

# Die Rolle des Internet im Multi-Channeling

Executive Briefing /  
European e-commerce Academy

Aral Aktiengesellschaft

Dirk.sauer@aral.com

Oberhausen, 17.7.2003



# Zur Person

<b>Name:</b>	<b>Dirk Sauer</b>
<b>Alter:</b>	<b>35 Jahre</b>
<b>Derzeitige Position:</b>	<b>seit 2003 Leiter eMarketing &amp; Innovations Aral Aktiengesellschaft, Bochum</b>
<b>Schwerpunkte:</b>	<b>Supervision und Strategie-Entwicklung Retail Websites Definition von Standards (Design / Usability, Systeme,...) Konzeption / Implementierung Multichannel -/ eCRM-Konzepte</b>
<b>Studium:</b>	<b>Wirtschaftswissenschaftliches Studium an der Wirtschaftsakademie Bochum</b>



# Agenda

---

Aral: Nr. 1 im deutschen Tankstellenmarkt

Multichanneling & Internet @ Aral

Controlling: Theorie und Praxis

Multi Channel Performance Management at work

# Agenda

---

## **Aral: Nr. 1 im deutschen Tankstellenmarkt**

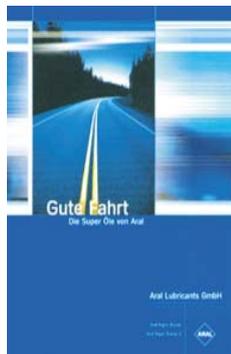
Multichanneling & Internet @ Aral

Controlling: Theorie und Praxis

Multi Channel Performance Management at work

# Qualität & Beständigkeit im Zeichen des Diamanten

## Die blaue Tankstellenwelt



# Positionierung der Marke Aral

## Imagefaktoren in Deutschland

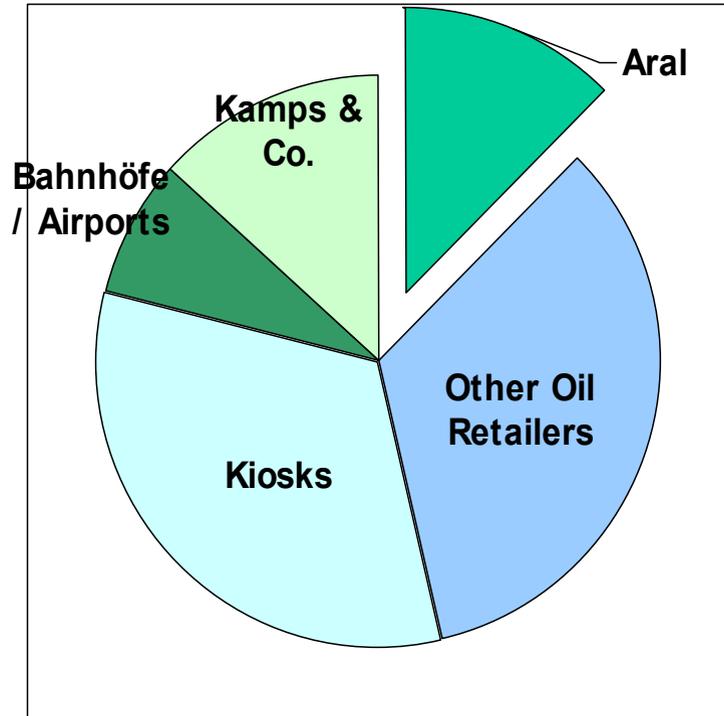
Ranking	1	2	3	4	5
Spontaneous awareness					
Company image					
Petrol station image					
Product image					
Best fuel					
Best motor oil					
Brand of last shop visited					

Source: Aral Deutschlandstudie 2001/European market Survey, Germany 2001

# Aral hat den größten Marktanteil in Deutschland

## Der deutsche Tankstellen- und Conveniencemarkt

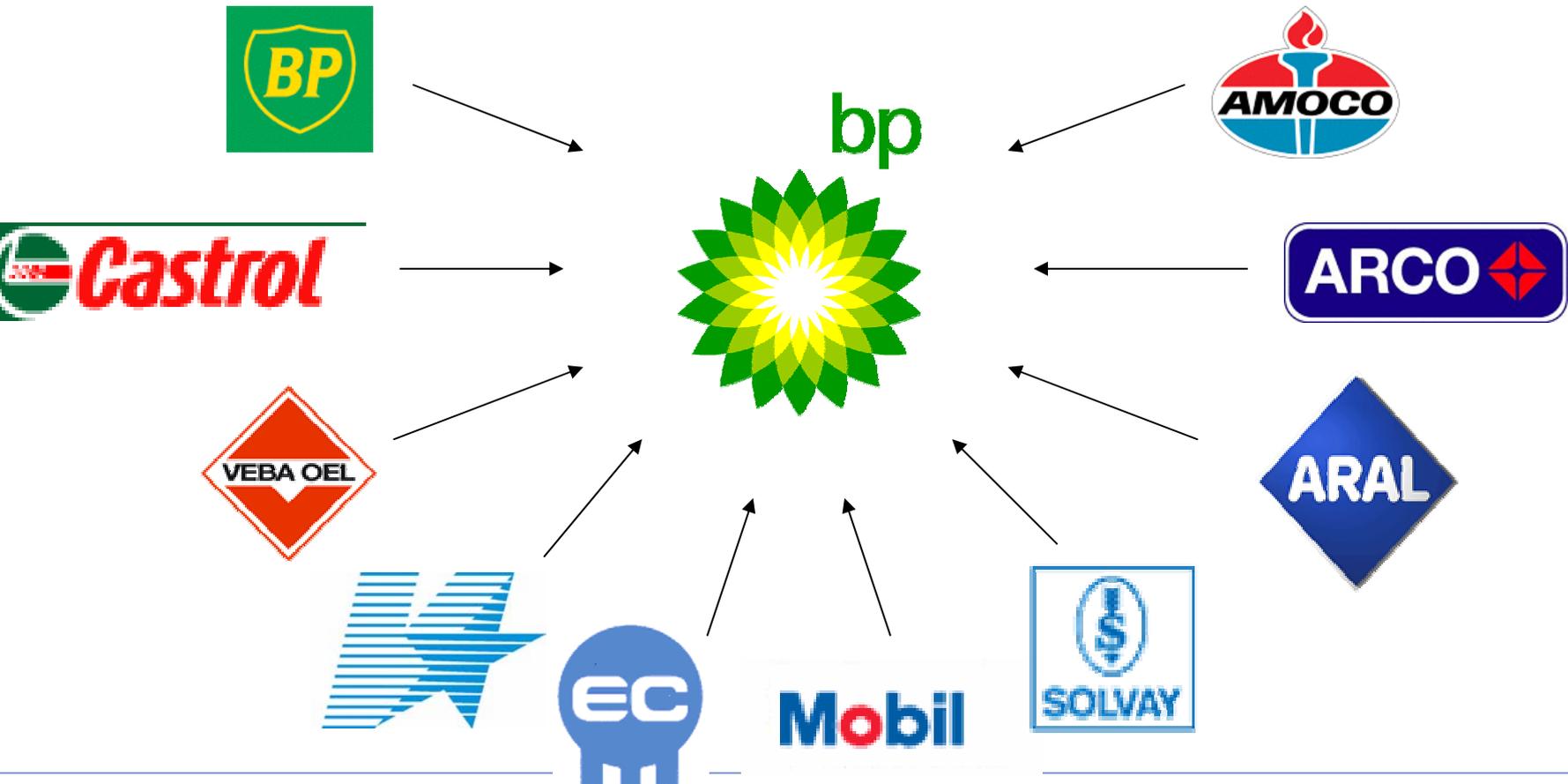
	<b>2,322</b>
	<b>1,451</b>
	<b>1,631</b>
	<b>1,330</b>
	<b>909</b>
TFE, OMV, AGIP	<b>2,173</b>
Independent	<b>5,906</b>



