

Pressevertrieb Berlin/ Buch und Presse Hamburg

Hingucker und Hereinlocker

Berlin ist für Tageszeitungen ein hartes Pflaster: Allein ein halbes Dutzend verschiedene Lokalblätter hat nahezu jeder Presseshändler im Angebot – da haben es die überregionalen Qualitätszeitungen ganz schön schwer! Anfang des Jahres überlegte man in München bei der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG, wie man in der Hauptstadt stärker in die Offensive gehen könnte, um den dortigen publizistischen Platzhirschen ein paar Marktanteile abzugeben. Die Idee: Eine Platzierungsaktion im Presse-einzelhandel sollte die Präsenz der Marke stärken und den Absatz steigern. Unter sechs Filialen der Unternehmensgruppe Dr. Eckert wurde ein vierwöchiger Verkaufswettbewerb ausgeschrieben. Der PVB-Außendienst versorgte die Shops mit Werbemitteln, Beach Flags und T-Shirts für die Mitarbeiter, die Händler dekorierten Schaufenster und Verkaufsräume und unterstützten die Präsentation mit aktiven Empfehlungen der Tageszeitung. Am Ende wurden die Verkaufsergebnisse ausgewertet: Sieger und Gewinner eines großen Feinkost-Frühstückskorbs im Wert von 150 Euro wurde das Team der Filiale Friedrichstraße 67.

Beim PVB gönnte man sich keine Pause: Gleich im März startete die nächste Aktion, diesmal für das Magazin WOHNDESIGN. Der Grossist wählte drei Fachhändler aus, die über ein vielversprechendes Kundenpotenzial und geeignete Räumlichkeiten verfügen und organisierte hochwertige Wohn-Accessoires für kreative Dekorationen. Zusammen mit Dorothee Engelhard von WOHNDESIGN wurden dann die Hefte in Szene gesetzt – mit eindrucksvollen Ergebnissen!

Ortswechsel nach Hamburg: Hier starteten die Presseshändler unterstützt vom Buch und Presse Großvertrieb Hamburg, einem der beiden lokalen Grossisten, in die EM-Vorbereitung. Im Mittelpunkt standen Paninis EM-Sticker – ganz nach dem



Elke Reichelt sorgt bei sechs Hamburger Fachhändlern mit einer tollen Fußball-Deko für einen zusätzlichen Umsatz-Kick

Motto: Wo viel geht, da geht auch bestimmt noch mehr. Anfang Mai organisierte bphh eine große Verkaufsförderungsaktion, bei der nicht nur Panini-Produkte, sondern auch die neue Kompaktversion der BILD ZEITUNG (nur in Hamburg) prominent platziert wurde. Deko-Profi Elke Reichelt brachte Sticker und Sonderhefte bei ausgewählten Geschäften attraktiv ins Fenster; zudem rief bphh alle Händler zu einem Platzierungswettbewerb auf: Wer die Panini-Sticker verkaufsaftig präsentiert und ein entsprechendes Foto beim Panini-Nationalvertrieb stella distribution einschickt, kann einen von zehn Preisen ergattern – als Hauptgewinn locken 450 Euro! (is)



Sechs Dr. Eckert-Filialen wetteiferten in Berlin um die meistverkauften SZ-Exemplare



Schick schick! Drei Berliner Händler machten ihren Kunden Lust auf WOHNDESIGN