

Prospektbeilagen in der Zeitung: Am Bedarf des Kunden orientiert

Teilbelegungsmöglichkeiten und Resthaushaltsabdeckung: Das Beispiel Rossmann



Welche Anforderungen haben Großkunden an Zeitungsverlage – und wie können Verlage mit einem flexiblen Angebot zum Werbeerfolg ihrer Kunden beitragen? Hier gibt es viel Bewegung im Markt, nicht zuletzt bei der Gestaltung im crossmedialer Pakete. Wie die Verlagsgruppe Rhein Main erfolgreich ein solches auf den Bedarf des Kunden zugeschnittenes

Angebot geschnürt hat, zeigt das Fallbeispiel Rossmann.

Mit bundesweit 1.400 Filialen, 20.000 Mitarbeitern und einem Gesamtumsatz in 2008 von 2,9 Mrd. Euro gehört der Drogeriemarkt Rossmann zu den ganz Großen der Branche. Die Strategie des in Burgwedel bei Hannover ansässigen Unternehmens ist stark expansiv ausgerichtet: Über eine kontinuierlich steigende Anzahl von Verkaufsstellen erobert Rossmann einen zunehmend größeren Marktanteil.

Gefragt: Beilagen-Detailbelegung mit Resthaushaltsabdeckung

In der Werbung setzt Rossmann auf Prospekte. Zur Verteilung der Prospekte bucht die betreuende Agentur S-Media

aus Offenburg vorrangig Anzeigenblätter und Tageszeitungen. Entscheidend für die Belegung von Tageszeitungen sind dabei die Faktoren Haushaltsreichweite und Qualität der Zustellung an Nicht-Abonnenten-Haushalte. Auf der Grundlage von PLZ-Kassenbefragungen optimiert S-Media für den Kunden Rossmann die jeweiligen Streugebiete. Das erfordert kleinteilige Belegungseinheiten – im

ROSSMANN

günstigsten Fall an Postleitzahlen ausgerichtet.

Rossmann-Filialeröffnung in Mainz-Lerchenberg

Genau hierin bestand die Herausforderung für die Rhein Main Presse, als Rossmann 2005 die erste Filiale im Verbreitungsgebiet der Zeitungsmarke eröffnete und dies mit Prospektbeilagen in der Tageszeitung bewerben wollte. Die Rhein Main Presse ist mit über 20 regionalen Tageszeitungen die Zeitungsmarke der Verlagsgruppe Rhein Main, die darüber hinaus mit 12 Anzeigenblättern, zeitungsnahen Online-Diensten und Beteiligungen an Radiosendern als modernes Medienhaus aufgestellt ist.

Mit der Schaffung von kundengerechten Teilbelegungsmöglichkeiten in der Tageszeitung, der Ausrichtung der Teilbelegung an PLZ-Gebieten und dem gleichzeitigen Ausbau einer qualitativ hochwertigen Zustellung an die Nicht-Abonnenten-Haushalte schnürte die Rhein-Main-Presse für Rossmann

ein konkret am Bedarf des Kunden orientiertes Werbepaket.

So konnte Rossmann die Filialeröffnung in Mainz-Lerchenberg ganz gezielt im Umfeld bewerben. Statt einer Vollbelegung der Allgemeinen Zeitung Mainz mit 60.300 Exemplaren buchte Rossmann für den Bereich Mainz-Lerchenberg eine Teilbelegung mit 20.200 Exemplaren sowie weiteren 6.700 Exemplaren in der

Zustellung an Nicht-Abonnenten-Haushalte. Die Beilagen-Detailbelegung orientiert sich weitestgehend an den PLZ-Grenzen, wobei die kleinstbelegbare Einheit in der Rhein Main Presse etwa 4.000 Exemplare beträgt. Und genau dieser kleinteilige Zuschnitt der Teilbelegungsmöglichkeiten in der Tageszeitung in Kombination mit der korrespondierenden Zustellung an Nicht-Abo-Haushalte ist das Erfolgskriterium für eine umfeldnahe Werbestrategie, auf die Rossmann setzt.

Entscheidend: Haushaltsreichweite und Verteilqualität

Ein entscheidender Faktor für die Mediabelegung von Rossmann war neben der Haushaltsreichweite auch die hohe Verteilqualität bei der Resthaushaltsabdeckung. Um hier höchste Qualität zu gewährleisten, erfolgt bei der Rhein Main Presse die Zustellung an die Nicht-Abonnenten-Haushalte durch den Zeitungsträger.

Ein zusätzliches Plus bei der Verteilung durch den Zeitungsboten: Bereits in den frühen Morgenstunden befindet sich das Prospekt im Briefkasten – und damit noch vor dem Einkauf. So können Leser die aktuellen Angebote direkt beim Kauf



ihrer Drogerieartikel berücksichtigen und in eine Kaufentscheidung umsetzen.

Für den Kunden Rossmann hat sich diese über die Rhein Main Presse realisierte Werbestrategie als sehr erfolgreich erwiesen – inzwischen werden alle 12 Filialen, die Rossmann seit 2005 im Verbreitungsgebiet des Verlages eröffnet hat, über die Rhein Main Presse beworben.

Andrea Gourd

Rhein Main Presse

VERMARKTUNGS-AUFTRAG RHEIN MAIN PRESSE



Anzeigenverkauf Tageszeitungen (regional + überregional)



Verkauf von Prospektbeilagen Tageszeitungen (regional + überregional)



Verkauf von Online-Werbung (regional)