

ProCarWin vernetzt Sponsoring und Verbundwerbung

Im Januar rollte der mit dem Rennauto der ADAC-Procar-Serie identische, doch mit Straßenzulassung ausgestattete BMW E46 320i zu seiner neuen Besitzerin. Er ist der Hauptpreis im von DMM ausgerichteten »ProCarWin«, das am 31.12.2007 auslief. Für dieses erste Rennauto-Gewinnspiel in Deutschland wurden erstmalig Sponsoring und Verbundwerbung vernetzt.



DMM hatte elf Co-Sponsoren für einen gemeinsamen Auftritt auf dem Rennwagen von Engstler Motorsport gewonnen und damit auf die richtigen Pferde-

stärken gesetzt: Engstler wurde Meister und statt der ursprünglich prognostizierten 150.000 wurden fast 650.000 Anschriften gesammelt. Für die Co-Sponsoren baut DMM eigene Direktmarketing-Verteiler für Mailing, Telemarketing oder E-Mail auf; die Selektion nach Automarken ist möglich.

Generiert wurden die Adressen über Veranstaltungen an den Rennstrecken, www.procarwin.de, Messe-Auftritte, die Nutzung der eigenen Verbundmedien »Gutscheinmagazin« und »Wunschcoupon«, Medienkooperationen, Postkarten, Beilagen, Mailings und TV-Werbung. Ca. 100.000 Adressen brachte alleine das DMM-Affiliate-Programm www.besser-gemeinsam.de.

Kurzprofil



DMM Direct Media Marketing GmbH

Heinrich-Hertz-Str. 24
63225 Langen
Tel.: 0 61 03/20 53-808
Fax: 0 61 03/20 53-838
www.dmm.de

Ansprechpartner: Holger Weishaupt
Geschäftsführender Gesellschafter
h.weishaupt@dmm.de