



Best of.... Automobilhersteller punkten in allen Kategorien

(24.06.08)

Am Abend des 18. Juni, um 20 Uhr, war es endlich so weit: Das Geheimnis um die Preisträger des diesjährigen mailingtage Awards wurde vor über 1.700 Gästen im Rahmen der großen mailingtage Party im Kongresszentrum Nürnberg CCN Ost

gelüftet. Besonders die Automobilbranche konnte dabei in diesem Jahr beweisen, dass sie ganz vorne mit dabei ist, wenn es um professionelles Direkt- und Dialogmarketing geht. Hier wurde gleich zwei Mal Gold und ein Mal Silber verliehen.

Gewinner der Kategorie Offset-Mailing

In der Kategorie Offset-Mailing konnte die Chromedia Dialogmarketing GmbH mit dem Porsche Ärzte-Mailing für die Porsche Deutschland GmbH die Jury überzeugen und Gold mit nach Hause nehmen. Über Silber freuten sich die Vertreter von akzent design GmbH und ihr Kunde optovision und über Bronze schließlich die agencyteam Stuttgart GmbH, die sich mit dem Bauknecht Herkules Verkaufswettbewerb behauptete.

Gewinner der Kategorie Digitaldruck-Mailing

Auch in der Kategorie Digitaldruck-Mailing fand sich die Werbung für einen Automobilhersteller auf Platz 1. Das „MINI-Welcome-Package“ der gkk DialogGroup GmbH wurde von der Jury einstimmig als die beste Arbeit bewertet, die es hervorragend verstand, die Stärken des Digitaldrucks mit der individualisierten Ansprache zu verbinden. Aber auch der zweite Platz, das „Abo-Kündiger-Prophylaxe“-Mailing von Scholz & Friends Dialog Group GmbH für die Egmont Ehapa Verlag GmbH nutzte die echten Individualisierungschancen für die Kundenansprache perfekt. Bronze ging hier schließlich an Daten_Partner GmbH, die mit dem „Treue-Upgrade-Mailing“ für The Phone House Telecom GmbH ebenfalls zu den Besten dieser Kategorie zählten.

Gewinner der Kategorie E-Mailing

In der E-Mailing-Kategorie hatte schließlich Rapp Collins Germany mit „Der Trojaner“ für Adobe Systems die Nase vorn und erhielt Gold für eine hervorragende Konzeption und Ergebnisse. Bei der Vergabe der Silber-Trophäe war schließlich das dritte Unternehmen aus der Automobil-Branche auf der Bühne: die Audi AG, deren Agentur defacto.kreativ für die myAudi Befragung verantwortlich zeichnete. Last but not least war der dritte Platz zumindest dem Kampagnenmotto nach der Automobil-Branche nahe: „Gewinn mit Motorsportflair“ von maldaner-münst kommunikation für die DMM Direct Media Marketing konnte Bronze sichern.