

Ein Package für Herz und Kopf.



genuss-Magazin,
28 Seiten,
redaktionelle Beiträge,
Hintergrundberichte

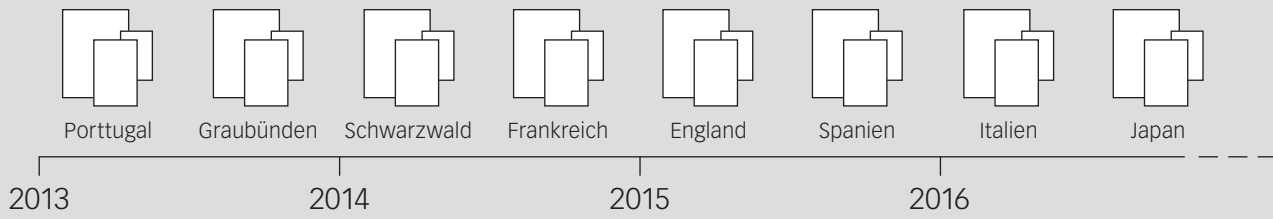
Booklet,
16 Seiten,
Produkte-Angebote
und Bestellkarte



Postkarte,
Degustations-Event-Einladung

Ø 280
BESTELLEINGÄNGE
UND
100%
AUSVERKAUFTE
EVENTS

Übersicht der bis 2016 erschienenen Packages



Aufgabe

Paul Ullrich ist ein renommierter Wein- und Spirituosenhändler mit rund 27 000 Kunden aus der ganzen Schweiz. Die **langjährige Erfahrung, das Know-How und die Kompetenz sollen mittels geeigneter Massnahmen vermittelt werden**. Eine zusätzliche Anforderung des Kunden ist die Generierung von Bestellungen.

Strategie

Die Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Soziodemografie stark fragmentiert – es gibt aber eine **verbindende Gemeinsamkeit: Sie sind allesamt Geniesser!** Aufgrund dieses Insights wurde ein Magazin mit edukativem Charakter entwickelt, welches auf die Genusskompetenz von Paul Ullrich fokussiert: das genuss-Magazin, mit ausschliesslich redaktionellem Inhalt.

Produkte, passend zum genuss-Magazin, finden sich in einer separaten Beilage. **Die strikte Trennung von Emotionalität (Herz) und Rationalität (Kopf) schafft für Kunden Mehrwert und generiert zugleich hohe Umsätze.**

Der Versand findet 2x jährlich statt – zu den Peak-Seasons Frühling (Versand Januar) und Herbst (Versand August).

Kreation

Jede Ausgabe des genuss-Magazins widmet sich einem anderen Land oder einer anderen Region und stellt Themen rund um Wein, Spirituosen, Handwerk und Kultur vor – dies auf rein redaktioneller Basis. Es soll die **Lust an Neuem und Unbekanntem fördern** und dem Leser Hintergrundinfos liefern. Die Glaubwürdigkeit wird unterstrichen, da Reportagereisen von Geschäftsleitungsmitgliedern und einem Fotografen durchgeführt werden. Das **Magazin muss sich mit Bezahl-Titeln messen können** – dies gelingt durch eine hochstehende Kreation und erstklassigen Content sowie durch eigens produzierte Bilder.

Ergebnis

Durchschnittlich werden pro versendeter Ausgabe (Auflage 27 000 Ex.) **280 Bestelleingänge mit einem Warenwert von mind. CHF 150.00** registriert – das bedeutet, dass 1% aller Empfänger aufgrund des Versands eine grössere Bestellung vornehmen.

Die Bestellungen erfolgen erfahrungsgemäss zu 58% über die dem genuss-Magazin beiliegende Bestellkarte und zu 31% Online sowie zu 11% per Telefon.

Die zusätzlich ausgelobten, themenspezifischen und kostenpflichtigen Event-Einladungen waren bisher bei allen Ausgaben des genuss-Magazins jeweils **komplett ausverkauft (100%)**.