

**Best Triggered Email or Autoresponder Series  
Honorable Mention B2C  
Dortmund Airport – “Database Eraser” Reactivation Campaign**

Brand/Client Side Team:  
Tim Elsdörfer

Vendors/Agencies:  
Rabbit eMarketing

**MarketingSherpa Summary – Why They Won:**

Reactivation is a vital part of email marketing, and one that is usually overlooked. The team from Dortmund Airport wanted to improve the quality of their email list, which was recording low clicks and opens, and high campaign costs. They created a three-message subscriber re-activation campaign that targeted subscribers who had not engaged with an email in the previous three months. The emails used a combination of newsletter content and a contest entry offer (to win a sightseeing flight over Dortmund airport). They also mixed HTML and plain-text emails to ensure subscribers would be able to see the offers.

The result: 13% of those targeted by the campaign were re-activated on the main list. The rest were cleansed from the list, lifting opens and clicks significantly.

**From Their Nomination Form:**

Average open rates for the newsletter after the reactivation campaign were 35.5%, an increase of some 150% over average open rates before the reactivation campaign. CTR also rose significantly. Average CTR after the campaign was 12.4%, or double the typical CTR before the reactivation campaign.

# MarketingSherpa Em@il Awards 2010

## Flughafen Dortmund GmbH

Category: Best Triggered Email or Autoresponder Series

*Customer: Flughafen Dortmund GmbH (Dortmund Airport)*

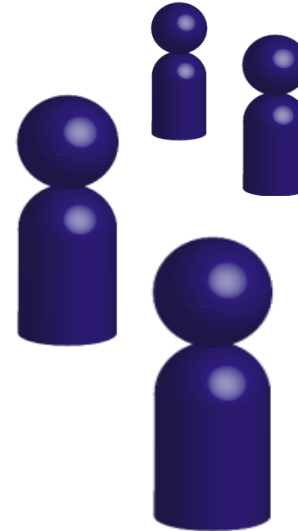
*Campaign title: "Database Eraser" reactivation campaign*

*Product or service offered: Dortmund Airport, flying from Dortmund*



# Campaign goals

- The reactivation campaign was designed to improve the quality of the Dortmund Airport end-user e-newsletter list.
- Existing addresses were a mix of relatively old addresses, addresses gathered via sweepstakes or list rental, and higher-quality addresses collected through more organic opt-in campaigns. As a result, open and clicks rates were lower than average and campaign costs were disproportionately high.
- The aim of the reactivation campaign was to clean the list of bad addresses, lift open and click rates significantly and lower sending costs.



Target segment:

**Addresses older than  
3 months**

**No opens in previous  
3 months**

# Why is this campaign special?

The reactivation campaign was carried out in three stages.

The first reactivation email featured the two most popular articles from the last newsletter, plus the opportunity to participate in a prize draw.


This email was sent out one week after distribution of the standard newsletter.

### Leinen Los

**Gewinnen Sie eine Mittelmeer-Kreuzfahrt für 2**

Gewinnen Sie Ihren Traumurlaub: Beantworten Sie nur eine Frage und genießen Sie mit etwas Glück zu zweit sieben Tage an Bord von AIDAvida inklusive Flug und Gratis-Parken. Germanwings, das Essener Lufthansa City Center Heinrich & Co. Reisebüro und wir machen es möglich. Viel Glück!

[Klicken Sie hier und beantworten Sie unsere Gewinnspielfrage.](#)



**Leinen los ab Dortmund!**

Gewinnen Sie eine Reise mit AIDAvida und stechen Sie vom 23.-30. Oktober in See!


[Auf große Fahrt in Mittelmeer – jetzt gewinnen](#)

### Ab sofort

**Winterflüge buchbar**

Der Winterflugplan tritt 2009 zwar erst am 25. Oktober in Kraft – viele Flüge in der Winterflugplan-Saison sind allerdings schon jetzt buchbar. Perfekt für Sparfüchse, denn: Die Aussichten auf die besonders tollen Angebotspreise der Low-Cost-Airlines sind besser, je früher Sie buchen.

[Jetzt schon Flüge ab November buchen und sparen.](#)



**Leinen los ab Dortmund!**

Gewinnen Sie eine Reise mit AIDAvida und stechen Sie vom 23.-30. Oktober in See!


[Auf große Fahrt in Mittelmeer – jetzt gewinnen](#)

### Noch Plätze frei

**Hinter den Kulissen des Flughafens**

Kennen Sie den Dortmund Airport schon von seiner anderen Seite? Nicht? Dann werfen Sie doch einen Blick hinter die Kulissen des Dortmunder Flughafens – es lohnt sich! Ende August und im Oktober sind noch Plätze frei. Sichern Sie sich gleich online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung.