Source: no. of stations as of 1<sup>st</sup>. January 2002

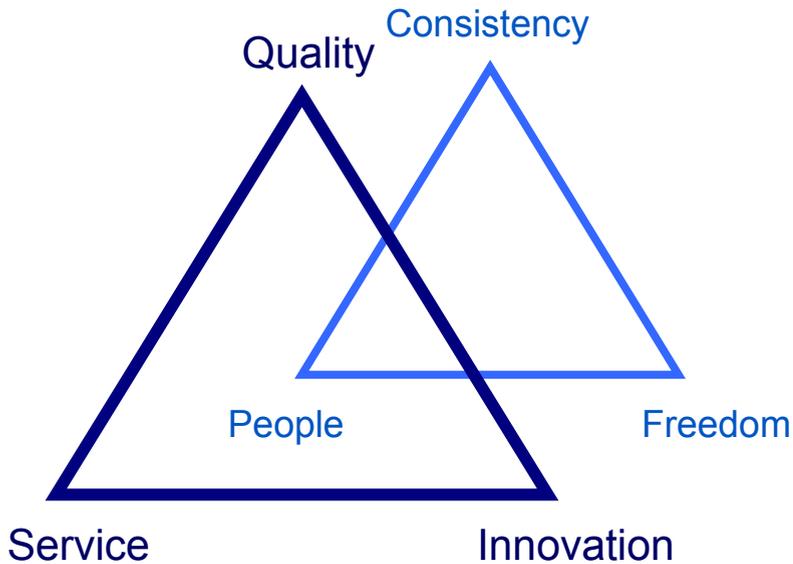
# Aral innerhalb der bp Markenwelt

Das bp Markenportfolio unter der neuen Corporate Brand



# Markenwerte Aral & BP

Innovation ist treibende Kraft, Performance erhält neue Gewichtung



# Agenda

---

Aral: Nr. 1 im deutschen Tankstellenmarkt

## **Multichanneling & Internet @ Aral**

Controlling: Theorie und Praxis

Multi Channel Performance Management at work

# Ein interaktiver Kanal für die Kunden

24 x 7 x 365 für den Kunden erreichbar



The screenshot shows the Aral website interface with the following sections:

- Navigation:** Touren & Planen, Auto & Service, Fun & Specials, Aral Store, Über Aral, Presse.
- Main Content:**
  - Tanken & Service:** Includes a search bar and a 'Tanken sammeln & punkten' promotion.
  - Fun & Specials:** Features a 'SmartID road tour' and 'Aral bleibt Hammer' promotion.
  - Besteller Aral Shopping:** Lists items like 'Das erste Aral 5000' (79,99 €), 'Aral 5000' (5,00 €), 'Kugeln ab' (189,00 €), and 'Schummer Abgas 2003' (26,59 €).
- Footer:** 'Jetzt Punkte sammeln und als Prämie Bälle bekommen.' and a login section for 'PERSONENKONTO'.

## Aktuelle Information und Services für den Kunden

Information über alle (neuen) Produkte, Services, Kampagnen und Gewinnspiele, Bestellmöglichkeiten vieler Produkte

## Personalisierte Services

Persönliche Watchlist der präferierten Tankstellen inkl. aktuellem Benzinpreis, Routenplanung, Mail-Account etc.

## Interaktion & Beschwerden

Kürzeste Reaktionszeiten und fachlich kompetente Beantwortung aller Fragen und Beschwerden

## Public Relations

Spezieller Service für Journalisten zur Recherche von aktuellen und sonstigen Informationen über Aral

# Aral Community Sites im B2C-Bereich

## Fun & Edutainment für verschiedene Zielgruppen



### [www.fuehrerschein.de](http://www.fuehrerschein.de)

- Virtuelle Fahrstunden
- Kostenloser Theorietrainer
- Informationen und Trends zu Auto und Mobilität



### [www.bikerclub.de](http://www.bikerclub.de)

- Service & Mehrwert (Tourenführer, Reifentabellen, etc.)
- Online Games wie z.B. der berühmte Bikeflyter
- Gewinnspiele und "Mein Bike und Ich"-Fotowettbewerb



# Kinder und Familien als wichtige Zielgruppe

## Gezielte Ansprache sowohl offline als auch online

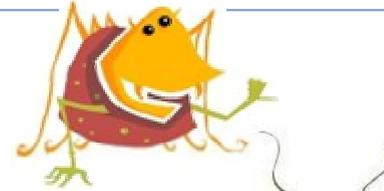
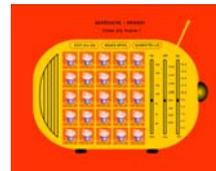


### www.kidstation.de

- Berichte, Information und spielerisch erziehende Online-Games für Kids von 7 bis 13, um das Internet zu entdecken
- Kommunikationstools wie eMail, Billboards, Instant Messenger für Kids
- Sicherer Internetzugang über den ausgezeichneten K-Filter

### www.aral4family.de

- Erweiterung des Kidstation-Angebots um Inhalte für die Eltern
- Information zu Verkehrssicherheit, Mobilität und Entertainment



# Ein offener Kanal für den Kunden

## Fragen und Beschwerden der Kunden werden aufgenommen und bearbeitet

ARAL.de - Willkommen bei Aral - Kraftstoffe, Heizöl, Schmierstoffe, Energie, Mobilfunk - Microsoft Internet Explorer provided b

Adresse [http://www.aral.de/\\_struktur/inside.cfm?verzeichnis=16&thema=5&sub\\_thema=3&t\\_erg=8&typ=cfm](http://www.aral.de/_struktur/inside.cfm?verzeichnis=16&thema=5&sub_thema=3&t_erg=8&typ=cfm)

Über Aral – Das Unternehmen, die Marke

Touren & Planen | Auto & Service | Fun & Specials | Aral Store | Über Aral | Presse

Das ist Aral

Aral Geschäftsbereiche

Jobs & Ausbildung

Aral International

Rund ums Tanken

Die Aral-Tankstellen

Die Aral-Stores

Kraftstoffpreise

Wash and Drive

Aral Gutscheine

Kraft- und Schmierstoffe

### Kraftstoffpreise

Rund ums Tanken

**Aktuelle Kraftstoffpreise**  
Hier sind die aktuellen Kraftstoffpreise aller deutschen Aral-Tankstellen rund um die Uhr verfügbar.

**Preisbildung und -struktur**  
Wie setzt sich der aktuelle Kraftstoffpreis zusammen? Wie hoch ist der Steueranteil am Kraftstoffpreis?

**Kraftstoffpreise in Europa**  
Unsere Datenbank gibt Auskunft über länderspezifische Bezeichnungen, aktuelle Preisniveaus und Steueranteile.

**Fragen Sie nach**  
Haben Sie weitere individuelle Fragen? Wir geben Ihnen Antworten.

**Aral bleibt Nummer Eins im deutschen Tankstellengeschäft**  
Alle Infos zum Geschäftsjahr 2002 und Ausblick 2003

**Ausbildung bei Aral und BP:**  
Wir bilden in mehr als 20 Berufen an verschiedenen deutschen Standorten aus. [Mehr](#)

**Aral Gutscheine:**  
Ein Geschenk das immer ankommt. [Mehr](#)

PREMIUM SERVICES

Nickname:

Passwort:

[Jetzt registrieren!](#) [LOGIN](#)

News

Sehnsucht nach einem Bett?

[www.aral-forschung.de](http://www.aral-forschung.de)

### Preisbildung und -struktur

Kraftstoffpreise

-  **Kraftstoffpreise im Detail**  
Wir nehmen die Zusammensetzung der aktuellen Kraftstoffpreise unter die Lupe. ▶
-  **Kraftstoffpreis-Datenbank**  
Unsere Datenbank informiert Sie über die Entwicklung der Kraftstoffpreise von 1950 bis heute. ▶
-  **Steuer-Rechner**  
Unser Steuerrechner zeigt Ihnen auf Heller und Pfennig, wieviel pro Tankfüllung ans Finanzamt fließt. ▶
-  **Distanz-Rechner**  
Auch wenn der Kraftstoffpreis günstig scheint, der Weg dorthin kostet bares Geld! Unser Distanz-Rechner hilft sparen. ▶

### Fragen Sie nach

Kraftstoffpreise

Sie haben noch weitergehende Fragen zum Thema "Kraftstoffpreise"?

Dann fragen Sie unseren Experten! Schicken Sie uns einfach eine E-Mail, Herr Klein wird Ihre Anfrage so schnell als möglich bearbeiten.

