



## **PRESSE-INFORMATION**

Handewitt, 04. Oktober 2018

### **DÄNISCHES BETTENLAGER stellt seinen Marketing-Mix mit einem jährlichen Gesamtbudget von fast 100 Millionen Euro neu auf.**

**Waren bislang Prospekte und Beilagen die dominierenden Werbeformate - neben saisonalen TV- und Radioflights - legt das Einrichtungsunternehmen mit über 950 Filialen in Deutschland künftig deutlich stärkeren Fokus und Budget auf digitale Formate und kürzt die Volumina der gedruckten Werbemittel deutlich. Die Gründe sind ein umfassendes Omnichannelkonzept sowie die stark gestiegenen Papierpreise.**

#### **Digital und Multichannel**

„Für unseren Schritt gibt es zwei Gründe“, so Ole N. Nielsen, Geschäftsleitung DÄNISCHES BETTENLAGER. „Zum einen unsere Unternehmenstransformation hin zu einem führenden Omnichannel-Anbieter unserer Branche. Wir arbeiten intensiv daran, unsere Vertriebskanäle wie Fachmärkte, City-Stores und Online-Shops intensiv miteinander zu verzahnen, um unseren Kunden entlang aller Stationen seiner „Customer Journey“ immer das bestmögliche Angebot zu machen. Und dazu gehört auch ein Omnichannel-Marketingkonzept.“

#### **Bedenkliche Entwicklung der Papierpreise**

Der massive Anstieg der Papierpreise seit Beginn des Jahres ohne Aussicht auf ein Ende ist ein weiterer Grund, die bisherige konventionelle Werbung auf den Prüfstand zu stellen. „Jeder unserer rund 50 mal pro Jahr erscheinenden Prospekte hat eine durchschnittliche Auflage von über 30 Millionen Exemplaren, die immer teurer gedruckt und aufwändig zugestellt werden müssen“, so Ole N. Nielsen.

„Vor diesem Hintergrund haben wir die Auflagen bis auf weiteres um 5% gekürzt und einen für den Dezember geplanten großen Schlussverkaufsprospekt mit einer Auflage von über 33 Millionen Exemplaren ersatzlos gestrichen. Die Preispolitik und Liefertreue einiger Papierlieferanten stimmt uns bedenklich.“

#### **Offline und Online bestmöglich miteinander verbinden**

In maximal 20 Minuten Fahrtzeit erreicht jeder Haushalt in Deutschland einen der über 950 Fachmärkte von DÄNISCHES BETTENLAGER - eine hervorragende Basis für die Verknüpfung digitaler und lokaler Onlinewerbung.

Ole N. Nielsen: „Wir vermarkten heute schon jede unserer Filialen digital. Künftig werden wir jede Marketingaktivitäten jeder einzelnen Filiale verstärkt über digitale Kanäle kommunizieren. Mittels Local Based Marketing erreichen wir unsere relevanten Zielgruppen schneller und direkter.

Davon profitieren sowohl unsere Kunden, die auf ihrem Smartphone über viele interessante Angebote in ihrer unmittelbaren Nähe informiert werden als auch unsere Filialen, deren Besucherzahlen sich dadurch bereits jetzt messbar erhöht haben. Und natürlich unser Online-Shop.

#### **Kontakt:**

Michael Rotermund, Manager Communications    Telefon: 04630/975-275    Email: michael.rotermund@dbl-zentrale.com  
Dänisches Bettenlager GmbH & Co. KG, Stadtweg 2, 24976 Handewitt

Generell geht es darum, dass wir noch mehr Touchpoints des Kunden analysieren und ansprechen. Wir werden dazu immer mehr gezieltes One-to-One-Marketing einsetzen, um unsere verschiedenen Kundensegmente mit den richtigen Informationen und Angeboten im Web, über E-Mail, SMS/Whatsapp und Social Media Kanäle anzusprechen“, so Ole N. Nielsen weiter.

### **Startschuss für Next Level Marketing**

Ole N. Nielsen: „Im Einzelhandel ist der allgemeine Kostendruck so hoch, dass wir keinesfalls weitere Preiserhöhungen im Papier- und Druckbereich mitgehen werden. Wir sehen die aktuelle Situation als einen Startschuss für ein „next level“ unseres gesamten Marketings und freuen uns auf die neuen Herausforderungen – Omnichannel ist die Zukunft, steigende Onlineumsätze machen den Weg frei für einen stärkeren Shift des Mediamixes in Richtung Onlinemarketing, CRM sowie Sponsoring, Blogs und alternativer Medien.“

Sehr bald kommt mit SAP-Hybris ein umfassendes Omnichannel-System mit vielfältigen Marketing- und CRM-Modulen im Unternehmen zum Einsatz. „Das wird ein Riesenschritt für alle angeschlossenen Ländermärkte und besonders für den großen deutschen Markt. Wir werden neue Kundensegmente erschließen und auch einen besseren Dialog mit unseren Bestandskunden führen können.“

**Kontakt:**

Michael Rotermund, Manager Communications    Telefon: 04630/975-275    Email: michael.rotermund@dbl-zentrale.com  
Dänisches Bettenlager GmbH & Co. KG, Stadtweg 2, 24976 Handewitt