

DM HEROES 2014

Schweizer Dialogmarketing-Preis

**DIE
GEWINNER**



**DIE LIGA DER
AUSSERGEWÖHNLICHEN
DIALOGMARKETING-WERBER**

Schweizer Dialogmarketing-Preis
SDV Award 2014

LEAGUE OF JUSTICE



CHRISTIAN HULDI
Chairman der Jury



REMO BACHMANN
dialogköpfe



PETER BRÖNNIMANN
Leo Burnett
Schweiz AG



STEFAN DÄTWYLER
Wirz Wietlisbach
Dialog AG



RALF DOLLER
interagis.com



THOMAS ENGELI
Y&R Group
Switzerland



SANDRA GENGE
four.
Werbeagentur AG



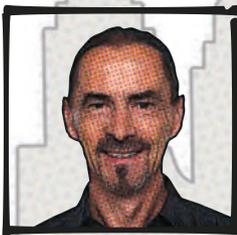
OLIVER GLITZ
OgilvyOne AG



SANDRO GRAF
ZHAW, School of
Management and Law



ROMAN HIRSBRUNNER
Jung von Matt/
Limmat



MICHAEL KOCH
ggk Dialog Group
GmbH



ANDREAS LANG
Post CH AG,
PostMail



KARIN LANG
Publicis Communica-
tions Schweiz AG



BALZ LENDORFF
Netvertising AG



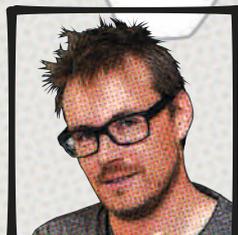
COLETTE MANELLA
Schweizerische
Bundesbahnen SBB



DIERK SCHEPER
Helsana
Versicherungen AG



ALEX SCHMID
DACHCOM.
DIALOG AG



CYRIL SCHNEIDER
Goldbach Interactive
(Switzerland) AG



MICHAEL STRABERGER
straberger
conversations gmbh



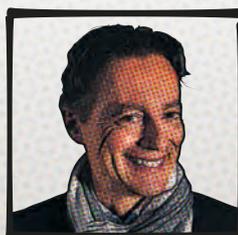
PETER A. VAN DER TOUW
Notch
Interactive GmbH



RUTH WAGNER
SDV Schweizer
Dialogmarketing
Verband



BETTINA WEBER
Hotelplan Suisse
(MTCH AG)



MIKE WEBER
smama - the swiss
mobile association



Titel der Heldentat
Swisscom Work Anywhere
Crossmedia-Kampagne

Auftraggeber
Swisscom (Schweiz) AG

Agentur
Eyekon AG

Work Anywhere. Oder wie eine integrierte Dialogkampagne mehr Produktivität erzielt

Die Schweiz ist ein Volk von Pendlern. Und dank moderner Mobilkommunikation "always on". Was die Arbeitgeber freut. Nur wissen die wenigsten vom grossen Potenzial, welches in Lösungen für flexibles Arbeiten steckt. Swisscom schickt deshalb ihren Grosskunden ein personalisiertes Mailing, das diese auf eine ebenfalls personalisierte Landingpage lenkt. Nun erlebt die Zielgruppe – ausgehend vom eigenen Arbeitsort – attraktiv und interaktiv die zunehmende Frequenz auf der mobilen Datenautobahn. Das "work anywhere" wird im Tagesablauf eindrücklich visualisiert und animiert

dargestellt und mit aktuellen Facts, Grafiken, Studien und Trends vertieft. Effekt? Hohe Aufmerksamkeit, starker Rücklauf, konkrete Leads und steigende Abschlüsse. Noch vor der Konkurrenz wird der Trend zum Home-Office als Arbeitsmodell der Zukunft erkannt. Das anerkennt die Jury eindeutig mit Bronze.

Für die Jury:
Mike A. Weber,
smama – the swiss mobile association

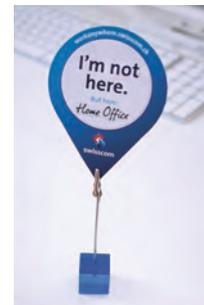
Swisscom Work Anywhere – Crossmedia Kampagne



Personalisiert in Text und Bild
Auf dem personalisierten Print-Mailing wird der Empfänger mit Name und eingezoomtem Kartenausschnitt seiner Adresse persönlich angesprochen.



Crossmediales Mailing
Die zentralen Botschaften sind im Mailing prominent hervorgehoben. Via persönlicher URL oder QR-Code wird dazu aufgefordert, die Microsite zu besuchen. Der integrierte Wettbewerb verstärkt den Call2Action.