Frage:

Anrede:  Frau  Herr

Vorname:

Name:

Firma \*:

Straße \*:

PLZ/Ort \*:  /

Land \*:

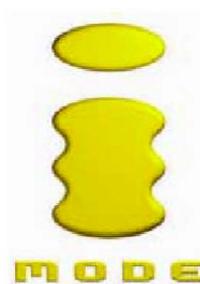
E-Mail:



# Mobiles Internet / Aktuelle Kraftstoffpreise online

## Mobile Lösungen als Innovationstreiber und Kundenservice

- Integration der aktuellen Kraftstoffpreise im „Mobilen Internet“ (WAP)
- Aral setzt als erste Tankstellengesellschaft die neue Technologie „Location Based Service“ ein.
- Übertragung der Applikation auf den UMTS-Vorboten i-mode
- Aral ist derzeit mit fünf i-mode-Diensten vertreten (Tankstellenfinder, Routenplanung, Bußgeldkatalog, virtueller Alkoholtester, Theorietrainer)



# Internet@Aral - mehrfach ausgezeichnet und nominiert

## Auszeichnungen für die Aral-WebSites



### [www.kidstation.de](http://www.kidstation.de)

Corporate Media-Award für herausragende Qualität in der Kategorie Jugendmarketing, November 2001

Silberner Preis beim Intermedia Globe Grand Prix in der Kategorie Children's, Mai 2002



### [www.fuehrerschein.de](http://www.fuehrerschein.de)

Nominiert für den International Electronic Multimedia Award (EMMA), November 2001

Ausgezeichnet mit dem DMMV-Award 2002 in der Kategorie Kommerzielle Arbeiten / Web-based-Service, April 2002



### [www.aral.de/](http://www.aral.de/) Online Tankstellenpreise

Sieger des internen IT-Innovationswettbewerbs im e.on Konzern, November 2001

# Agenda

---

Aral: Nr. 1 im deutschen Tankstellenmarkt

Multichanneling & Internet @ Aral

## **Controlling: Theorie und Praxis**

Multi Channel Performance Management at work

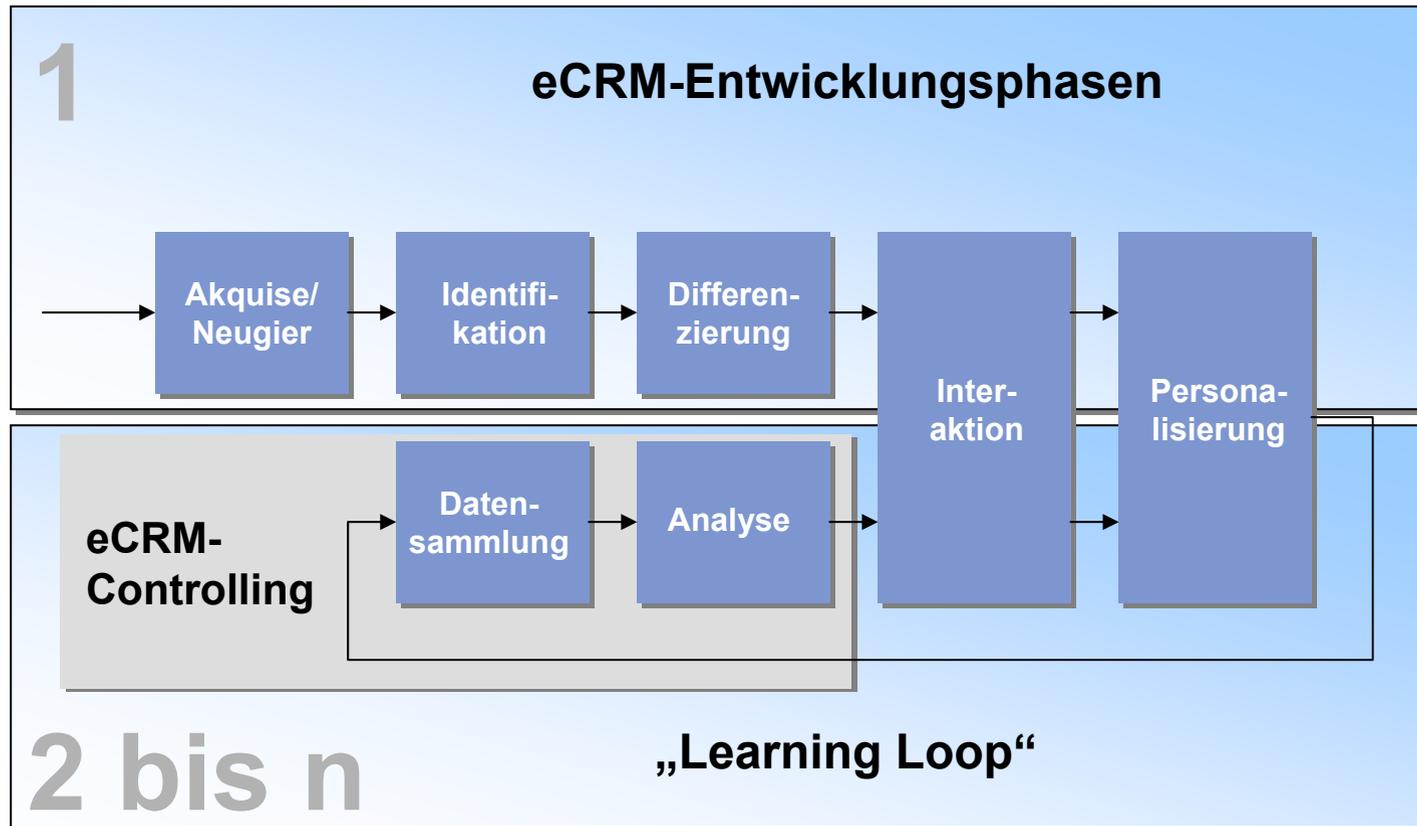
# Controlling in der Konzeption

## Multichannel- und eCRM-Controlling setzt inhaltlichen Fokus auf die „digitalen“ Aktivitäten

- Analyse, Planung und Steuerung der Online-Aktivitäten zur Erzielung von Wirtschaftlichkeit in der elektronischen Kundenbeziehung
- Integrierte Datensammlung, -verwertung und -aufbereitung aus allen Online-Aktivitäten für das Controlling
- Erstellen eines umfassenden Kennzahlensystems und Berichtswesens zur Entscheidungsunterstützung und Messung der Zielerreichung
- Monitoring und Steuerung von (e)Business Cases und (e)Geschäftsmodellen
- Die Analyse aller kundenbezogenen Daten der Bildung von Kundenprofilen als Basis der Personalisierung/Individualisierung der Kundenbeziehung
- Internet-Aktivitäten transparenter machen

# Positionierung des eCRM-Controlling

Sammeln und Analysieren von Daten Grundlage für erfolgreiches eCRM



Quelle: In Anlehnung Peppers/Rog

# Zielgrößen für Multichannel-Controlling

## Konkrete Zielsetzungen sind eine wichtige Grundlage

### Marketing-Ziele:

- Erhöhung des Traffics über Banner und Kooperationen um X Visits
- Senkung des Cost per Click und Cost per Customer um X €

### WebSite-Ziele:

- Erhöhung der durchschnittlichen Verweildauer um X Sekunden
- Erhöhung von PageImpressions und Visits im Monat auf X

