



## Werner & Mertz GmbH

### Das Unternehmen

Die Werner & Mertz GmbH gehört zu den traditionsreichsten Markenartiklern Deutschlands. Bekannte Marken wie Erdal, Frosch, Emsal, Tarax, Tuba und Tana gehören zum Markenspektrum des 1878 gegründeten Mainzer Unternehmens. Mit Standorten in Mainz, Österreich, Spanien, Belgien, Frankreich, Italien, Polen, der Tschechei und der Slowakei gehört Werner & Mertz zu den führenden Herstellern von Produkten zur Reinigung, Pflege und Werterhaltung in Europa. Neben dem Konsumentengeschäft werden auch professionelle Großverbraucher mit hochwertigen Produkten bedient. Das Traditionsunternehmen wächst sowohl organisch als auch durch gezielte Akquisitionen im europäischen Ausland.

### Die Zielsetzung

Das Thema Kundenbindung und Neukundengewinnung über das Medium Internet gewinnt auch für einen klassischen Markenartikler wie die Werner & Mertz GmbH zunehmend an Bedeutung. Ziel ist deshalb durch gezielte Aktionen im Online-Bereich das positive Image der Marke zu transportieren und schrittweise einen wachsenden Interessentenstamm aufzubauen. Hierbei spielt die Generierung von Adressdaten für E-Mail-Marketing-Aktivitäten und crossmediale Kampagnen eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt aus diesem Grund wurde für die aktuelle Kampagne ein Format gewählt, welches diese Adressdatengewinnung in optimaler Weise ermöglicht.

### Die Kampagne

Online-Gewinnspiele gehören mittlerweile zu den beliebtesten Angeboten im Internet. Die Mitspieler erklären sich oft freiwillig bereit Daten von sich preiszugeben, um die Chance auf einen möglichen Gewinn wahrnehmen zu können. Durch Art und Form eines Gewinnspiels sowie die ausgelobten Preise kann man Einfluss auf die gewünschte Zielgruppe der Mitspieler nehmen.

netz98 new media entwickelte für die Marken von der Werner & Mertz GmbH ein umfassendes Konzept zur Durchführung eines Online-Adventskalender-Gewinnspiels. Dieses Konzept beinhaltet neben den technischen, grafischen und redaktionellen Aspekten der Adventskalender-Plattform, eine innovative Spielidee und eine durchdachte Vermarktungsstrategie. Besonders der große Sympathieträger des Unternehmens - der Frosch - sollte als zentrale Spielfigur in das Gewinnspiel integriert werden.

Bei der technischen und grafischen Umsetzung durch netz98 stand im Frontend-Bereich die Interaktivität sowie die emotionale Ansprache der Besucher - vor allem durch den Weihnachtsfrosch - im Vordergrund. Die User erhalten des weiteren bei der Anmeldung zum Gewinnspiel bereits eine Möglichkeit, den allgemeinen Unternehmens-Newsletter zu abonnieren.

### Die Zielsetzung

- Gewinn von Interessenten und Bindung von Kunden
- Stärkung der Marken von Erdal Rex im Online-Bereich
- Gewinn von Adressdaten für Unternehmens-Newsletter

### Die Kampagne

- Adventskalender-Gewinnspiel mit unterhaltsamen Tagesaufgaben
- Einbindung des Marken-Sympathieträgers in Form des Weihnachtsfrosches
- Effiziente redaktionelle Betreuung durch umfangreiches Backend
- Durchdachte und kostengünstige Vermarktung
- Gezielte Unterstützung durch E-Mail-Marketing-Aktionen

### Die Resultate

- Newsletter-Neuabonnenten im vierstelligen Bereich
- Überwältigendes Feedback von Mitspielern
- Steigerung des Traffics der Unternehmenswebsite
- Image und Sympathiegewinn: Branding at its best!



Adventskalenderoberfläche



netz98 new media gmbh  
haifa-allee 2  
D-55128 mainz  
fon: 0 61 31 / 907 98 98  
fax: 0 61 31 / 907 98 99  
www.netz98.de  
info@netz98.de



## Werner & Mertz GmbH

Die Spielstrategie orientierte sich am Spaßfaktor und der Kreativität der Mitspieler. Der direkte Produkt- und Unternehmensbezug beim Gewinnspiel wurde dezent aber werbewirksam integriert. Durch die abwechslungsreiche Mischung von interaktiven Spielen und kreativen Tagesaufgaben wurden die User zur regelmäßigen Wiederkehr animiert.

