agentur für Kommunikation gestalteten Mailing „Entertain Fernbedienung“. Der Info-Flyer des Produkts wurde in Form einer Fernbedienung gestaltet. Ebenfalls auf dem dritten Platz landete Social Concept aus Köln mit der Kampagne „Die Blutspende“ für das Deutsche Rote Kreuz-Blutspendendienst West. Mit einer amtlichen Anmutung verlieh die Agentur dem Mailing eine hohe Dringlichkeit.

In der Kategorie „Eigenwerbung“ gewann OgilvyOne Worldwide mit dem „HowTo-Magazin“. Mit der hochwertigen Kundenzeitschrift positioniert sich OgilvyOne als Meinungsfüh-

rer unter den Werbeagenturen in Deutschland. Ungewöhnlich: Für die Platzierung von Themen über digitale Medien wählte die Agentur ein analoges Medium mit hoher Awareness bei Entscheidern.

In der Kategorie "Cross Media" überzeugte Red Urban mit der Kampagne „Die richtige Auflösung gibt es im Web“ für Getty Images Deutschland. Ziel war die Steigerung von Bekanntheit und Umsatz des umfangreichen Angebots von Getty Images im Bereich web- und mobile-optimierter Bildformate. Das Mailing führte den Leser mit einer Kriminalgeschichte auf eine interaktive Microsite. Hier verfolgten die User dann die Spur des Verbrechens im Paris des 19. Jahrhunderts.

Die Sieger wurden bei einem exklusiven Abschluss-Event mit attraktiven Geldpreisen belohnt. In der Jury in Königstein/Taunus kamen unter dem Vorsitz von Michael Koch (gkk Dialog Group) namhafte Experten für Dialogmarketing aus Unternehmen, Wissenschaft und Presse zusammen: Roland Bös (Scholz & Friends), Dirk Damm (Damm & Bierbaum), Raoul Fischer (w&v), Dr. Karoline Haderer (Heag Südhessische Energie AG), Vera Hermes (Freie Journalistin), Jürgen Hofmann (Deutsche Post DHL), Rudolf Jahns (Jahns and Friends), Michael Kefer (defacto), Frank Korbach (Commerzbank), Roman Kretzer (gkk Dialog Group), Prof. Dr. Andreas Mann (Universität Kassel), Kerstin Plehwe (Initiative ProDialog), Peter Recker (Deutsche Post DHL), Michael Reidel (HORIZONT), Martin Riesenfelder (Wunderman), Roland Rischer (Publicis), Christian Städtler (Münzhandelsgesellschaft), Caspar Philipp Woermann (DPV Direct), Wolfgang Zimmerer (RMG Connect).

Weitere Informationen zum Mailing-Wettbewerb unter: www.mailing-wettbewerb.de.

Kontakt für Journalistenfragen:

Deutsche Post DHL

Konzernkommunikation

Uwe Bensien

Tel.: +49 (0)228 182-9944

E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

www.dp-dhl.de/presse

Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist Europas größter Postdienstleister, der Marktführer im deutschen Brief- und Paketmarkt und hat eine führende Position im internationalen Briefverkehr. Mit der starken Marke Deutsche Post baut das Unternehmen seinen Status als „Die Post für Deutschland“ weiter aus. Das Portfolio reicht von standardisierten Produkten bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für Privat- und Geschäftskunden in den Bereichen Briefkommunikation, Dialogmarketing und Pakettransport. Die Deutsche Post wird die Verknüpfung von physischer und elektronischer Kommunikation weiter vorantreiben und so ihre Stellung als umfassender Dienstleister für sichere, einfache und zuverlässige Kommunikation ausbauen.

Deutsche Post ist Teil des Konzerns Deutsche Post DHL. Die Gruppe erzielte 2009 einen Umsatz von über 46 Milliarden Euro.

Weitere Informationen unter www.dp-dhl.de

Kategorie	Rang	Kampagne	Einreicher	Kunde / Betreuende Agentur
Standardformat	1	Lassen Sie sich drücken!	OgilvyOne Worldwide GmbH Frankfurt	Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.
	2	Commerzbank Sehtest	argonauten G2 GmbH	Commerzbank AG
	3	Schöner parken	Wunderman GmbH Hamburg	Irland Information Tourism Ireland Ltd.
Offenes Format	1	Meine Memoiren	Wunderman GmbH Frankfurt	Deutsche Lufthansa AG
	2	Leica Streifzüge	argonauten G2 GmbH	Leica Camera AG
	3	Treffen Sie das gkk Team!	gkk DialogGroup GmbH	-
Teiladressierte Mailings	1	nicht vergeben		
	2	nicht vergeben		
	3	Entertain Fernbedienung	Telekom Shop Vertriebsgesellschaft mbH	EPS Agentur für Kommunikation GmbH
	3	Die Blutspende	Social Concept GmbH	DRK-Blutspendedienst West gGmbH
Cross Media	1	Die richtige Auflösung gibt es im Web	Red Urban GmbH	Getty Images Deutschland GmbH
	2	Gießen Impossible!	Wunderman GmbH Frankfurt	Deutsche Lufthansa AG
	3	GALERIA Kaufhof gegen Schrankleere	Jahns and Friends AG	GALERIA Kaufhof GmbH
Eigenwerbung Agenturen	1	HowTo Magazin	OgilvyOne Worldwide GmbH Frankfurt	-
	2	Wunderman braucht neue Schuhe!	Wunderman GmbH Frankfurt	-
	3	Casanova-Check	careforce GmbH Marketing und Dialog	-