### Business-Ziele:

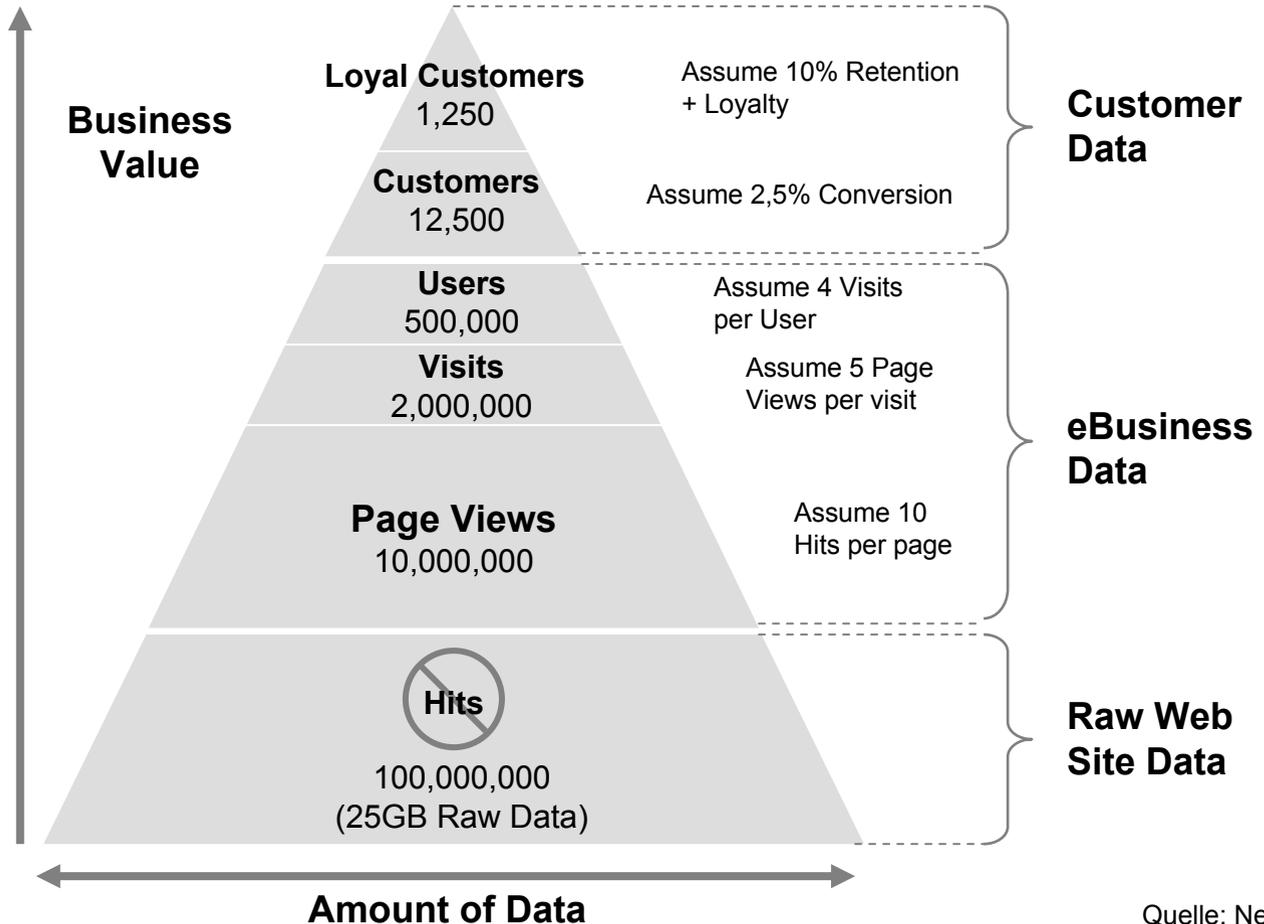
- Steigerung des Umsatzes auf X € im Monat
- Anzahl der Prozesse X und Y über Internet Z %

### Kunden-Ziele:

- Steigerung der Anzahl an Neukunden/Registrierungen pro Monat auf X
- Erhöhung des Umsatzes pro Kunde auf X €

# Verhältnis zwischen Daten-Volumen und Kundenwissen

## Datenmenge und -qualität erschweren die kundenbezogene Analyse



# E-Mail-Management und -Controlling

## Beantwortung der Fragen und Beschwerden

- Monatlich gehen derzeit über 3.000 E-Mails von Kunden bei Aral ein
- In der Spitze sind es über 150 pro Tag, im Durchschnitt fast 100
- Alle E-Mails mit Ausnahme von Junk-Mails werden beantwortet
- Die durchschnittliche Antwortzeit beträgt derzeit etwa 30 Stunden
- Über 70 Prozent werden innerhalb von 24 Stunden beantwortet, nahezu 90 Prozent innerhalb 48 Stunden
- Kennzahlen zu E-Mail-Management werden monatlich bereit gestellt und analysiert, insbesondere zu laufenden Tankstellenaktionen
- Hohe Kundenzufriedenheit der Kunden mit dem E-Mail-Management
- Zur Qualitätssicherung werden regelmäßig Tests als „Mystery Mailer“ durchgeführt
- Ergebnis: Platz 9 in Handelsblatt-Studie 2003 unter den 100 größten dt. Unternehmen



# Online-MaFo: Online User zeigen hohe Loyalität zu Aral

## Evaluation der Aral Websites – Januar 2002



- Ca. 90% der User beurteilen die Websites als „sehr gut“ oder „gut“
- Die hohe Zufriedenheit spiegelt sich in der sehr hohen Wahrscheinlichkeit eines erneuten Besuchs sowie einer erhöhten Bereitschaft zur Empfehlung der Angebote:

aral.de	97% planen erneuten Besuchs	86% wollen Angebot empfehlen
bikerclub.de	99% planen erneuten Besuchs	91% wollen Angebot empfehlen
fuehrerschein.de	88% planen erneuten Besuchs	84% wollen Angebot empfehlen

### Ergebnis der Studie (Summary):

**Die positive Brand Awareness für Aral wird durch den Online-Kanal bestätigt und verstärkt:**

**Über 40% der User sagen, dass ihre bereits positive Wahrnehmung und Präferenz für die Marke Aral verstärkt wurde; 56 % sehen ihre Erwartungen erfüllt**

# Transparenz durch regelmäßige Berichterstattung

## eMarketing Monatsbericht zu den zentralen Leistungsdaten

- Zentrale Kennzahlen sind Visits und Page Impressions inkl. Trendanalyse
- Spezielle Kennzahlen zu Prozessen, Kampagnen und Aktionen
- Interpretation und Kommentierung der Ergebnisse zur besseren Verständlichkeit
- Markt, Trends und Wettbewerbsinformationen
- Monatlicher Versand des Berichtes im HTML-Format an ausgewählten Verteiler inkl. Top-Management
- Zugriffsmöglichkeit auf aktuellen Bericht und Berichtsarchiv für alle Mitarbeiter über das Intranet

ARAL Online Monatsbericht

März 2003

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

im März lag auch bei den Online-Aktivitäten der Schwerpunkt ganz klar in der Aktion "Einfacher an den Ball kommen". Auf allen Aral Websites wurde das Thema über Bildteaser, Newsboxen und die Bannerwerbplätze kommuniziert. Über 60.000 Premium-User wurden mit einer E-Mail-Kampagne auf die Aktion aufmerksam gemacht. Bereits im ersten Monat der "Bälle-Aktion" haben sich somit fast 200.000 Besucher von aral.de über diese Aktion informiert. Die einzelnen Kennzahlen hierzu sowie alle weiteren Online-Leistungsdaten finden Sie in diesem Bericht.

Mit freundlichem Gruß,

Dirk Sauer  
Aral Online  
Business Unit Retail Germany/Luxembourg

**Leistungsdaten der Aral Websites** **Analyse**

Deutliche Steigerung bei aral.de durch "Bälle-Aktion" - erstmals über 1 Mio. User

Websites	Februar 2003		März 2003		Trend
	Visits	Page Imp.	Visits	Page Imp.	

aral.de - Zuwachs der Nutzungs-Zahlen durch neue

# Agenda

---

Aral: Nr. 1 im deutschen Tankstellenmarkt

Multichanneling & Internet @ Aral

Controlling: Theorie und Praxis

**Multi Channel Performance Management at work**



Infos unter [www.aral.de](http://www.aral.de)

# Marketing auf allen Kanälen

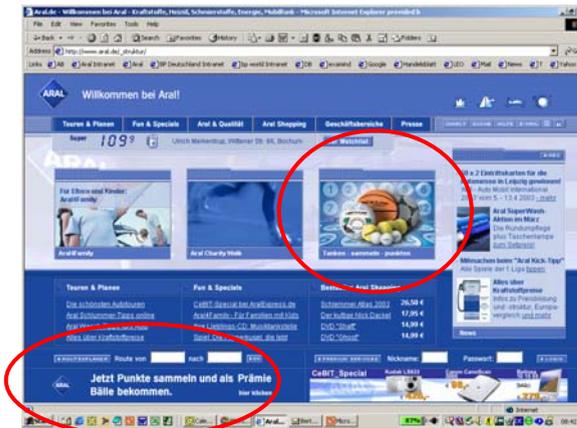
## Kanalübergreifend einfacher an den Ball kommen

- TV-Spots (vorrangig im Umfeld Bundesliga, Champions League und Formel 1)
- Hörfunkspots (Manni und Wolfgang)
- Citylights und Plakate
- Massive POS-Werbung (Plakate, Banner, Shop-Display, Zapfpistolenanhänger, Mitarbeiterbuttons, Deckenhänger etc.)
- **Online:**
  - MicroSites im Aral- und bp-Design
  - Unterstützung durch Aral- und bp-Express
  - Bannerschaltung auf Sportportalen im jeweiligen Themenumfeld
  - E-Mail-Kampagnen
  - SMS-Kampagne

**Ziel:** Awareness für die Aktion auf allen Kanälen schaffen, dabei maximale crossmediale Konvergenz anstreben, um größtmöglichen Output zu erzielen

