

## Rabbit E-Marketing gewinnt Doc Morris-Etat

[07.04.04]

**(iBusiness) Die Frankfurter Direktmarketingagentur 'Rabbit E-Marketing' gewinnt mit der Versandapotheke Doc Morris einen neuen Großkunden. Rabbit übernimmt die Überarbeitung der Newsletter von Doc Morris.**

Für den Relaunch des Newsletters testete [Rabbit](#) drei Design-Varianten. Diese wurden an mehrere 10.000 Nutzer verschickt und die Rückläufe und Bestellungen ausgewertet. *"Wir konnten auf Basis konkreter Zahlen das Design optimieren. Das zahlt sich ganz direkt in Bestelleingängen aus"*, freut sich Alexander Thun, Marketingleiter bei [Doc Morris](#). Künftig soll vor jedem Versand ein Vorabtest mit verschiedenen Betreffzeilen durchgeführt werden. *"Die Betreffzeile ist für die Öffnungsrate besonders wichtig"*, erklärt Uwe-Michael Sinn, Geschäftsführer von Rabbit E-Marketing. Die effektivste Variante soll dann für den endgültigen Versand genutzt werden.

Eine themenbezogene Newsletteraktion, die Rabbit realisierte, war beispielsweise eine Heuschnupfenkampagne. Weitere Aktionen sollen folgen. Die Agentur übernimmt zudem die Aufgabe, die Newsletter-Rückläufe zu filtern und entsprechend die Datenaktualisierung zu koordinieren.

Der Etat beläuft sich übers Jahr auf eine *"deutlich fünfstellige Summe"*. Damit zähle die Agentur allerdings zu einem der günstigsten Anbieter auf dem Markt. *"Eine der 'Edelagenturen' hätte vermutlich 200.000 Euro in Rechnung gestellt"*, so Uwe-Michael Sinn. Der Geschäftsführer rechnet mit einer längeren Zusammenarbeit mit Doc Morris.(kh)