[Jetzt online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung sichern.](#)



**Noch Plätze frei hinter den Kulissen des Flughafens**

Kennen Sie den Dortmund Airport schon von seiner anderen Seite? Nicht? Dann werfen Sie doch einen Blick hinter die Kulissen des Dortmunder Flughafens – es lohnt sich! Ende August und im Oktober sind noch Plätze frei. Sichern Sie sich gleich online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung.

[Jetzt online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung sichern.](#)

[Resplatz bei der Flughafen-Führung buchen](#)

Falls diese Nachricht nicht korrekt angezeigt wird, klicken Sie bitte hier!

Online-Buchungsmaschine  
Günstige Flüge einfach ab Dortmund Airport buchen!

## Dortmund Airport 21

Näher als man denkt.

# Da flieg' ich drauf: Von Dortmund nach ganz Europa!

**August 2009**

**Liebe Frau Schulz,**

stechen Sie ab Dortmund zur Abwechslung mal in See! Germanwings, das Essener Lufthansa City Center Heinrich & Co. Reisebüro und wir machen's möglich, als Sponsor einer einwöchigen Kreuzfahrt durchs Mittelmeer für zwei Personen inklusive Flug, die unter unseren Newsletter-Emilabloggern verlost wird. Spaten Sie mit, es lohnt sich. Darüber hinaus erwarten Sie in diesen Newsletter weitere spannende Themen.

Aber lesen Sie selbst – wir wünschen Ihnen dabei gute Unterhaltung!

**Ihr Team vom Dortmund Airport**

**Pauschalangebote ab Dortmund Airport**

Spanien, Mallorca	ab 415,- €
Türkei	ab 564,- €
Spanien, Fuerteventura	ab 587,- €
Tschechien, Tschechische Riviera	ab 594,- €

Weitere Angebote finden Sie auf unserer Homepage

### Leinen Los

**Gewinnen Sie eine Mittelmeer-Kreuzfahrt für 2**

Gewinnen Sie Ihren Traumurlaub: Beantworten Sie nur eine Frage und genießen Sie mit etwas Glück zu zweit sieben Tage an Bord von AIDAvida inklusive Flug und Gratis-Parken. Germanwings, das Essener Lufthansa City Center Heinrich & Co. Reisebüro und wir machen es möglich. Viel Glück!

[Klicken Sie hier und beantworten Sie unsere Gewinnspielfrage.](#)

### Ab sofort

**Winterflüge buchbar**

Der Winterflugplan tritt 2009 zwar erst am 25. Oktober in Kraft – viele Flüge in der Winterflugplan-Saison sind allerdings schon jetzt buchbar. Perfekt für Sparfüchse, denn: Die Aussichten auf die besonders tollen Angebotspreise der Low-Cost-Airlines sind besser, je früher Sie buchen.

[Jetzt schon Flüge ab November buchen und sparen.](#)

### Noch Plätze frei

**Hinter den Kulissen des Flughafens**

Kennen Sie den Dortmund Airport schon von seiner anderen Seite? Nicht? Dann werfen Sie doch einen Blick hinter die Kulissen des Dortmunder Flughafens – es lohnt sich! Ende August und im Oktober sind noch Plätze frei. Sichern Sie sich gleich online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung.

[Jetzt online Ihren Platz bei der Flughafen-Führung sichern.](#)

**IMPRESSUM**

Flughafen Dortmund GmbH  
Femenitz-Flughafengelände 11  
44319 Dortmund, Germany

Registrierungsamt Amtsgericht Dortmund  
Geschäftsführer: Markus Bunk  
Aufsichtsratsvorsitzender: Günther

HRB 2491  
Telefon: 02 31/92 13-01  
Telefax: 02 31/92 13-1 25  
www.dortmund-airport.de  
info@airport.dortmund.de

Resplatz bei der Flughafen-Führung buchen

**Kontaktinformation**

Beantworten Sie diese E-Mail bitte nicht per "Reply" (Antwort) und Ihre Meinung mitteilen möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an [info@airport.dortmund.de](mailto:info@airport.dortmund.de)

**Newsletter abbestellen**

Sie möchten in Zukunft keinen Newsletter mehr erhalten? Dann können Sie bitte [hier](#)



# Why is this campaign special?

14 days later, a second email was sent out. This was a postcard-style email which only featured the prize draw.

Subscribers had the chance to win one of two scenic flights around Dortmund (with an exclusive ground tour of the airport included).

The third and final reactivation email was sent out another fourteen days later. This featured the prize draw again.