# Microsite zur Tankstellenaktion

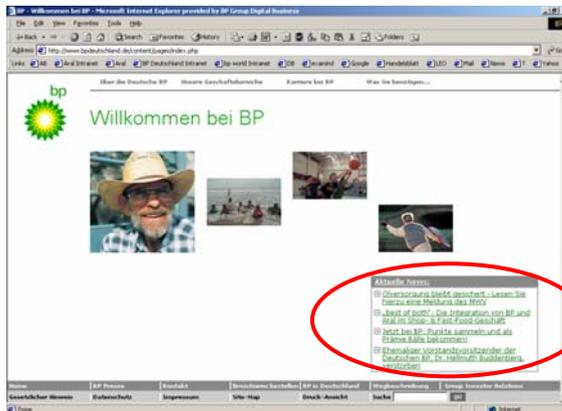
"Einfacher an den Ball kommen" im Internet unter [www.aral.de/baelle](http://www.aral.de/baelle)



Verlinkungen



Aral Microsite



Verlinkung



bp Microsite

Start: 06.03.2003

# Features and Services 1/4

## Ein virtuelles Sammelheft

### Das Sammelheft

Auf den Punkt gebracht

Der Umgang mit dem Sammelheft ist ganz einfach und gar nicht heftig. Bitte blättern Sie.

**Einfacher an den Ball kommen.**

The advertisement shows a collection of sports equipment including a basketball, a volleyball, tennis balls, and golf balls, set against a background of numbered circles (1-12). The text 'Einfacher an den Ball kommen.' is prominently displayed at the top.

DEUTSCHER SPORTBUND **Sport tut Deutschland gut.**  
Eine Initiative unterstützt von Aral.

ARAL  
Alles super.



# Features and Services 2/4

## Der Punkte-Kalkulator

### Der Punkte-Kalkulator Ihr 30 Punkte-Plan

Berechnen Sie, wann Sie die nötigen Punkte für eine der Prämien ersammelt haben. (Die errechneten Ergebnisse sind ohne Gewähr und abhängig von Ihren Eingaben). Sollten Sie für die Premium Services angemeldet sein, geben Sie bitte Ihre Logindaten rechts ein. Wenn Sie noch nicht für die Aral Premium Services registriert sind, geben Sie bitte alternativ die Ihre Daten links ein. Registrieren Sie sich für die Premium Services um dort bis zu drei Punkte zu sammeln.

**Name:**

**Vorname:**

**PLZ:**

**Daten Premium Services (falls vorhanden):**

Nickname:

Passwort:



**Zeitraum:**

**+ Richtig punkten:** km/Zeitraum:  Kraftstoffverbr./100km:

Wäschen:  Schmierstoffverbrauch:

**+ Online Sammeln:** Einkäufe im Produkte Shop im Zeitraum:

Summe der Einkäufe im Produkte-Shop im Zeitraum (Eingabe: z.B. "30" €)

Mögliche Punkte durch Neuanmeldung Premium Services: 3

### Der Punkte-Kalkulator Ihr 30 Punkte-Plan

Die errechneten Ergebnisse sind ohne Gewähr und abhängig von Ihren Eingaben. Die Prognosen im "30 Punkte-Plan" sind Richtwerte und können vom tatsächlichen Einlösedatum abweichen.

**30 Punkte-Plan für  
roman schida**

## Ergebnis

Beleg-Nr.: 9765/007/00001  
Zeitraum: 2 Monate  
Heutiges Datum:  
13.05.2003



<b>Kraftstoffverbrauch pro 2 Monate</b>	160 Liter = 16 Punkte
<b>Schmierstoffkauf</b>	1l = 1 Punkte
<b>Wäschen</b>	2 = 2 Punkte
<b>Gekaufte Waren im Produkte Shop bei einem Einkauf</b>	€ 30 = max. 3 Punkte
<b>Noch mögliche Punkte durch <u>Premium Service</u>:</b>	3 Punkte
<b>Gesamt:</b>	25 Punkte für 2 Monate (13.05.03 - 12.07.03)

Bei Startdatum 13.05.2003 und einem Zeitraum von 2 Monate haben Sie voraussichtlich am 12.07.2003 25 Punkte gesammelt und kommen leider noch nicht in Ball-Besitz. Ihnen fehlen 5 Punkte zu einer Ball-Prämie.

Die Punkte kleben Sie bitte in Ihr Sammelheft ([Infos hier](#)). Sollten Sie überschüssige Punkte haben, können Sie ein neues Sammelheft beginnen. Die vollständig ausgefüllten Hefte können Sie z.B. in der Nähe Ihres Heimatortes an folgenden Tankstellen einlösen:

[K.-H. Gilbricht U. Siekmann GbR](#)   [Michael Schildberg](#)   [Wilhelm Krämer](#)  
[Wolf Hoffmann](#)   [Peter Aurandt](#)   [Aral Tankstellenführungsqs. mbH](#)

Wir wünschen allzeit gute Fahrt und viel Spaß an der Aktion,  
**Ihr Aral Bälle-Team**

# Features and Services 3/4

## Fun & Entertainment

Willkommen bei HI FIVE, der Ball-Olympiade von Aral! Bei diesem modernen Fortschritt geht es einzig und allein um den Ball. Schlüpfen Sie in die Rolle eines Top-Athleten und beweisen Sie Ihr Können.

Bereiten Sie sich im Trainingscamp vor und greifen Sie dann gut vorbereitet die Olympische Rangliste an. Auf die besten drei Olympioniken warten wöchentlich frei wählbare Ballprämien!

**3er Shoot-Out**

Sind Sie ein guter "Dribbleschütze"? Hier werden Sie es herausfinden. Das Punkte-gerüst bringt Sie heute 60 Sekunden um so viele drei-Punkte-Würfe wie möglich zu werfen. Doch achten Sie dabei auf zunehmender Zeit lassen Kraft und Konzentration nach!

**Schießanleitung**

Stücken Sie nacheinander die besten Balls in "Treffpunkt" mit zwei verschiedenen Bewegungen insgesamt ab. In der linken Anzeige, nach jedem Wurf wird die Scherenspannweite der Kette bewegt sich schrittweise.

Als sind Sie erreichen ein "Anschluss", der 3 Punkte einbringt. Hier abgelesen!

**Punkterhebung**

Für jede Korbwurf werden Ihnen drei Punkte gutgeschrieben. Bei einem Treffer mit dem Ball wird einem "Anschluss" gibt es sogar fünf Punkte.

Training abbrechen  
Training starten

Sportart wählen  
Wählen Sie mit dem Stern eine Sportart und verhalten Sie dem Heiden zu einem Outfit!

Ball-Olympiade  
Training abbrechen  
Zur Aktionsseite

[www.aral.de/olympiade](http://www.aral.de/olympiade)

## Fun-Pool



### Der TV-Spot

Vom Fernsehen direkt ins Internet: Schauen Sie sich den pfliffigen Spot aus der Fernsehwerbung an.



### HI FIVE- Die Ball-Olympiade

Im spannenden Spiel "HI FIVE" geht es einzig und allein um den Ball. Dabei sind Sie der olympische Held. Die besten Helden gewinnen wöchentlich attraktive Ball-Prämien!



### Klingelton

Die Melodie aus unseren TV- und Radio-Spots gibts jetzt auch fürs Handy. Hier downloaden.



### Screensaver

Für die bewegten Momente des Lebens. Hier können Sie sich den Aktions-Bildschirmschoner herunterladen.



### Chat

Sich unterhalten, Spaß haben, Infos austauschen, kurz: chatten und eventuell Prominente treffen!



### Sport im Web

Was ist wichtig und informativ, wer sind unsere Kooperationspartner in Sachen Sport? Unsere Linkliste zeigt es Ihnen.

# Features and Services 4/4

## Online punkten als "Pull" für die Tankstellen

ARAL Einfacher an den Ball kommen?

Richtig punkten
Online sammeln
Premium Services
Fun-Pool
Aral Charity
HOME
NEWS
E-MAIL

Was ist das?

An den Ball kommen

Erstanmeldung

Login

Nutzungsbedingungen

### Premium Services

Werden Sie zum VIP bei Aral und nutz angemeldeter Nutzer haben Sie hier 2 Services mit echtem Mehrwert, wie z.B. "Ball" oder am Aral Kick-Tipp.

