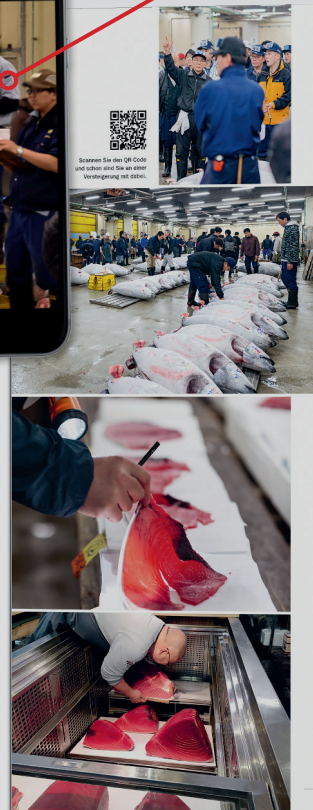


Big in Japan



Verlinkung durch QR-Code, zum Video einer Thunfisch-Auktion in Tokio.



Auf der Rückseite startet ein 4-seitiger Manga-Comic, wie in Japan üblich, von rechts nach links zu blättern.

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 eines kreativ hochstehenden Magazins** vermittelt werden – das sich inhaltlich und gestalterisch an Publikationen wie Beef, Vinum und anderen Bezahltiteln messen lassen kann.

Strategie

Die Zielgruppe ist hinsichtlich ihrer Soziodemografie stark fragmentiert – es gibt aber 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 widmet sich einem anderen Land oder einer anderen Region und stellt Themen rund um Wein, Spirituosen, Handwerk und Kultur vor. Das Magazin überzeugt durch **hochstehende Kreation** und **erstklassigen Content** sowie eigens produzierte Bilder.

Die Japan-Ausgabe zeichnet sich durch folgende kreative Ideen aus:

- Beilage eines Original **Origami Papier** inkl. Falanleitung
- Story zum Fischmarkt in Tokio + **Online-Weiterführung** mittels QR-Code (Video Thunfisch-Auktion)
- Dramatisierung der Schärfe von japanischen Messern mittels **Stanzschlitz** bei der Messerabbildung
- **Manga-Comic** zum besten Whisky der Welt 2014/15 (Nikka Japan) – bestellbar bei Paul Ullrich

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 %)**.