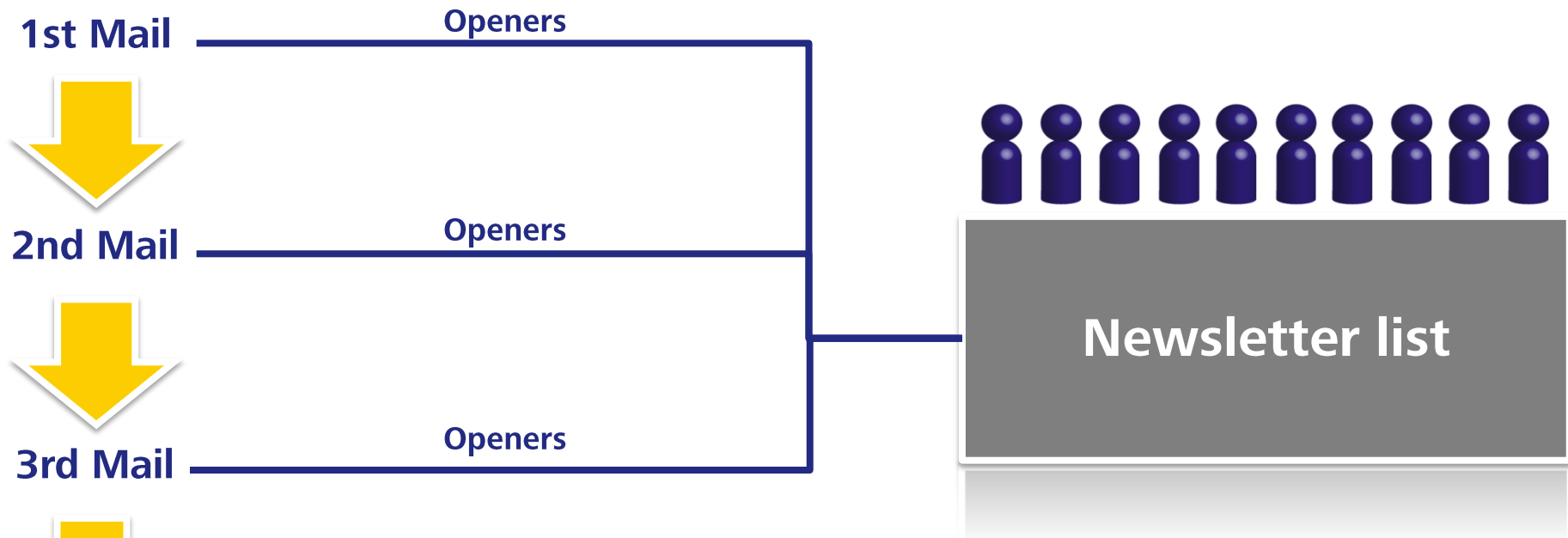
The email used a plain text format to ensure the content also reached those who might not be able to display HTML email.

The image shows two parts of a marketing campaign. On the right is a screenshot of the Dortmund Airport website. The header features a green parrot and the text 'Da flieg' ich drauf: Von Dortmund nach ganz Europa!'. Below the header are navigation links for 'ABFLUG', 'ANKUNFT', 'FLUGPLAN', 'PARKEN', and 'BUCHEN'. The main content area is dated 'September 2009' and addressed to 'Lieber Herr Bierwisch'. It describes a prize draw for a scenic flight around the airport. A green button says 'Teilnehmen und gewinnen >'. Below the button, it says 'Wir drücken Ihnen die Daumen.' and 'Ihr Team vom Dortmund Airport'. On the right side of the website screenshot, there are two photos: one of a person looking at an airplane on the tarmac, and another of a small airplane in flight. A green circular badge says 'Flughafenführung mit Rundflug zu gewinnen!'. At the bottom right of the website screenshot, there is contact information for 'SmbH' including a phone number, fax number, website, and email address.

The left part of the image is a plain text email. It starts with 'Liebe Abonentinnen und Abonenten,' and lists several benefits of being a subscriber. It then announces a prize draw for a scenic flight around Dortmund. The email includes a URL for the prize draw and ends with 'Viel Glück wünscht' and 'Ihr Team vom Dortmund Airport'.



# Why is this campaign special?

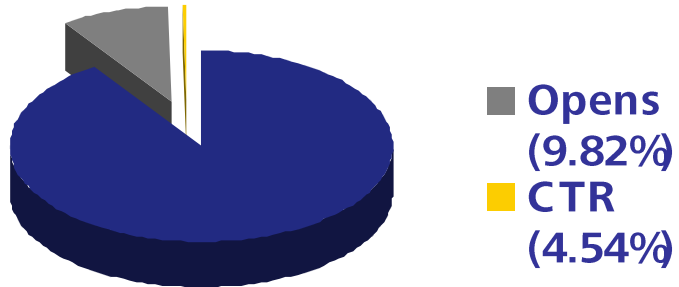


Anybody who opened one of the first two emails was immediately suppressed from further reactivation mailings and retained in the main newsletter subscriber list.  
Anybody opening the third email was also kept in the main newsletter list.