Bitte beachten Sie: Im Aktionszeitraum Punkte sammeln: Durch Ihre Neuanm. Daten. Weitere Infos dazu finden Sie [hier](#)

Schon online Sammelpunkte kassiert?

Für die Aktion "Einfacher an den Ball kommen" können Sie bei den Aral Premium Services **zusätzlich Sammelpunkte** bekommen. Einfach einloggen oder neu anmelden und abkassieren. [Klicken](#) & Sammelpunkte anfordern!

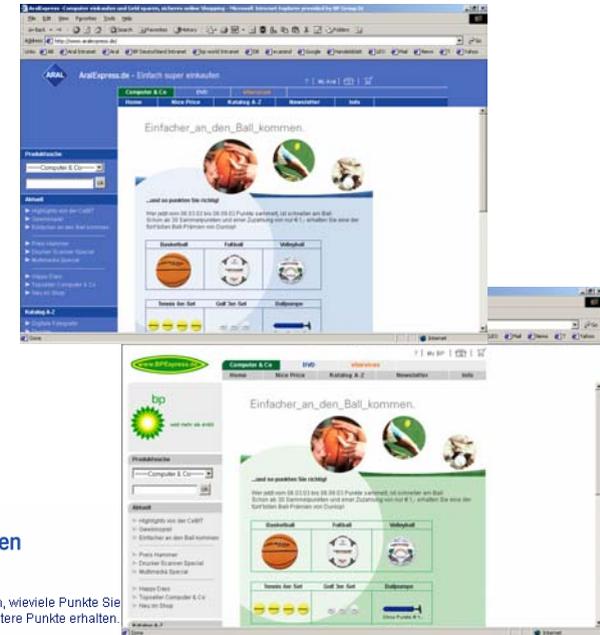
**Premium Services - was ist das?**  
Wir bieten unsere Premium Services exklusiv den registrierten Usern der Aral Websites an: z. B. Routenplaner, Organizer und natürlich die Teilnahme an der Aktion "Einfacher an den Ball".

**Einfacher an den Ball kommen**  
Erfahren Sie hier, wieviele Punkte Sie bei den Aral Premium Services sammeln können.

**Erstanmeldung**  
Einfach registrieren lassen und schon können Sie auf das volle Premium-Angebot von aral.de zugreifen. Hier geht's los ...

**Login**  
Hier geht's direkt zu den Premium Services von aral.de, wenn Sie bereits registrierter Nutzer sind. Loggen Sie sich hier ein!

**Nutzungsbedingungen**  
Lesen Sie sich bitte unsere Nutzungsbedingungen durch. Damit



### Einfacher an den Ball kommen Premium Services

In der rechten Tabellenspalte können Sie sehen, wieviele Punkte Sie haben. Für zusätzliche Angaben können Sie weitere Punkte erhalten.

	Punkte wofür?	Ihre Punkte
	Da Sie schon angemeldet sind, ist eine Punktevergabe für die Neuanmeldung zu den Aral Premium Services nicht mehr möglich.	<b>0</b>
	Sie haben uns die Erlaubnis erteilt, Ihnen Informationen über interessante Angebote und Aktionen zuzusenden.	<b>1</b>
	Sie haben für die Angabe von zusätzlichen Informationen bei den Aral Premium-Services einen Punkt erhalten	<b>1</b>
	Anzahl bereits angeforderter Punkte: 2	

# Aral Charity Walk

## Online-Begleitung der PR-Aktivitäten unter [www.aral.de/charity](http://www.aral.de/charity)

Einfacher an den Ball kommen - Jetzt Punkte sammeln und als Prämie Bälle bekommen - Microsoft Internet Explorer provided by BP

**ARAL** Einfacher an den Ball kommen? BISHER GESPENDET 68.967 €

Richtig punkten | Online sammeln | Premium Services | Fun-Pool | **Aral Charity** | HOME | NEWS | E-MAIL

ARAL Charity Walk

Alle Informationen

Die Route

Tagebuch zum Walk

Auktionen

Ihre Spenden

Festival des Sports

Europäisches Jahr

Kooperationspartner

**Aral charity walk**

Präsentiert von **SCHNITZL** WIRTSCHAFTS WELT | unterstützt von **DEUTSCHER SKI-BUND**

### Das Tagebuch zum Walk

Immer auf dem Laufenden

Welche Highlights gab es beim Walk? Waren Prominente da? Wie ist es den Läufern ergangen? Wir halten Sie in Wort und Bild auf dem Laufenden. Wählen Sie aus, ob Sie den aktuellen Eintrag lesen oder lieber im [Tagebuch-Archiv](#) schmökern möchten.

**Tagebucheintrag: 60. Tag, 12.05.2003**



**Von Suhl nach Ohrdruf - und das Thüringen Süd - Kamerateam ist immer dabei**

Heute melden wir uns aus Suhl. Es ist neun Uhr morgens. Das Wetter sieht nicht vielversprechend aus, ein Mix aus Sonne und Wolken. Trotz des „miesen“ Wetters treffen wir auf best gelaunte Sportler, die die Etappe von Suhl nach Ohrdruf in Angriff nehmen wollen.

Also machen sich Ilona, Eileen, Kathrin, Bärbel, Ingrid, Wolfgang und Ronny, ehemaliger Nationalskispringer, vom Suhler Sportbund auf dem Weg, um die 33 Kilometer lange Strecke, durch den Thüringer Wald zu bewältigen.

Mit von der Partie ist ein Kamerateam des lokalen Fernsehsenders Thüringen Süd, die uns eine Zeit lang begleiten und uns immer gut in Szene setzen. Da wir heute sowieso reichlich Zeit haben, ist walken angesagt. Trotzdem geht es strammen Schrittes durch Zella-Mehlis und immer wird darauf geachtet, dass die Optik stimmt, da am Tunnelausgang die Kamera wartet. Nach einigen Kilometern befinden wir uns in Oberhofen, bekannt durch Skispringen und dem Rennsteiglaufl. Plötzlich haben wir um uns herum den schönen Thüringer Wald. Es ist, als laufen wir durch einen Märchenwald und genau wie im Märchen, in dem es nur schönes Wetter gibt, ändert sich dieses auch blitzartig. Märchenwald, schönes Wetter, tolle Sportler... was braucht man eigentlich noch für einen perfekten Tag in Thüringen?? Genau, die original Thüringer Bratwurst. Und die

### Die Route zum Walk



61. Etappe  
Von Leimbach nach Eisenach

Übergabeorte | Festivals des Sports | offene Route  
absolvierte Route | Start | Ziel

**Tagebucheintrag: 60. Etappe, 12.05.2003**

Heute melden wir uns aus Suhl. Es ist neun Uhr morgens. Das Wetter sieht nicht vielversprechend aus, ein Mix aus Sonne und Wolken. Trotz des „miesen“ Wetters treffen wir auf best gelaunte Sportler, die die Etappe von Suhl nach Ohrdruf in... [weitere Infos](#)

[Zurück zur Aktionsseite](#)

# Online spenden für den guten Zweck

## ebay-Auktionen mit handsignierten Promi-Bällen


Versteigerungen für den guten Zweck


In Zusammenarbeit mit:




Weitere Informationen unter [www.aral.de/charity](http://www.aral.de/charity)

---

**Ihr Ball-Besitz:**  
**Handsignierte Bälle von Prominenten ersteigern!**

Ab dem 13.3.03 / 22 Uhr versteigert Aral in Zusammenarbeit mit Sat.1 – Meine Welt, dem Deutschen Sportbund und natürlich eBay im Zeitraum von 90 Tagen pro Tag einen neuen handsignierten Ball eines Prominenten. Die einzelnen Auktionen dauern jeweils sieben Tage, so dass Sie sich die für Sie passende Auktion aus einem [Pool von Versteigerungen](#) heraussuchen können.

Die Erlöse spendet Aral natürlich dem guten Zweck:  
 Ihre eingegangenen "Spenden" **erhält der Deutsche Behindertensportverband.**

**Die Prominenten**

Insgesamt haben 80 Prominente aus Sport, Film, Funk und Werbung zum Stift gegriffen und die Bälle für den guten Zweck signiert: Thomas Gottschalk, Michael Ballack, Wonderwall, Oliver Kahn, Marius Müller-Westernhagen, Vitali und Wladimir Klitschko, Ralf Bauer, Sarah Connor sowie viele andere Stars! Die aktuellen bzw. kommenden [Auktionen](#) entnehmen Sie bitte der Auktionsliste unten.