Persönliche Botschaften
Steller mit witzigen «Out-of-Office» Nachrichten erregen zusätzlich Aufmerksamkeit im Büro.



Personalisierte Landingpage
Die Daten- und Personenverkehrsvolumen der Schweiz werden anhand einer interaktiven animierten Datenvisualisierung verteilt über einen ganzen Tag erlebbar gemacht.



Weitere Elemente der Microsite
Fact-Sheets, Charts und Studien sind weitere Elemente der Microsite, die den Trend dokumentieren und die Lösungen von Swisscom aus einer ganzheitlichen Optik präsentieren.

eyekon intermedia lab

Product Manager Pascal Morgenthaler **Text** Christoph Hess **Concept** Thomas Egloff
Beratung Christina Meyer **Production** Joceline Strebel **Art Director** Joceline Strebel
Creative Director Thomas Egloff **Technische Umsetzung** Malte Spielberger
Datenvisualisierung (Ming GmbH) Christian Behrens **Druck** Neidhart + Schön



SPREADING-OFFENSIVE

Digital: Social/Viral

Gesponsort von SDV Schweizer Dialogmarketing Verband

BRONZE

Titel der Heldentat
Bio Suisse – Kuhmarathon

Auftraggeber
Bio Suisse

Agentur
Leo Burnett Schweiz AG

Der Sieger des ersten Kuh-Marathons der Welt heisst Bio Suisse

Die Kuh steht für Natur, das Label Bio Suisse für gesunde Ernährung – jedoch nicht automatisch für tiergerechte Haltung. Damit die Zielgruppe weiss, dass sich Bio Suisse u.a. für einen genügend grossen Auslauf der Tiere einsetzt, wird eine aufmerksamkeitsstarke FB-Aktion lanciert. Anzeigen leiten die Community auf eine Microsite, auf der der erste Kuh-Marathon der Welt startet. Man kann auf eine von zehn echten Kühen setzen und wetten, welche den Marathon gewinnt. Zu jeder Kuh gibt es Informationen über ihr Alter, ihre Rasse und

ihren Fitnessstand. Sogar ihre aktuelle Position bleibt via GPS und Google-Maps nicht verborgen. Die in Echtzeit dargestellte Rangliste steigert das Wettfieber und löst viele Posts und eine 15-fach gesteigerte FB-Aktivität aus. Zusätzlich verstärken Medienbeiträge im In- und Ausland die Botschaft. Das honoriert die Jury klar mit Bronze.

Für die Jury:
Mike A. Weber,
smama – the swiss mobile association

42,195 km
DER ERSTE KUH MARATHON DER WELT

WELCHE BIO-KUH MACHT DAS RENNEN?
Jetzt tippen und Bio-Ferien gewinnen!

RANKING TAG 6

RESULTATE:
Während der Kampagne stieg die Aktivität auf der Facebook-Seite um das 15fache an.
Medien im In- und Ausland berichteten darüber. So erfuhren über 6'000'000 Leser von der Aktion. Das sind mehr Zuschauer als beim New York Marathon.

BELINA: 12,057 km

WELCHE BIO-KUH MACHT DAS RENNEN?
Jetzt tippen und Bio-Ferien gewinnen!

RANKING TAG 6

WELCHE BIO-KUH MACHT DAS RENNEN?
Jetzt tippen und Bio-Ferien gewinnen!

