

Pressemitteilung

Wiederentdeckt – Prospekte als wichtiger Bestandteil der crossmedialen Angebotskommunikation im Buchhandel

Süsel, 07.07.2023 | Von wegen ausgedient! Es lebe der Prospekt! Mit dem Ziel, inhabergeführte Buchhandlungen durch die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Positionierung als echtes Fachgeschäft in der Region zu stärken, legt Nordbuch jedes Jahr im Sommer und zu Weihnachten einen für ihre Mitgliedsbuchhandlungen kostenfreien, 12-seitigen und individualisierten Prospekt mit den wichtigsten Titeln der Saison auf und lässt diesen in ganz Deutschland an über 500.000 Haushalte verteilen. Mit einer Gesamtauflage von fast einer Million Exemplaren hat sich das vermeintlich ausgediente Werbemittel im Marketingmix der beteiligten Buchhandlungen fest etabliert. Nordbuch setzt ganz bewusst auf eine crossmediale Marketingstrategie, die Ihre Kund:innen außerhalb der Buchhandlung nicht nur digital über die online Shops oder die gängigen Social Media Kanäle abholt, sondern auch ergänzend auf das Printmedium setzt. Swantje Meininghaus erklärt das so: „Wir arbeiten kontinuierlich daran, das Marketing für die Zielgruppen unserer Mitgliedsbuchhandlungen zu optimieren. Dabei setzen wir auf das perfekte orchestrieren unserer on- und offline Aktivitäten mit klarem Fokus auf die Erfüllung der Bedürfnisse und das Kaufverhalten der Kund:innen, um sie da abzuholen, wo sie sich befinden und so den Umsatz anzukurbeln.“ Und weiter sagt sie: „Der Prospekt spricht gezielt eine Käuferschicht an, die unregelmäßig und/oder ungeplant eine Buchhandlung betreten und durch die Beilage zum Lesen inspiriert werden. Mit der freundlichen, altersübergreifenden Gestaltung und der vielfältigen Titel – und Themenauswahl schaffen wir für diese Zielgruppe die Möglichkeit, im entspannten heimischen Umfeld die Lust am Buch wiederzuentdecken, ob für sich selbst oder als Geschenkidee. In der aktuellen Ausgabe widmen wir uns zum ersten Mal der Zielgruppe New Adult mit einer eigens gestalteten Doppelseite mit exklusivem Gewinnspiel. Und schon jetzt können wir anhand der Umsätze erkennen, dass wir mit dieser Entscheidung richtig liegen.“ Damit der Prospekt erfolgreich wird, setzt Nordbuch schon seit ein paar Jahren auf die Verknüpfung zwischen on- und offline Welt - eine Art Prospekt 2.0. Dafür erhält jede Buchhandlung eine individualisierte Ausgabe, die nicht nur das eigene Buchhandlungslogo und die eigene Anschrift enthält, sondern auch über einen individuellen QR – Code mit dem eigenen Online-Shop verknüpft ist. So kann der oder die Kund:in selbst entscheiden, wie die Titel gekauft werden. Klassisch innerhalb der Öffnungszeiten in der Buchhandlung oder direkt im Online – Shop mit Lieferoption oder zur Abholung im Laden.

Dass Nordbuch für ihre Mitgliedsbuchhandlungen mit dieser Strategie richtig liegt, zeigt auch eine aktuelle Studie der IFH Media Analytics GmbH, die in Zusammenarbeit mit u.a. der Deutschen Post und Funke Media Sales zum Thema der crossmedialen Angebotskommunikation im letzten Jahr entstanden ist. Sie setzt auf die in den Jahren 2016

und 2020 durchgeführten repräsentativen Studien zu den Themen “Prospekt wirkt! Symbiose statt Kannibalisierung!” und “Der Prospekt als Markenbotschafter” auf, die ausführlich gezeigt haben, dass Prospekte nicht nur eine große Bedeutung als Informationsmedium und Kaufauslöser haben, sondern erfolgreich Botschaften von Händlermarken transportieren können. Im Rahmen der diesjährigen Studie wurde die Zeitreihe zur Nutzung gedruckter und digitaler Prospekte fortgesetzt. Ein zentrales Ergebnis dieser Studie ist, dass den gedruckten Prospekten im Vergleich zu ihrem digitalen Pendant viele positive Eigenschaften, z. B. Übersichtlichkeit und Glaubwürdigkeit und zugeschrieben werden. Und auch wenn der Anteil derer gestiegen ist, die Prospekte lieber in digitaler Form lesen, bleibt die gedruckte Form, in Sachen sich spontan inspirieren zu lassen, klarer Sieger.

Nordbuch wird laut Swantje Meininghaus deshalb auch in Zukunft auf die perfekte Symbiose von gedrucktem Prospekt, dekorativer Ladengestaltung und professionellem Online Shop setzen, um mehr Kund:innen für das Lesen zu begeistern und die Umsätze der inhabergeführten Buchhandlungen zu steigern.

Über Nordbuch

Die Nordbuch Marketing GmbH ist seit ihrem Gründungsjahr 2014 unter der Geschäftsführung von Swantje Meininghaus ein Verbund aus über 65 inhabergeführten Buchhandlungen an mehr als 120 Standorten, die ihren Mitgliedern ein komplexes Angebot in den Bereichen Marketing, Logistik und Kommunikation bereithält. Dazu zählen unter anderem stationäre und digitale Marketinginstrumente, ein eigenes Zentrallager zur Sicherung der Warenlieferung und Ergänzung des Warensortimentes, sowie attraktive Lieferkonditionen.

Damit ist das Unternehmen für inhabergeführte Buchhandlungen ein wichtiger Kooperationspartner, der maßgeblich zum Geschäftserfolg beiträgt.

Ihr Kontakt für weitere Informationen:

Swantje Meininghaus
Nordbuch Marketing GmbH
An der Bäderstraße 64, 23701 Süsel

T: +49 4524 90 0 155 | E: marketing@nordbuch.com