



Deutscher Multimedia Award 2007

Der führende Wettbewerb für innovative
Online- und Offline-Anwendungen

PRESSEMITTEILUNG

E-Mail-Marketing: Gut, aber (noch) nicht ausgezeichnet! Die besten Kampagnen werden beim DMMA 2007 gesucht

Düsseldorf/Stuttgart, 21. März 2007. E-Mail-Marketing hat seinen festen Platz im Media-Mix der Marketingverantwortlichen. Per elektronischer Post werden Internetnutzer mit Angeboten, News, Gewinnspielen und Informationen versorgt. Die besten Kampagnen werden auch 2007 wieder mit dem Deutschen Multimedia Award ausgezeichnet. Bereits seit einigen Jahren enthält die Ausschreibung eine eigene Kategorie. Noch bis zum 23. März 2007 können Agenturen, Dienstleister und Auftraggeber Beiträge anmelden, die dann von einer eigenen Expertenjury gesichtet und bewertet werden.

Die Messlatte für gutes E-Mail-Marketing liegt anno 2007 recht hoch. Die Ansprüche an die designerische und textliche Gestaltung sind weiter gestiegen, nicht selten werden E-Mails mit Video- und Audiobotschaften versehen. Als Mittel zur Kundenbindung und Teil integrierter, crossmedialer Kampagnen haben sie eine wertvolle Funktion für Werbetreibende und Marketingverantwortliche. Beim DMMA werden die verschiedenen Aspekte der Wettbewerbsbeiträge intensiv beleuchtet. Die handverlesene Expertenjury, die vom Arbeitskreis E-Mail-Marketing des BVDW zusammengestellt wird, wird jedem Teilnehmer ein qualifiziertes Feedback zukommen lassen, anhand dessen jeder eine Standortbestimmung vornehmen kann.

„E-Mail-Marketing stellt für Agenturen und Werbetreibende eine besondere Herausforderung dar“, so Marco Zingler, Chef der Agentur denkwerk, die 2006 den DMMA für eine E-Mail-Marketingkampagne für den Handyhersteller Nokia erhielt. „Hier müssen sie ein Höchstmaß an Kreativität und Zielgruppenkenntnis in Einklang bringen, schließlich sprechen sie den User über das digitale Postfach an und das ist heutzutage in aller Regel mit Nachrichten und E-Mails überflutet.“ Gute Kampagnen schaffen es immer wieder für hohe Öffnungs- und Klickraten zu sorgen, ob sie deshalb allerdings auch ausgezeichnet werden, wird am 21. Juni 2007 geklärt. Dann findet in Berlin die Preisverleihung der laut Branchenumfragen begehrtesten Trophäe der Digitalen Wirtschaft in einer Abendveranstaltung anlässlich des Deutschen Multimedia Kongresses (DMMK) - Digitale Wirtschaft statt.

Wettbewerbsbeiträge können noch bis zum 23. März 2007 eingereicht werden. Dazu reicht zunächst die einfache Anmeldung, die detaillierte Beschreibung kann noch bis zum 30.3. abgeliefert werden. Neben der Kategorie E-Mail geht der Deutsche Multimedia Award 2007 mit folgenden Einreichungskategorien an den Start:

- Werbung/PR
- Information
- Unterhaltung
- E-Commerce / Vertriebsunterstützung
- Interaktive Services
- Web 2.0-Anwendungen
- Innovative Installationen (Kiosksysteme, Installationen, etc.)
- Mobile
- Interaktives TV (i-TV)



Deutscher Multimedia Award 2007

Der führende Wettbewerb für innovative
Online- und Offline-Anwendungen

PRESSEMITTEILUNG

Teilnahmeberechtigt sind deutschsprachige Online- und Offline-Produktionen, die nach dem 1. März 2006 erstmals veröffentlicht oder grundlegend aktualisiert wurden. Hinzu kommen der Vorschlagspreis "Kunde des Jahres" und der Publikumspreis „Beste Prominentenwebseite“. Weitere Informationen sowie die Teilnahmeunterlagen zum DMMA 2007 finden Sie unter: www.dmma.de

oder auf den Webseiten der beteiligten Partner:

<http://www.bvdw.org>

<http://www.dmmk.de>

<http://www.kommunikationsverband.de>

Kontakt für Einreicher:

DMMA | AwardsUnlimited
Im Tokayer 15
D-65760 Eschborn
Fon +49.6173.608606
Fax +49.6173.608603
mailto: [dmma\(at\)awardsunlimited.de](mailto:dmma(at)awardsunlimited.de)

Presse:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Christoph Salzig, Pressesprecher
Kaistrasse 14
40221 Düsseldorf
Tel. 0211 600 456 -26, Fax: -33
mailto: salzig@bvdw.org

Sponsoren des DMMA

Advertising.com Deutschland GmbH
denkwerk GmbH
eCircle AG
nugg.ad GmbH
spielen.de – ein Portal der Mediatrust GmbH

Medienpartner des DMMA:

Acquisa
Handelsblatt
Horizont
ibusiness.de
Internet World Business
ONEtoONE
Werben & verkaufen
Wirtschaftswoche