**Aktuelle / zukünftige Ball-Auktionen mit:**



**Loona** - Sängerin, z.B. "Unicorn"  
 Start: 6.5.03 / 22 Uhr, Ende: 13.5.03 / 22 Uhr



**Martin Schmitt** - erfolgreicher deutscher Skisprung-Adler  
 Start: 7.5.03 / 22 Uhr, Ende: 14.5.03 / 22 Uhr

Einfacher an den Ball kommen - Jetzt Punkte sammeln und als Prämie Bälle bekommen - Microsoft Internet Explorer provided by BP


Einfacher an den Ball kommen – Auktion

Übersicht
Anleitung
Anmeldung
eBayCafé
ZURÜCK
SCHLIESSEN

Ersteigern Sie handsignierte Bälle von Prominenten. Den Erlös spenden wir einem guten Zweck. Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten: Hier schnell mitbieten.

**Handsignierte Bälle von Prominenten**

	<b>Stefanie Graf</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>		<b>Collien Fernandes</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>
	<b>Marco Bode</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>		<b>Nick Heidfeld</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>
	<b>Timo Hager</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>		<b>Atze Schröder</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>
	<b>Martin Schmitt</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>		<b>Loona</b> <a href="#">ZUR AUKTION</a>



- ▶ [Motorräder](#)
- ▶ [Zubehör / Werkzeug](#)
- ▶ [Kleidung](#)
- ▶ [Ersatzteile](#)
- ▶ [Sammlerstücke](#)
- ▶ [Literatur](#)

Weitere Informationen zu den Aral Charity Auktionen finden Sie [hier](#).

# Online-Advertising

## Prominente Banner-Platzierungen im Sportumfeld

YAHOO! Sport  
DEUTSCHLAND

Sport - Yahoo! - Neu - Hilfe - Personalisieren



Sport

Artikel Fotos Web-Sites

Fußball Formel 1 Eishockey Motorsport Tennis Rad Golf Wassersport Handball Basketball Boxen US MEHR...

**Fußball**

**Bundesliga**

**Levertkussen verlängert Vertrag mit Lehgabe Ponte** (dpa)  
Der absetzbedrohte Fußball-Bundesligist Bayer Leverkusen hat den Vertrag mit dem Italiener Roberto Ponte per Option bis 2005 verlängert.

**Wieder Bremen**  
Hertha BSC

**Formel 1**

**Ralf Schumacher "mit blauem Auge davongekommen"** (Total.com)  
Trotz seiner unglücklichen Schlussphase gestern in Barcelona konnte Ralf Schumacher dem Wochenende Positives abgewinnen

**Champions League**

**Einfacher an den Ball kommen?**

portal.de **fußball** sportalive

Elvis Mailbox!

Bundesliga 1. Liga 2. Liga Pokal Champions League UEFA-Cup EM-Quali

**Spielberichte +++**

**Torjägerliste**

Wer landet die meisten Treffer?  
Alton an der Spitze

**Racing Manager**

Neue Saison  
Jetzt anmelden!

Teams & Spieler

Fan Links

**Einfacher an den Ball kommen?**

Fotogalerie Singles Weiter

**Transfermarkt 2003/04**

Wer kommt neu, wer muss gehen: Werder will Hertzsch

**2. Liga**

Tabelle & Spielplan: Wer steigt auf?

**Champions League, UEFA-Cup, EM-Quali**

Für VIPs gratis! Farblige Kontaktlinsen

Mehr Schlagzeilen

Setzen Sie auf Sieg! Wetten mit Oddsset

Sportkalender 2003  
Alle März-Termine

DSF fan

**Endspiel-Fieber elektrisiert die Massen**

Mit Mainz und Frankfurt sollen zwei ideale Konkurrenten um den Aufstieg wachsenden die 20. Ufa L&L und die 2. Bundesliga. Und 5000 Eintracht Fans machen sich per Bahn, Bus und sogar mit dem öffentlichen Bus an den Rhein auf den Weg. "Uns hat niemand auf der Rechnung", sagen Spieler an Sport1.

**Einfacher an den Ball kommen?**

Ergebnisse & News von allen Sportarten auf einem Handy

**Im DSF**

HILFTECK Nr. 2: Bundesliga  
Montag, 9. Mai, ab 19:30 Uhr FTV Mainz 05, Eintracht Frankfurt (D)

2. Liga: FC Nürnberg  
Düsseldorf, 16. Mai, 20.00 Uhr  
OL: TSV 1860 München  
Düsseldorf, 17. Mai, 20.00 Uhr

2. Liga Mainz - Frankfurt

**1860 schmelzt Pacult raus**

In einer Mitteilung hat der TSV 1860 München seinen Trainer Peter Pacult vor die Tür gesetzt. Nähere Gründe für die Entlassung des Österreichers, der im Oktober 2001 Wiener Lorant beerbt hatte, gab der Club nicht bekannt. Dafür zu berichten die Löwen aber schon einen Nachfolger: Fabio Gölz! Der 40-Jährige war in der vergangenen Saison als Interims-Coach von Hertha BSC Berlin sehr erfolgreich. Gölz debütierte am Vortag bereits als Trainer. Weiter...

**Ulrich schickt Peter Pacult hat ausgebrüllt** (dpa)

**Elköt um Schiri Urs Meier**

Wie seiner "letztenen Tabakzeit" hat ausgerechnet der bei der UEFA in der Elite-Gruppe geführte Schweizer Schiedsrichter Urs Meier in der...

**Levertkussen einfach anständig**

Wie erwartet: Das Abschiedsint hat eine Fortsetzung gefunden. Vorjahresfinalist Leverkusen bleibt als einziges Team in der Zwischenrunde der Champions League...

**CONTENT CENTRE**

**Fußball**

**Formel 1**

**US Sport**

**Eishockey**

**TICKER**

**WETTEN DES TAGES**

Dortmund - Moskau  
Quoten: 1,25 4,50 5,00

Madrid - AC Mailan  
Quoten: 1,50 3,70 5,00

Juventus - La Coruna  
Quoten: 1,70 3,20 4,20

**interwetten**  
Die Sportwette im Internet

**KLICK DICH DURCH**

**Champions League**  
Die Zwischenrunde

**Mani! oder**  
Mani! lockt die Beckhams

**Formel 1**  
Die heißen Frauen der Fahrer

**F1-Saison 2003**  
Ferrari ausgetrieben

**Die Grid Girls**  
Schöne Aussichten...

# Controlling-Konzept für die Aktion 1/2

## Detailgenaue Daten zu allen Inhalten der Online-Aktivitäten

### WebSites gesamt:

- PI und Visits gesamt (Aral/BP)
- PI und Visits Charity-Bereich

### WebSite-Specials:

- Downloads TV-Spot
- PI Punktekalkulator
- PI Sammelheft
- PI FAQ
- PI und Teilnahmen Ball-Olympiade
- Downloads Screensaver (Aral, BP)
- Downloads Klingelton (evtl. noch Detaildaten)
- PI MF-Karte
- Downloads SAT1-Spot

### Shop:

- Zahl Hefte und Punkte beigelegt
- Zahl und Umsatz Verkauf Bälle (und welche Bälle)
- Zahl und Umsatz/Provision Bestellungen Affiliate
- Zahl der Hefte und Punkte Expressbestellungen

### Premium Services:

- Anzahl Neuanmeldungen im Aktionszeitraum
- Anzahl Nachqualifizierungen im Aktionszeitraum
- Anzahl versendeter Hefte im Aktionszeitraum
- Anzahl von vergebenen Punkten im Aktionszeitraum