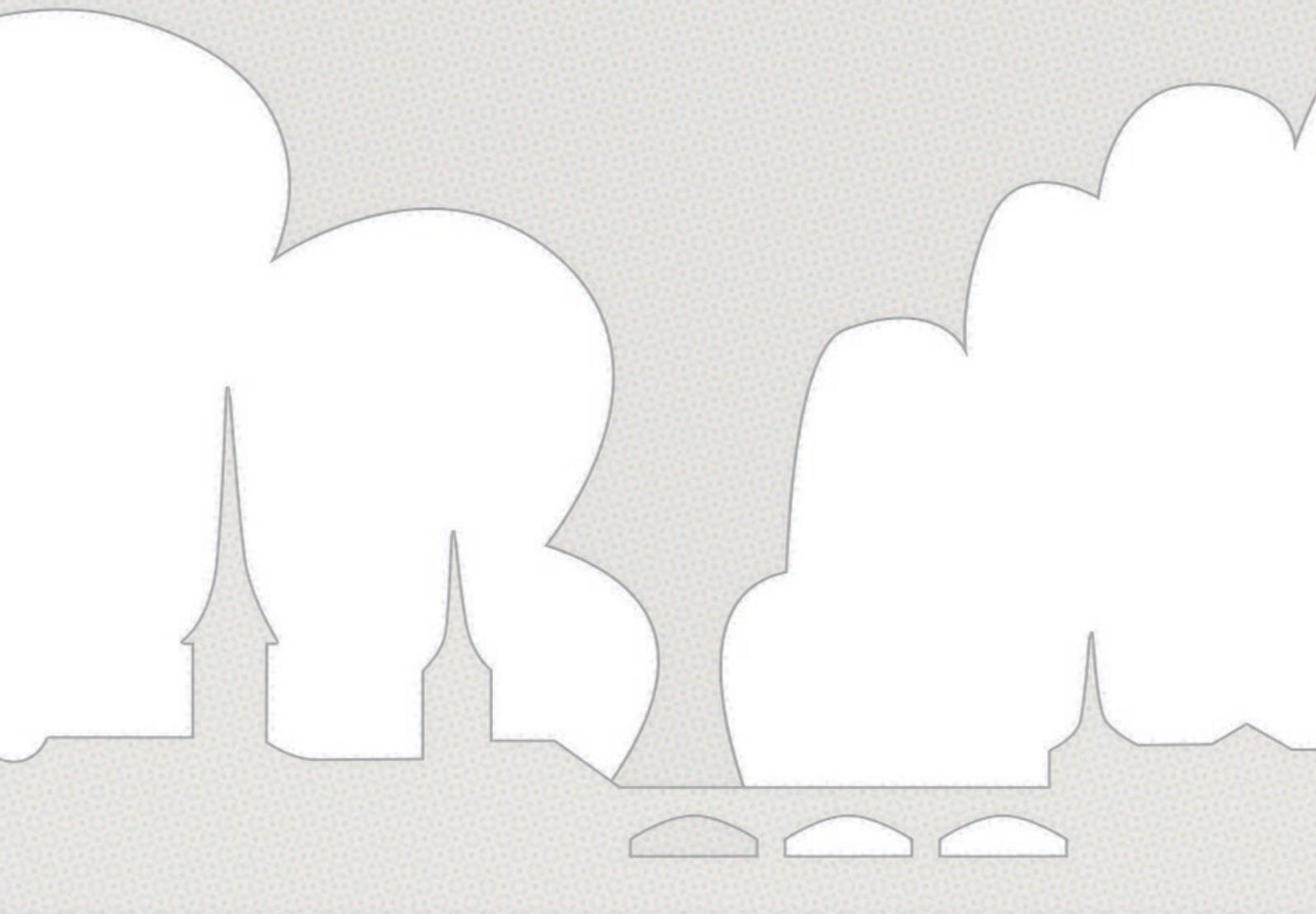
RANKING:
Fortlaufend wurde der Zwischenstand des Marathons aktualisiert.

MICROSITE:
Vor dem Rennstart konnte man online auf eine Kuh setzen. Zu jeder der 10 teilnehmenden Kühe gab es Informationen über Alter, Fitness und Rasse. Via GoogleMaps konnte man zudem sehen, wo sich die Weide jeder Kuh befindet.

10 Tage, 11 Stunden, 45 Minuten
Gewinnerin & offizielle Weltrekordhalterin im Kuh-Marathon.

x15

Product Manager Sylvia Gysin **Text** Christian Stüdi **Concept** Christian Stüdi, Pedro Moosmann
Beratung Rebecca Krausse **Art Director** Pedro Moosmann **Creative Director** Christian Bircher
ECD Peter Brönnimann



Schweizer Dialogmarketing Verband

SDV Schweizer Dialogmarketing Verband
Postfach 616
8501 Frauenfeld

Tel. 0041 (0)52 721 61 64
Fax 0041 (0)52 721 67 63
info@sdv-award.ch

www.sdv-award.ch
www.sdv-dialogmarketing.ch
www.sdv-konsumenteninfo.ch



DIE BESTEN

Schweizer Dialogmarketing-Preis
SDV Award 2013

DIE KAMPFRICHTER



Remo Bachmann
dialogköpfe



Peter Brönnimann
Leo Burnett
Schweiz AG



Franca Christen
Möbel Pfister AG



Ralf Doller
interagis.com



Thomas Engeli
Futurecom/
Wunderman



René Eugster
Agentur am
Flughafen AG



Simone Fluri
Valencia
Kommunikation AG



Oliver Glitz
OgilvyOne AG



Roman Hirsbrunner
Maxomedia



Stefan Isliker
pdc Marketing + Infor-
mation Technology AG



Michael Koch
ggk Dialog Group
GmbH



Marta Kwiatkowski
Schweizerische
Bundesbahnen SBB



Andreas Lang
Die Schweizerische
Post, PostMail



Karin Lang
Publicis Communica-
tions Schweiz AG



Balz Lendorff
Netvertising AG



Alex Schmid
DACHCOM.DIALOG AG



Cyrill Schneider
Goldbach Interactive
(Switzerland) AG



Michael Straberger
straberger
conversations gmbh



Peter A. van der Touw
Notch Interactive GmbH



Ruth Wagner
SDV Schweizer Dialog-
marketing Verband



Mike Weber
smama – the swiss
mobile association



Titel der Arbeit Migros Sélection	Auftraggeber Migros-Genossenschafts-Bund	Agentur Y&R Group Switzerland
---------------------------------------------	----------------------------------------------------	-----------------------------------------

