



E-Mail-Award 2015: Einheitsmail ist out

E-Mail-Award 2015: Einheitsmail ist out
E-Mail-Award am Vorabend des DialogSummit verliehen
Preisträger Payback und Hutchison Drei Austria stechen hervor
Data-Driven Marketing wird zum Standard
Am Vorabend der Fachkonferenz DialogSummit wurde gestern Abend in Frankfurt der E-Mail-Award 2015 verliehen. Aus den knapp sechzig Einreichungen setzte eine internationale Jury zwölf Arbeiten auf die Shortlist. In der Kategorie E-Mailing gewannen Payback, Eismann und Hutchison Drei Austria. In der Kategorie Newsletter wurden Hutchison Drei Austria, KARE Online und Media Markt Österreich mit einem Award belohnt.
'Gute E-Mails sind kein Selbstläufer, sondern erfordern Zielgruppenkenntnis, Kreativität und harte Arbeit. Eine gelungene E-Mail-Kampagne verursacht keine hohen Versandkosten, dafür aber umso mehr Personalkosten. Leider wollen sich viele Unternehmen gleich beides ersparen', kritisiert Initiator Torsten Schwarz Unternehmen, die ihren Lesern mit irrelevanten E-Mails die Zeit stehlen. 'Der E-Mail-Award würdigt die Leistung von Unternehmen, die E-Mails entwerfen, welche gerne geöffnet und gelesen werden', erläutert er die Hintergründe. Ausgerichtet wurde der Wettbewerb von dem Fachinformationsdienst Email-Marketing-Forum.de
Der Award gliedert sich in zwei Kategorien: E-Mailing und Newsletter. E-Mailings sind im Rahmen spezieller Kampagnen verschickte Mailings, die oft an eigens selektierte Zielgruppen gerichtet sind. In der Kategorie 'Newsletter' werden regelmäßige Aussendungen bewertet, die oft an den gesamten Verteiler gerichtet sind und meist mehrere verschiedene Inhalte übermitteln.
In der Kategorie E-Mailing gewann Payback mit einer Kampagne an Reiseinteressierte, bei der acht verschiedene soziodemographische Gruppen mit jeweils unterschiedlichen und auf die Zielgruppen abgestimmten Bild- und Textwelten angeschrieben wurden (Agentur: gkk DialogGroup). Gegenüber einer nichtpersonalisierten Standardmail erhöhte sich der erzielte Umsatz um fast die Hälfte. Eismann wurde für seine Kampagne prämiert, Besteller persönlich rund um den nächsten Lieferservice zu informieren (Agentur: Promio.net). Hutchison Drei Austria wurde für seine animierte Fußballkampagne belohnt (Agentur: Dialogschmiede).
In der Kategorie Newsletter gewann ebenfalls Hutchison Drei Austria - diesmal mit einem interaktiven Omnichannel-Weihnachtsnewsletter (Agentur: Dialogschmiede). Platz zwei ging an KARE Online, die Segmentierung mit einer sehr persönlichen und sympathischen Ansprache verbanden (Agentur: Wiesbaden am Meer). Platz drei ging an Media Markt Österreich für seine zweistufige, die Nutzerreaktionen einbeziehende Kampagne (Agentur: Dialogschmiede).
Bilder von der Verleihung finden Sie hier:
http://rdir.de/r.html?uid=A.B.zdX.KjJF.BKq7V.SFdXy_dZRc3F-azGcjJbg
Ursula Rubenbauer
Absolit Consulting
Melanchthonstr. 5
D-68753 Waghäusel
Tel.: 07254/95170-0
E-Mail: presse@absolit.de
<http://www.absolit.de>


Pressekontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

presse@absolit.de

Firmenkontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

presse@absolit.de

Absolit berät Unternehmen bei der Integration von E-Mail in den Marketing-Mix. Studien zu Newsletter-Software sowie E-Mail-Adressen durchleuchten den Markt. Seminare vermitteln aktuelles Praxiswissen. Absolit betreibt das Marketingportal www.marketing-boerse.de. Torsten Schwarz ist Herausgeber des vom Schimmel-Media-Verlag publizierten Beratungsbriefs [Online-Marketing-Experts.de](http://www.online-marketing-experts.de). [marketing-BÖRSE](http://www.marketing-boerse.de) ist die wachstumsstärkste deutschsprachige Marketingplattform.