

JAHRESRÜCKBLICK 2007

Neue Angebotswelten mit dem Multifunktionsrack

Mit der Einführung des neuen Multifunktionsracks haben wir eine völlig neuartige, modulare Plattform geschaffen, die uns in Zusammenarbeit mit den Verlagen die hochwertige, themenbezogene Präsentation von erlösstarken Produkten und Objekt-Familien erlaubt. Die Ergebnisse des Jahres 2007 zeigen: Unsere Kunden generieren ein hohes Maß an zusätzlichen Impulskäufen. Grund genug für uns, dieses innovative Konzept in Zusammenarbeit mit anderen Grossisten nun auch bundesweit zu realisieren.

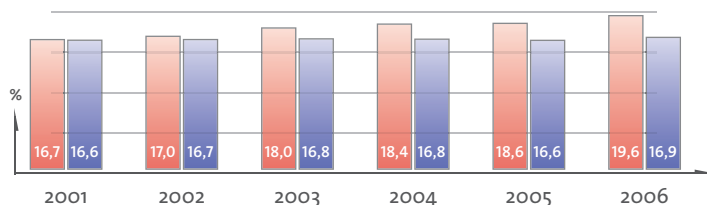


Multifunktionsrack

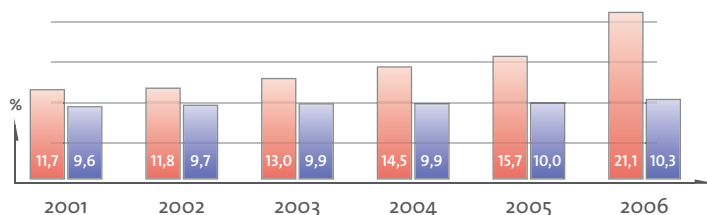
Regaloffensive für besseres Handling und mehr Umsatz

Mit unserer Regaloffensive verfolgen wir bereits seit einigen Jahren das Ziel, die Angebotsituation für Presseerzeugnisse im Einzelhandel zu verbessern. Erreicht werden sollen eine funktionellere Regalierung, verbunden mit der Erweiterung der Bordmeter, eine verbesserte Beleuchtung und leichtere Orientierung für den Kunden sowie die Optimierung von Sonder- und Zweitplatzierungen. Dass wir einen wichtigen Schritt vorangekommen sind, zeigt der in diesem Jahr erstellte Projektbericht eindrucksvoll:

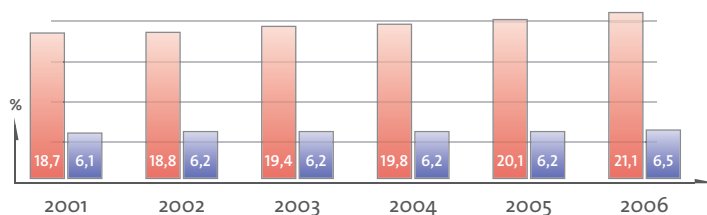
Entwicklung der durchschnittlichen Angebotsfläche in Bordmetern



Verbreitung von Presseregalen mit Beleuchtung



Verbreitung von Presseregalen mit Orientierung



Keppel Bund

Quelle: jährliche Ehastra-Erhebung Grosserverband

> kreativ
aktiv
kommunikativ!

Förderung junger Leserinnen und Leser

Kinder und Jugendliche an Zeitschriften und Zeitungen heranzuführen, ist ein Ziel, das uns schon seit langem bewegt und das wir auch im Jahr 2007 aktiv vorangetrieben haben. So haben wir uns beim Sommerleseclub der Stadtbibliothek Mönchengladbach engagiert und allen Teilnehmern in Zusammenarbeit mit den Verlagen Rheinische Post, Panini und Bauer eine „Lese-Tüte“ mit verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften zur Verfügung gestellt.

Auch das Projekt „Zeitschriften in die Schulen“ haben wir weitergeführt – mit noch größerer Resonanz als in den vergangenen Jahren. In unserem Vertriebsgebiet hatten die Schüler von 321 Klassen an 82 Schulen Gelegenheit, verschiedenste Zeitschriften-Titel für sich zu entdecken und manche Klasse machte sich bei einer Unternehmensführung ein eigenes Bild vom Geschäft mit der Presse.



Zeitschriften in die Schulen

Erweiterung unseres Vertriebsgebietes

Eine besondere organisatorische Aufgabe liegt hinter uns: Mit der Übernahme des Großraums Mönchengladbach in unser Vertriebsgebiet haben wir unseren Kundenkreis um 860 stationäre Einzelhändler und 107 ambulante Sonntagshändler erweitert. Wir danken all diesen Kunden wie auch den Verlagen besonders für ihre Mitarbeit und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

> innovativ
informativ
initiativ!

Kundenseminare für noch mehr Kompetenz

Erfolg ist kein Zufall, sondern das Ergebnis harter Arbeit, gekoppelt mit fundiertem Know-how. Unser Ziel ist es, unsere Kunden so intensiv wie möglich zu unterstützen – zum Beispiel mit Seminaren, die wichtige Themen aus dem Arbeitsalltag kompakt und praxisnah behandeln. Den Anfang unserer neuen Veranstaltungsreihe machte in diesem Jahr das Thema „Marketing-Grundlagen für den Presse-Einzelhandel“. Rund dreißig interessierte Einzelhändler haben teilgenommen – und waren begeistert. „Ein informativer Tag mit vielen guten Anregungen und Tipps“, so formulierte eine Teilnehmerin ihren persönlichen Eindruck.

Weitere Veranstaltungen, zum Beispiel zum Thema Steuern und Recht, sind in Vorbereitung.



Händlerforum in Koblenz