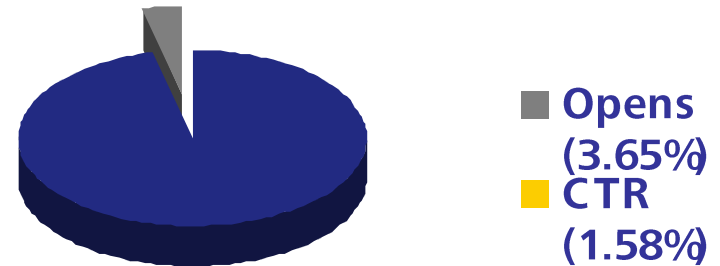
Anybody who did not open or respond to any of the three reactivation emails was declared an "inactive" and removed from the main email list used for the Dortmund Airport newsletter.

# Campaign results data

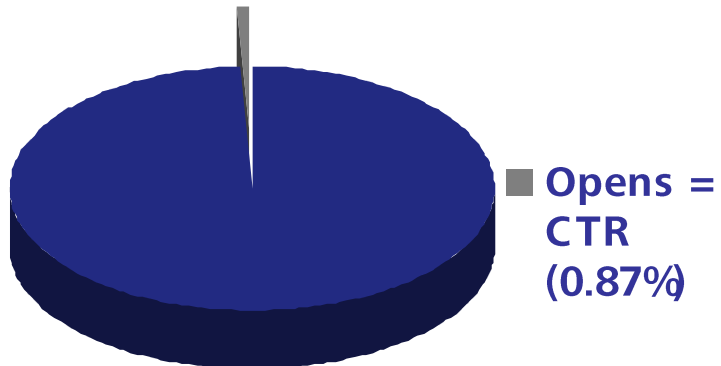
Stage 1: Recipients 73,820



Stage 2: Recipients 66,944

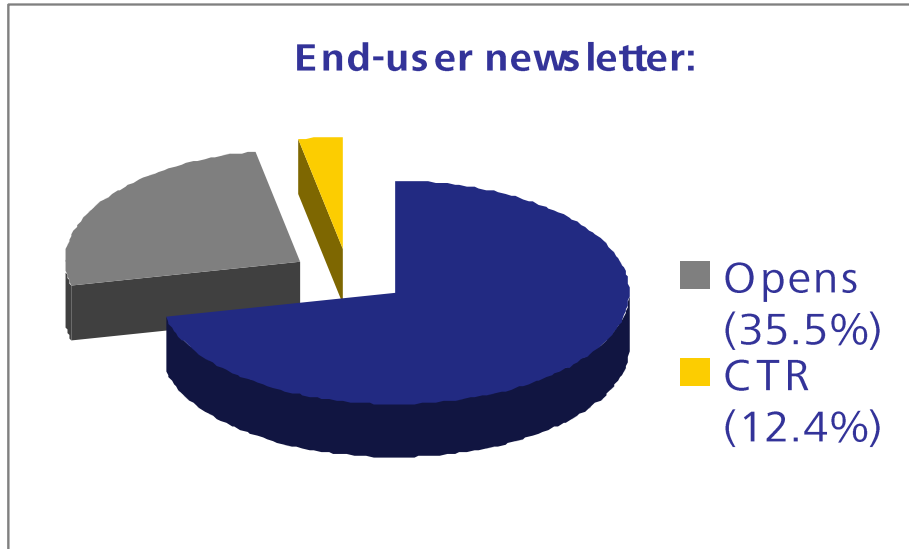


Stage 3: Recipients 64,109  
(Text Version)



Reactivated subscribers:  
10,254

# Campaign results data



- 13% of those targeted by the “database eraser” campaign were “reactivated” after three months of not opening any newsletter and retained on the main newsletter list.
- The list cleansing and reactivation process resulted in significantly better open and click rates:
  - Average open rates for the newsletter after the reactivation campaign was completed were 35.5%, an increase of some 150% over average open rates before the reactivation campaign.
  - CTR also rose significantly. Average CTR after the campaign was 12.4% or double the typical CTR before the reactivation campaign.

rabbit eMarketing  
Sinn von Graeve GmbH  
Kaiserstr. 65  
60329 Frankfurt

*tel.: +49 (0)69 – 86 00 428 -00  
fax: +49 (0)69 – 86 00 428 -09  
info@rabbit-emarketing.com  
www.rabbit-emarketing.com*

