



The fine Arts of digital Media ■

Fallstudie DHL

Feature!

DHL OGILVY, DHL und United Internet Media verschicken komplette Webseiten

Innovative „Send-to-a-Friend“ DHL-Kampagne gewinnt Deutschen Multimedia Award 2008



FACTS & FIGURES

Werbetreibender:

DHL

Branche:

Versand und Transport

Kreativ-Agentur:

Ogilvy Interactive, Frankfurt

Kampagnenlaufzeit:

01.04.08 - 30.06.08

Zielgruppe:

onlineaffine User, die gerne mit Ihrem Umfeld kommunizieren

„Mit der innovativen Kampagnenidee erleben die Internetnutzer auf sympathische Art und Weise, wie einfach das Versenden wird, wenn die Leute von DHL sich darum kümmern“.

Wolfgang Giehl, Vice President Corporate Advertising und Branding
Deutsche Post Worldnet

„Ein echter Mehrwert für den User und gleichzeitig eine unkonventionelle und innovative mediale Inszenierung, die allen Beteiligten Spaß macht und nützt“.

Jan Leopold, Leiter Creative Campaigns & Crossmedia
United Internet Media AG

AUFGABE

Bei DHL kann jedermann seine Pakete jetzt online frankieren und die Abholung beauftragen. Man verschickt also Pakete quasi „übers Internet“. Diesen neuen, innovativen Service von DHL galt es Online-Usern nahe zu bringen.

Die Ausgangslage

Das Internet vereinfacht in vielen Lebensbereichen den Zugang und die Umsetzung von Dienstleistungen, was insbesondere im Alltag Zeit und Aufwand spart. DHL vereinfacht ab sofort die Sendung von Paketen. Jedermann kann ohne großen Aufwand und jederzeit seine Pakete online frankieren und die Abholung bei DHL beauftragen. Die DHL-Kampagne stellt diesen neuen Service im Internet in den Vordergrund. Darüber hinaus sollen weitere Vorteile von DHL dem Nutzer auf sympathische Art und Weise vermittelt werden, z.B. wie einfach es ist, Pakete über DHL-Mitarbeiter zu versenden.

Die Realisierung

Pakete verschicken ist ganz einfach – vor allem im Internet. Dazu nutzen wir die „Send-to-a-Friend“ Funktion erstmals als Werbemedium. Die Seite, die der Nutzer seinem Freund empfehlen will erscheint in einem Flash-Overlay, faltet sich zu einem Paket zusammen – und wird von einem „DHL Mitarbeiter“ mitgenommen.

Der Empfänger erhält die Benachrichtigungsmail mit einem Link. Klickt er darauf, kommt das Paket (evtl. mit Mitarbeiter) wieder ins Bild, klappt sich auf und die verschickte Webseite ist wieder da.

Virales Marketing at its best

Die Kampagnenidee und die Umsetzung überzeugten auch die Jury des Deutschen Multimedia Awards 2008 in der Kategorie Marketingmaßnahmen - Display Ads!. Die technische Umsetzung der Versendung eines Live-Screenshots ist dabei ebenso eine Innovation wie die Belegung der „Send-to-a-Friend“-Funktion als Werbeplatzierung.

Die Wirkungsweise

Das Werbeformat ist neuartig und kommuniziert überraschend die Produktneuheit plakativ und punktgenau. Dabei verknüpft sie intelligent eine gelernte und Mehrwert bietende Applikation mit einer kommunikativen Botschaft. Ein hoher Erlebniswert und starke virale Effekte sind garantiert!

05



„Innovative Inszenierung“

„Virales Marketing at its best“



Gewinner des Deutschen Multimedia Awards 2008

Das Ergebnis

Die DHL-Kampagne ist das Ergebnis einer zukunftsweisenden Kooperation von Werbetreibendem, Plattform und Mediapartner, bei der alle gewonnen haben.

06

„Echter Mehrwert mit Spaßfaktor“



Creative Campaigns & Crossmedia ist die Beratungs- und Dienstleistungs-Unit der United Internet Media rund um das Thema der crossmedialen Konzeption und der kreativen Umsetzung von klassischen wie auch dialogorientierten Kampagnen und innovativen Werbeformen.

Das Fazit

Die DHL-Kampagne auf dem United Internet Portal GMX stellt einen echten Mehrwert für den User und gleichzeitig eine unkonventionelle und innovative mediale Inszenierung dar. Die Produktneuheit wird einfach und plakativ kommuniziert.

Auf beispielhafte Art und Weise dokumentiert die DHL-Kampagne eine intelligente Verknüpfung der Applikation mit Online-Werbung, die zum Weiterleiten an Freunde animiert.



GMX



AD Europe

AD Europe
Global

www.united-internet-media.de info@united-internet-media.de

United Internet Media AG

Karlsruhe
Brauerstraße 48
76135 Karlsruhe
Tel.: +49 721 91374-1717
Fax: +49 721 91374-2727

United Internet Media AG

München
Frankfurter Ring 129
80807 München
Tel.: +49 89 14339-333
Fax: +49 89 14339-200

United Internet Media AG

Düsseldorf
Kaistraße 20
40221 Düsseldorf
Tel.: +49 211 301256-10
Fax: +49 211 301256-20

United Internet Media AG

Hamburg
Gerhofstraße 18
20354 Hamburg
Tel.: +49 40 361226-60
Fax: +49 40 361226-70