

Text und Konzeption der WWF Borneo-Kampagne glänzen

Borneo-Kampagne des WWF Deutschland von rabbit eMarketing mit dem Best-Text-Award 2010 vergoldet

Augsburg/Frankfurt, 14. April 2010. Bereits bei den Marketing Sherpa Awards in Miami überzeugte die von rabbit eMarketing für den WWF Deutschland konzipierte „Borneo-Kampagne“. Jetzt wurde die mehrstufige Kampagne erneut ausgezeichnet. Die Jury des von der Textakademie ausgelobten Best-Text-Award prämierte die Kampagne nun mit Gold in der Kategorie Online. Dabei zeigten sich die Juroren in ihrer Begründung vom Text der Kampagnen-Mails und der Gesamtkonzeption gleichermaßen beeindruckt. Angesichts der Erfolge der „Borneo-Kampagne“ zeigen sich rabbit eMarketing und WWF Deutschland ebenfalls optimistisch, was den Erfolg der derzeit laufenden „Urwaldriesen-Kampagne“ angeht. Auch sie hat das Zeug zur echten Gewinnerkampagne – für Mensch und Umwelt.

In der nun von der Jury des Best-Text-Award 2010 vergoldeten mehrstufigen E-Mail-Kampagne warb der WWF Deutschland im Herbst 2009 um Spenden zur Rettung des Regenwaldes auf Borneo. Die artenreichen Regenwälder der indonesischen Insel sind einer der letzten Lebensräume der stark gefährdeten Orang-Utans und unersetzlich für das globale Klima. Entsprechend dringlich war die Bitte der Naturschutzorganisation um Unterstützung. In der von rabbit eMarketing konzipierten mehrstufigen Kampagne wurden die Abonnenten des WWF-Newsletters auf außergewöhnliche Art und Weise um Hilfe gebeten: Orang-Utan Rimba berichtete in einem fiktiven Tagebuch persönlich von seinem und dem Alltag seiner tierischen Nachbarn. Themen wie illegaler Holzeinschlag, nicht nachhaltige Waldwirtschaft, Vernichtung des Lebensraums der Menschenaffen und damit deren Bedrohung sowie Wilderei wurden so unmittelbar erlebbar. Mit großem Erfolg: Der WWF verzeichnete einen Zuwachs der Spenden um 50 % im Vergleich zu konventionellen Aktionen.

Über rabbit eMarketing:

rabbit eMarketing (www.rabbit-emarketing.de) ist eine auf E-Mail-Marketing spezialisierte Werbeagentur. Am Standort Frankfurt werden derzeit 35 Mitarbeiter beschäftigt. Für sein Geschäftskonzept erhielt das Unternehmen 2005 den Gründerpreis der Stadt Frankfurt. 2008 wurde rabbit eMarketing mit dem Hessischen Gründerpreis ausgezeichnet.

Zum Kundenkreis von rabbit eMarketing gehören der gehobene Mittelstand, international agierende Großunternehmen und zahlreiche Online-Shops. Ihnen bietet das Unternehmen professionelle E-Mail-Kampagnen, IT-Integration, strategische und operative sowie Beratungsleistungen bei der Auswahl von E-Mail-Marketing-Systemen. Zu den über 100 Kunden zählen

unter anderem das Hotel Adlon Kempinski Berlin, DocMorris, Dresdner Bank, Electrolux, Epson Deutschland, Hanse Merkur, HBM, Novell, Osram, Siemens Medical, T-Systems, Telekom Training, der VDMA und World Vision. Neben Deutschland ist rabbit eMarketing u.a. in Österreich, der Schweiz, Italien, Norwegen, den Niederlanden sowie in den USA aktiv.

Zahlreiche Kampagnen von rabbit eMarketing wurden in den letzten Jahren mit wichtigen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Darunter befinden sich mehrere Auszeichnungen beim mailingtage Award und auch acht MarketingSherpa Awards. Diesen renommiertesten amerikanischen E-Mail-Marketing Preis konnte rabbit eMarketing sowohl 2007 als auch 2008 jeweils in zweifacher, 2009 in vierfacher und 2010 erneut in zweifacher Ausführung mit nach Deutschland nehmen, eine für eine europäische Agentur beachtliche Leistung.

Geschäftsführer von rabbit eMarketing sind die Gesellschafter Uwe-Michael Sinn und Nikolaus von Graeve, die beide seit mehreren Jahren in der Branche tätig sind.

Pressekontakt:

rabbit eMarketing

Sinn von Graeve GmbH

Torsten Burgmaier

Kaiserstr. 65
60329 Frankfurt

069 – 86 00 428-00

t.burgmaier@rabbit-emarketing.de

www.rabbit-emarketing.de

Bildmaterial verfügbar, kontaktieren Sie uns bitte.

Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten