

«Was hätte
Moses wohl
getwittert?»



«Das Berufsleben
von Dominic
Deville ist ziemlich
tutti frutti.»

«Und sonst so?
Wirtschaftsjournalist,
Betreiber eines
Record-Labels und
ziemlich gut am
Töggelikasten.»

Wirz Gruppe

Der Mailing-Altar

Aufgabenstellung

Entwicklung eines Einladungs-Mailings zum 48. Wirz Cocktail für Geschäftspartner der Wirz Gruppe und hochgestellte Persönlichkeiten aus Politik, Kultur und Wissenschaft. Motto der diesjährigen Veranstaltung: «Wir Missionare – das Zeitalter der Selbstdarsteller».

Lösung

Dass ein Bild mehr als tausend Worte sagt, ist ja hinlänglich bekannt. Wir haben das mit dem «ein Bild» durch «und eine Technik» erweitert. Für unser Missionars-Mailing bedeutet das, dass wir es nicht nur als klassischen Altarfalz umsetzen, sondern als echten, selbst stehenden Altar. Bei den Texten haben wir uns dann trotzdem noch ordentlich ins Zeug gelegt. Die Zielgruppe ist anspruchsvoll, da muss einfach alles stimmen.

Ergebnis

Die Anzahl der Anmeldungen liegt mit 314 prozentual auf dem extrem hohen Niveau des Vorjahres (24%). Aber die Anzahl der Menschen, die sich aktiv als verhindert melden, ist sehr viel höher als in den Jahren zuvor (+ 9% auf 22%). Macht eine Gesamtresponsequote von 46%! Mission erfüllt!