

CASE STUDY

Verlage & Medien / Abo-Card

DER KUNDE

Der Nordbayerische Kurier – kurz NK genannt – ist mit 34.000 Abonnenten „die Tageszeitung“ für Stadt und Landkreis Bayreuth. In den letzten Jahren hat sich der Verlag zu einem integrierten Medienhaus entwickelt. Seine Kernkompetenzen als regionaler Mediendienstleister spielt der NK in allen relevanten Kanälen. Neben der Tageszeitung gehören unter anderem der Onlinemarktplatz BT24.de sowie diverse Anzeigenblätter zum umfassenden Medienrepertoire.



Gemeinsam mit AVS hat der Nordbayerische Kurier im Mai 2003 die Kurier-Card als Pilotprojekt im Bereich intelligenter AboCards in den Markt gebracht.

Kurier-Card

DAS PROJEKT

Das Geschäftsumfeld von Verlagen regionaler Tageszeitungen hat sich in den letzten Jahren massiv verändert. Werbeerlöse aus der Anzeigenvermarktung und Rubrikenmärkten sind stark rückläufig. Damit wächst die Bedeutung der Vertriebs Erlöse (aus Abonnements und Einzelverkauf) als tragende Säule im Verlagsgeschäft. Aber auch hier kämpfen die Tageszeitungen mit sinkenden Kundenzahlen. Folglich gewinnen Maßnahmen und Marketing-Instrumente an Bedeutung, die zu einer stabilen Abonnentenentwicklung beitragen. Die Lesertreue soll dadurch gefestigt werden, dass der Abonnent in ein Beziehungsgeflecht aus attraktiven Vorteilen und Leistungen eingebunden wird. Für die Abonnenten des Nordbayerischen Kuriers ist die Kurier-Card der Schlüssel zu dieser Vorteilswelt.

Zur Steigerung der Leser-Blatt-Bindung hat der NK daher in Zusammenarbeit mit AVS die Kurier-Card als kartengestütztes Vorteilssystem projektiert und umgesetzt. Sie bietet einen Mehrwert zum Abonnement und vereint drei attraktive Komponenten aus Einkaufs-, Club- und Kundenkarte.



CASE STUDY

Verlage & Medien / Abo-Card

DAS PROJEKT

Kerneigenschaft der Kurier-Card ist die Organisation von wirtschaftlichen Vorteilen, die exklusiv für die Abonnenten nutzbar sind. Das Leistungspaket stützt sich im Wesentlichen auf regionale Handels- und Dienstleistungsunternehmen und bietet vor allem finanzielle Vorteile (Boni, Sonderpreise und –leistungen). Der NK unterstützt mit dieser Marketing-Maßnahme den mittelständischen Einzelhandel in Bayreuth und Umgebung im Wettbewerb gegen die Großfilialisten. Der regionale Einzelhandel erhält durch die Teilnahme am System eine leistungsstarke Kommunikations-Plattform mit hoher Akzeptanzdichte, die er für weitere Werbemaßnahmen nutzen kann.

Die Kurier-Card hat sich seit Ihrer Markteinführung als wirksames Instrument zur Leser-Blatt-Bindung etabliert und ist aus dem Mix strategischer Maßnahmen des Verlages nicht mehr wegzudenken. Durch die breite Akzeptanz bei den Abonnenten sowie die zahlreiche und regelmäßige Nutzung der Kurier-Card hat sich das Vorteilsprogramm zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor in der Region entwickelt. Jedes Jahr führt der Verlag ein Kaufkraftpotenzial im zweistelligen Millionenbereich den überwiegend mittelständischen Partnerunternehmen zu – mit wachsender Tendenz.

Bei folgenden Punkten unterstützen die Medien-Spezialisten von AVS den Nord-bayerischen Kurier:

- Beratung und Entwicklung Kundenbindungskonzept (inkl. Business Plan, Pflichtenheft, Partnerfirmenkonzept etc.)
- Briefing Agenturen
- Organisation - Akquisition der Partnerfirmen über den Außendienst von AVS
- Implementierung des Loyalty Management Systems (LMS)
- Projektmanagement
- Erfassung der Kurier-Card Transaktionen am PoS
- Führung und Verwaltung der Bonuskonten inkl. Clearing der Transaktionen und Ausschüttung der Boni
- Webbasiertes Reporting-Tool und individuelle Programmanalysen
- Bereitstellung und Integration eines Online-Shopping-Portals mit Vorteilsverkauf bei namhaften Online-Shops



CASE STUDY

Verlage & Medien / Abo-Card

STATEMENT DES KUNDEN

Die Verlagsbranche befindet sich in einer schwierigen Phase...

Die Abonnentenzahlen als auch das Anzeigengeschäft entwickeln sich rückläufig. Hinzu kommt die Herausforderung der Verlage sich in Sachen CRM zu positionieren. Mit der Kurier-Card und dem von AVS bereitgestellten Loyalty Management System (LMS) haben wir einen großen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Das Bestandsmanagement und damit die Kundenbindung stehen sowohl auf der Abonentenseite als auch bei dem Anzeigengeschäft im Mittelpunkt.

Die Kurier-Card – oder Greencard wie sie in Bayreuth nur noch genannt wird – ist ein Erfolg auf der ganzen Linie. Wir konnten alleine im ersten Jahr einen Kundengerrückgang von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen sowie höhere Werbe-Budgets mit vielen Anzeigenkunden, die als Partner teilnehmen, vereinbaren.

Unser Partner AVS in Bayreuth erwies sich als absoluter Spezialist und praxisorientierter Berater rund um das Thema „Kundenbindungsmanagement“.



Michael Rümmele
Verlagsleiter Nordbayerischer Kurier
Bayreuth