Im Backend-Bereich lag der Schwerpunkt auf einfachen Pflege- und Aktualisierungsmöglichkeiten der Plattform sowie einer komfortablen und schnellen Verarbeitung der täglichen Gewinnspieldaten. So konnte der redaktionelle Betreuungsaufwand sehr gering gehalten werden.

Die Vermarktungsstrategie machte sich vor allem die Wirkung des viralen Marketings zu Nutze und gestaltete sich durch den gezielten Einsatz vorhandener kostenloser Werbekanäle effizient und kostengünstig. Kalenderfeatures, wie die „Kalender-Weiterempfehlen-Funktion“ oder auch das animierte Grußkartenmodul, erzeugten den gewünschten Schneeballeffekt und lockten neue Besucher auf die Seite. Unterstützt wurde die Vermarktung des Gewinnspiels durch den Einsatz des E-Mail-Marketing Systems „mailenstein“ der netz98 new media GmbH. So wurden im Vorfeld, während und nach Abschluss der Kampagne gezielt Mitspieler per E-Mail kontaktiert und u.a. über den Ablauf des Gewinnspiels informiert. Durch automatisierte Einteilung der Mitspieler in Zielgruppen (je nachdem wie häufig bei den Tagesaufgaben mitgespielt wurde) konnte ein Teil der Mitspieler zur erneuten Teilnahme animiert, bzw. ein anderer Teil über die Qualifikation zur Auslosung informiert werden.

### Die Resultate

Eine übersichtliche Erfolgskontrolle mit Informationen über Zugriffszahlen, genutzte Features und Userzahlen, machten die Erfolgsermittlung der Adventskalenderaktion übersichtlich und einfach. Die Ergebnisse der Online-Kampagne übertrafen die Erwartungen der Werner & Mertz GmbH bei weitem. Die Mitspieleranzahl lag bei knapp 10.000 innerhalb der Laufzeit von vier Wochen. Die Zahl, der durch die Gewinnspielaktion gewonnenen Neu-Abonnenten für den Unternehmens-Newsletter lag im vierstelligen Bereich.

Feedback von Mitspielern, Kunden und Geschäftspartnern waren durchweg positiv. Die spielerische Einbindung des Markenzeichens Frosch in die Plattform sorgte für einen messbaren Sympathiegewinn für die Marken der Werner & Mertz GmbH. Dies wurde auch durch zahlreiche Kommentare von Mitspielern deutlich. Während der Laufzeit der Kampagne konnte der Traffic auf die Unternehmenswebsite verdreifacht werden.

Durch die Serviceleistungen, Produkte und das Know-How von netz98 kann die erfolgreich eingeschlagene Online-Strategie des Markenartiklers in Zukunft konsequent und effizient weiterverfolgt werden.

### Unternehmensfeedback

„Bereits zum vierten Mal setzten wir den Online-Adventskalender mit sehr großem Erfolg ein. Für unsere zukünftige Ausrichtung im Internet-Bereich und den Ausbau unserer E-Mail-Marketing Aktivitäten ist diese Online-Entertainment Plattform ein optimales Instrument, um Interessenten zu gewinnen und bestehende Kunden zu binden - und sie zum Kauf unserer Produkte zu animieren. Um sich in der Spitzengruppe der Webangebote deutscher Markenartikler zu etablieren, sind interessante und sich aus der Masse heraushebende Aktionen die richtige Strategie für unser Unternehmen. Eine Fortsetzung wird folgen! Die Zusammenarbeit mit netz98 verläuft hervorragend. Die Werner & Mertz GmbH ist zufrieden, einen solch kompetenten, zuverlässigen und innovativen Dienstleister im Online Bereich gefunden zu haben.“



Individuelles Game: Froschorgel

### netz98 new media GmbH

netz98 new media GmbH ist eine inhabergeführte Internet-Agentur. Das Unternehmen gliedert sich in zwei Units:

#### unit | new media marketing

Agentur für Online-Marketing und digitale Markenführung

#### unit | new media engineering

IT-Dienstleister für Online-Prozesslösungen

Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG, debitel-light GmbH, ERDAL REX GmbH, GERRY WEBER Retail GmbH, Hapag-Lloyd Fluggesellschaft mbH, Hyundai Motor Europe GmbH, R+V Versicherung AG, Škoda Auto Deutschland GmbH, T-Online International AG sowie Wella AG.



netz98 new media gmbh  
haifa-allee 2  
D-55128 mainz  
fon: 0 61 31 / 907 98 98  
fax: 0 61 31 / 907 98 99  
www.netz98.de  
info@netz98.de