### Media:

- AdImpressions gesamt und pro Portal
- AdClicks gesamt und pro Portal

### Kampagnen (Detaildaten):

- 1. Welle E-Mail
- 2. Welle E-Mail
- 3. Welle E-Mail
- SMS-Kampagne

### ebay-Kooperation:

- PI ebay-Michseite
- Spendenbetrag über ebay
- Top 10 Auktionen

# Controlling-Konzept für die Aktion 2/2

## Effektivität und Effizienz der Aktivitäten

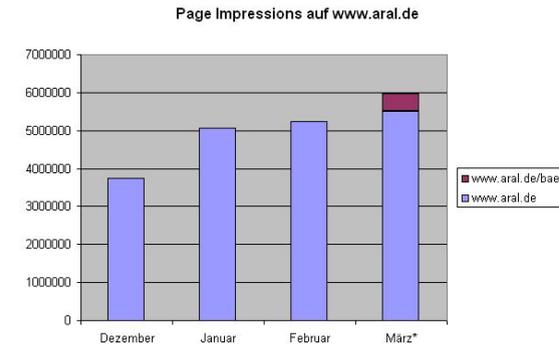
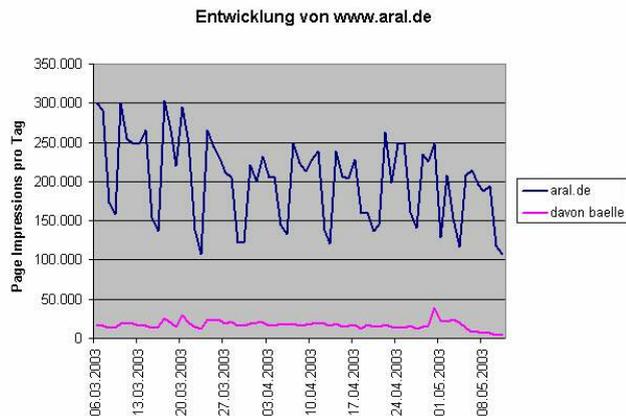
- Analyse und Steuerung der Online-Aktivitäten zur Aktion
- Kontinuierlicher Soll- / Ist-Vergleich mit Planzahlen
- Wöchentlicher, automatisierter Bericht zu den wichtigsten Kennzahlen
- Bewertung der eingesetzten Mittel und deren Output
- Im Mittelpunkt stehen kostenfokussierte Kennzahlen wie
  - Cost per Click
  - Cost per Lead
  - Cost per Visit / PI etc.
- Endauswertung soll zu einer besseren Planungsgrundlage und optimaleren Ressourcenallokation für zukünftige Aktionen dienen
- Feste Integration der Online-Kennzahlen in das Gesamtreporting der Aktion, um Kanaleffizienz und -effektivität analysieren zu können

# Zwischenergebnisse 1/4

## WebSite Performance (High Level)

### Stand 14.07.2003

- Visits: ca. 900.000 (inkl. BP-Seiten)
- Page Impressions: ca. 3,0 Mio. (inkl. BP-Seiten)
- Versendete Sammelhefte für Premium Services und  
Online-Bestellungen: ca. 30.000



Kennzahlen (jeweils seit 06.03.)	Absolut	in Prozent
Zahl neuer Premium-User	15.240	-
davon Sammelhefte angefordert	1.017	6,67%
Zahl nachgepflegter Userdaten	7.911	-
davon Sammelhefte angefordert	3.172	40,10%
Versendete Sammelhefte gesamt	4.130	-
mit 3 Punkten eingeklebt	2.138	51,77%
mit 2 Punkten eingeklebt	1.258	30,46%
mit 1 Punkt eingeklebt	734	17,77%
Gesamtzahl versendeter Punkte	9.664	-

## Zwischenergebnisse 2/4

### Begleitende E-Mail-Marketing-Kampagnen

- Versand der 1. Welle an ca. 100.000 aktive Nutzer der Premium Services im Multipart-Format
- Incentivierung der Nachqualifizierung von persönl. Profil mit bis zu 2 Punkten
- **Zentrale Ergebnisse:**
  - Öffnungsrate: 29,7 % (real noch höher !!!)
  - Response: 6,9 % (brutto), 8,7 % (real), 25,4 % (netto)
  - Conversion: 3,17 % (brutto), 3,6 % (real) 41,7 % (netto)
  - Cost per Contact: 0,03 € (brutto), 0,04 € (real), 0,10 € (netto)
  - Cost per Click: 0,41 € (total)
  - Cost per Lead: 0,97 € (total)
- 2. Welle an inaktive Premium Services Nutzer aktuell in der Auswertung
- 3. Welle an Nicht-Premium Services Nutzer in Vorbereitung

✉ Aral-News: Jetzt Punkte sammeln und Prämien kassieren! - Message (HTML)

File Edit View Insert Format Tools Actions Help

Reply Reply to All Forward

From: Aral-News [info@newsletter.aral.de]  
To: multichannel@aral.de  
Cc:  
Subject: Aral-News: Jetzt Punkte sammeln und Prämien kassieren!

**ARAL** **Einfacher an den Ball kommen?**  
Exklusiv Punkte sammeln und als Prämie Bälle bekommen

Lieber Nutzer der Aral Premium Services,

alle, die jetzt bei Aral bis zum 06.09.2003 Punkte sammeln, sind schneller am Ball ? und Sie als **VIP bei Aral** sogar eine Nasenlänge voraus: denn wenn Sie schnell sind, schicken wir Ihnen vorab und exklusiv **Ihre ersten zwei Sammel-Punkte** samt Bonusheft direkt nach Hause.

[Loggen Sie sich ein und ergänzen Sie Ihr persönliches Profil!](#) Ihren Nicknamen und Ihr Passwort haben wir schon eingetragen - einfach auf Login klicken ? Ihre ersten Punkte warten schon auf Sie!

Nickname   
Passwort

**Die Prämien**

 **Ballannahme:** Bereits bei 30 Sammelpunkten und einer Zuzahlung von nur ? 1,- erhalten Sie eine der fünf tollen **Ball-Prämien** von Dunlop! Mit dem **Tankstellenfinder** können Sie die Tankstelle in Ihrer Nähe zum Einlösen Ihrer Punkte herausfinden.

**So sammeln Sie**

**Punkte kassieren** ist spielend einfach - einen davon erhalten Sie schon je 1

## Zwischenergebnisse 3/4

### Begleitende SMS-Kampagne

- Versand an Kunden, die sich über verschiedene Aktionen für Aral SMS-Kampagnen angemeldet hatten
- Kunden, die auf SMS reagiert haben (Response): 14,5 %
- Kunden, die sich erfolgreich eingeloggt haben (Interest): 5,5 %
- Kunden, die sich registriert haben (Conversion): 350
  - 3,5 % (brutto) -> 350 von 9930
  - 24,3% (real) -> 350 von 1440
  - 62,5 % (netto) -> 350 von 560
- **Kernaussagen:**
  - Die Kampagne kann insgesamt auf niedrigem Niveau als Erfolg bezeichnet werden
  - Zentrale Kennzahlen Response, Interest und Conversion erfreulich hoch auch vor dem Hintergrund des Medienbruchs
  - Vergleichbare Kampagnen und Erfahrungswerte liegen darunter
  - Keine Bewertung Cost-Kennzahlen, da Testkampagne für SMS



Einfacher an den Ball kommen:  
Die Internet-Aktion von Aral.  
Anmelden und Punkte kassieren.  
Login mit Ihrer Handy-Nr. und  
Passwort "baille"  
- [www.aral.de/ball](http://www.aral.de/ball)

# Zwischenergebnisse 4/4

## Online Banner-Kampagne



- Schaltung auf wichtigen Sportportalen wie Sport1.de, sportal.de und de.sports.yahoo.com
- Spezielle Richmedia-Banner (incl. Sound) für einzelne Sportarten Basketball, Fußball und Tennis im jeweiligen Themenumfeld
- Starke Anlehnung der Rich-Media-Banner an TV-Spots, um max. cross-mediale Konvergenz zu nutzen
- Dazu jeweils thematisch hinterlegt entsprechende Gif-Banner als Default-Variante

Bannerschaltungen	Ad Imp.	Clicks	Click- Rate	CpC in €
<b>Sport 1</b>	2.297.811	217.996	9,49%	0,28
<b>Yahoo! Sport</b>	649.329	1.402	0,22%	22,82
<b>Sportal</b>	2.493.664	83.960	3,37%	0,43
<b>Bild.de</b>	1.991.466	177.394	8,91%	0,29
<b>Summe</b>	7.432.270	480.752	6,47%	0,43

# Erfolgsfaktoren des Controlling

## Erfahrungen aus der Praxis

- Sensibilität der beteiligten Projektmanager für das Performance Management der eigenen Projekte wecken und fördern ("Controlling-Kultur")
- Begrifflichkeiten (Wording) definieren und dokumentieren
- Frameworks entwickeln als Hilfestellung für das selbständige Arbeiten
- Projektübergreifende KPI's in Abstimmung mit den Projektmanagern definieren, um Vergleichbarkeit und Transparenz zu schaffen
- Gemeinsame Bewertung und Interpretation der Kennzahlen
- Projektbezogene Kennzahlen für interne Benchmarks nutzen
- Online-Kennzahlen mit dem Marketing-Controlling abstimmen für integriertes Berichtswesen und Performance Management

Alles super? Oder haben Sie noch Fragen.....???



***Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.***