Richtiges Kochen ist Geschmackssache. Richtiger Kundendialog nicht

Kochen ist sehr emotional, und die Beurteilung des Resultats auf dem Teller bleibt subjektiv. Sélection, die Premium-Marke der Migros, genießt bei Hobbyköchen hohes Ansehen – wird aber oft nur für besondere Anlässe gekauft. Wie kann man diese Delikatessen alltagstauglicher positionieren? Indem man die Zielgruppe leidenschaftlich über die Verwendung der Produkte fachsimpeln und kontrovers diskutieren lässt. Foodliebhaber lieben es, über die nach ihrem Gusto richtige Art der Zubereitung zu philosophieren. Denn über diese lässt sich trefflich streiten, was die

innert drei Monaten um 1000% gesteigerten Besucherzahlen auf der Website eindrücklich belegen. Der direkte Kundendialog auf allen Kanälen führte dazu, dass 13% der neu gewonnenen Besucher sich regelmässig am offenen Diskurs mit Experten beteiligen und so mehr über Sélection-Produkte erfahren. Nicht nur an Festtagen, sondern auch im Alltag.

Für die Jury:
Mike Weber, smama – the swiss mobile association



Product Manager Jürg Spring **Text** J. Brandstätter, S. Rufer, D. Boller **Concept – Berater** S. Baumgartner, T. Birrer, E. Boretti **Art Director** Michael Gallmann **Production** Pumpkin Film AG



Cross-Country-Weitwurf

D-A-CH/International

Sponsored by KünzlerBachmann Directmarketing AG

Silber

Titel der Arbeit

Aluminium in einer tragenden Rolle

Auftraggeber

Land Rover Deutschland GmbH

Agentur

Wunderman

The Medium is the Message

Wer mit Journalisten zu tun hat, weiss, wie äusserst schwierig es ist, die tagtäglich von PR-Mitteilungen und Eventeinladungen viel umworbenen Medienvertreter für seine eigene Botschaft zu sensibilisieren. Wie also weckt man deren Aufmerksamkeit? Indem man das Medium selber zur Hauptbotschaft macht. Da zum ersten Mal eine komplette SUV-Karosserie aus Aluminium gebaut wurde, lag es nahe, die wichtigsten Facts dieses Leichtmetalls in Bezug auf Leistung, Handling und Wirtschaftlichkeit nicht auf Papier, sondern eben – The Medium is the Message – auf

eine Rolle Alufolie zu drucken. Dieses Mailing beeindruckte die deutschen Motorjournalisten: 73% der Kontaktierten kamen zur Weltpremiere von Range Rover nach London, und alle berichteten über dieses innovative Karosseriekonzept. Herzliche Gratulation zum Mut, den im Karosseriebau zukunftsweisenden Weg konsequent bis auf Mailingstufe fortzusetzen.

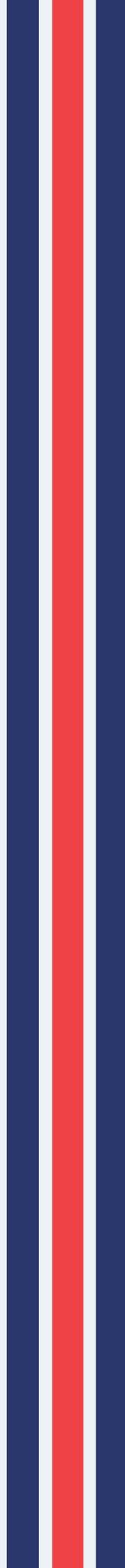
Für die Jury:

Mike Weber, smama – the swiss mobile association



Product Manager – Text Rita Spielvogel **Concept** M. Wirth, E. Backes

Berater Vanessa McKay **Art Director** Markus Renner **Production** Miriam Hiekisch-Lissé



2013
SCHWEIZ

SDV Schweizer Dialogmarketing Verband
Postfach 616
8501 Frauenfeld

Tel. 0041 (0)52 721 61 64
Fax 0041 (0)52 721 67 63
info@sdv-award.ch

www.sdv-award.ch
www.sdv-dialogmarketing.ch
www.sdv-konsumenteninfo.ch