

Ruhr 2010: Vielfältige Aktionen des Presse-Grossos im Ruhrgebiet

Mit zahlreichen Aktivitäten nutzen die Presse-Grosso-Unternehmen Schmitz, Duisburg, und die PMG Print Medien Gesellschaft, Essen, das Jahr 2010, das Essen und die ganze Ruhr-Region als Kulturhauptstadt Europas bestreiten.

Gleich zur Eröffnungsfeier auf dem Gelände des UNESCO-Weltkulturerbes Zeche Zollverein am 9. und 10. Januar führte die PMG eine Promotionaktion für Bild am Sonntag und Welt am Sonntag durch. Trotz widrigen Wetterbedingungen verteilten Mitarbeiter der PMG zahlreiche Freixemplare.

„Natürlich wird auch der Einzelhandel in die umfangreichen Aktionen zu diesem einmaligen Ereignis einbezogen“, berichtet PMG-Hauptvertriebsleiter Michael Mertins. So sind 30 Kunden der PMG mit Smartpanels ausgestattet, auf denen Objekt-Spots und Werbeeinblendungen zum Thema Ruhr 2010 gezeigt werden. „Die Einzelhändler erhalten die beworbenen Titel zur besonderen Platzierung mit ihren täglichen Lieferungen“, sagt Mertins.

Ruhr-Titel erzielen Top-Absätze

Zu den Titeln, die Bezug auf die Kulturhauptstadt Ruhr 2010 nehmen und damit in der Region besonders gute Absatzchancen besitzen, zählen neben anderen das GEO SPECIAL RUHRGEBIET, das zusätzlich in einer Fassung mit der Spielfilm-DVD Nordkurve seit Anfang Dezember letzten Jahres auf dem Markt ist. „In Absprache mit dem Verlag haben wir den Remissionstermin auf Ende Oktober 2010 verlegt“, berichtet Claudius Rafflenbeul-Schaub, geschäftsführender Gesellschafter bei Schmitz. Die Bezugsmenge wurde gegenüber der vorherigen Ausgabe auf das fünffache erhöht. „Laut VMP sind nach zwei Monaten Angebotszeit rund 80 Prozent der Menge bei den VMP-Kunden abverkauft, bei der DVD-Ausgabe sind es sogar 90 Prozent“, sagt Rafflenbeul-Schaub.

Auch der Jahreszeiten-Verlag brachte anlässlich des Ruhr 2010-Jahres ein Sonderheft seiner Stadtillustrierten PRINZ auf den Markt. „Bei der Bezugs- und Verteilerfindung dieses Sonderheftes hat uns der Jahreszeiten-Verlag im Vorfeld sehr gut eingebunden“, lobt Rafflenbeul-Schaub. Trotz erheblich gesteigerter Liefermenge und einem deutlich vergrößertem Verteiler erreichte der Absatz bei den VMP-Kunden

von Schmitz nach nur einem Monat Angebotszeit bereits 30 Prozent der gelieferten Menge. PRINZ RUHR 2010, das am 28. Januar in den Handel kam, wird ebenfalls bis Oktober im Angebot bleiben.

Dem ADAC REISEMAGAZIN war Ruhr

Absatz des ADAC Reisemagazins auf das vierfache gesteigert.

Händler einbeziehen

Zum Thema Kulturhauptstadt hat die PMG sogar einen Dekorationswettbewerb für seine Kunden ins Leben gerufen. „Unter dem Motto ‚Essen erleben‘ können engagierte Einzelhändler ihr Dekorationstalent unter Beweis stellen und die Presseprodukte verkaufsaktiv präsentieren“, berichtet Michael Mertins. Die PMG hat für die Aktionen des eigenen Unternehmens sowie die Maßnahmen der Einzelhändler eigens ein Plakat entwickelt, das den besonderen Stellenwert des Kulturjahres signalisiert. „Dieses Plakat erhalten alle Einzelhändler, die an den Aktionen teilnehmen“, erläutert Mertins. Für die in diesem Jahr stattfindenden Zweitplatzierungs- und Schaufensteraktionen stellt es ein wichtiges Gestaltungselement dar.

Die PMG konnte anlässlich des Kulturhauptstadt-Jahres 2010 auch einige Sonderverkaufsstellen, darunter Hotels, für den Presseverkauf gewinnen, die mit Verkaufshilfen für die Sonderplatzierung



Die PMG stellt ihren Einzelhandels-Kunden zum Kulturhauptstadt-Jahr ein Ruhr 2010-Plakat zur Verfügung: Basis für vielseitige Maßnahmen am Point of Sale

2010 zwar kein Sonderheft wert, doch immerhin bildete die Metropole Ruhr das Titelthema der Folge 6/2009, die am 9. Dezember herauskam. Für diesen Titel habe man die Zahl der belieferten Einzelhändler etwa verdreifacht, berichtet Rafflenbeul-Schaub. Mit beeindruckendem Ergebnis: Gegenüber der vorherigen Folge wurde der

von thematisch geeigneten Titeln ausgestattet wurden. „Diese Verkaufsstellen werden über besonders gekennzeichnete Aktionslieferscheine mit aktueller themenbezogener Ware beliefert“, sagt Mertins. „Der Angebotszeitraum wurde in Absprache mit den betroffenen Verlagen eigens dafür verlängert.“