

Berliner RCR-Workshop mit Gerhard Melchert aktiviert Einzelhändler

„70 Jahre Kelter und der Handel feiert mit!“ unter diesem Motto veranstalteten der Berliner Presse Vertrieb (bpv) und der Martin Kelter Verlag, Hamburg, einen gemeinsamen Info-Workshop für ihre Einzelhandelskunden in West-Berlin. Den runden Geburtstag des Verlagshauses nahm Verleger und Geschäftsführer Gerhard Melchert zum Anlass, sein Titelportfolio den rund 30 Teilnehmern persönlich vorzustellen und anhand interessanter Strukturdaten zur Kernleserschaft der Kelter-Roman- und Rätselhefte aufzuzeigen, warum es sich lohnt, Romane und Rätsel aktiv zu verkaufen.

Zum Ende des Workshops zeigten sich nicht nur Gerhard Melchert und Christoph Nielsen zufrieden. Auch die Einzelhändler, wie beispielsweise Johanna Kron, zogen eine positive Bilanz: „Die Info-Workshops des bpv bieten mir die Möglichkeit, Erfahrungen mit meinen Geschäftspartnern persönlich auszutauschen. Dazu kommen die neuen Erkenntnisse aus den vielfältigen Themenbereichen der Workshops, durch die ich sowohl mein branchenspezifisches als auch mein betriebswirtschaftliches Wissen immer wieder erweitern kann.“

Unter dem Titel „Mit Wissen gemeinsam zum Erfolg“ startete der Berliner Presse Vertrieb im Jahr 2006 seine Info-Workshop-Reihe, bei der Presse-Einzelhändler praktische Tipps, Informationen und Anregungen zur erfolgreichen Gestaltung des eigenen Geschäfts erhalten. Die monatlichen Veranstaltungen sind zu einer festen Institution für den bpv, die Einzelhändler und Verlagskunden geworden.

Im Anschluss sprach dnv mit Gerhard Melchert und bpv-Geschäftsführer Christoph Nielsen über die gesammelten Eindrücke des Abends und den Mehrwert, Einzelhandelsseminare dieser Art durchzuführen:

dnv: Herr Melchert, welche Eindrücke haben Sie aus dem Info-Workshop gewinnen können?

Melchert: Ich war überrascht, dass so viele Einzelhändler kurz vor Pfingsten teilnahmen. Alle waren sehr gut im Thema und motiviert in persönlichen Gesprächen mit mir die Gelegenheit zu nutzen, noch mehr über Romane und Rät-

sel zu erfahren. So entwickelte sich ein lebendiger Dialog, zum Nutzen beider Seiten. Da außerdem auch vom bpv die komplette Vertriebsmannschaft inklusive Außendienst dabei war, kann ich nur sagen, Berlin war wirklich eine Reise wert.

dnv: Herr Nielsen, welchen Stellenwert messen Sie Vorstellungen wie die des Martin Kelter Verlags innerhalb Ihrer Info-Workshop-Reihe bei?

Nielsen: Die Integration unserer Verlagspartner in die Info-Workshop-

die die Vorstellungen eines Verlages und dessen Titelportfolio zum Inhalt haben, ziehen? Und wie stellt sich der Mehrwert dann wiederum aus Sicht eines Verlages dar?

Nielsen: In allererster Linie sehe ich den Nutzen für unsere Einzelhändler in der Erweiterung des spezifischen Produktwissens; in der Folge den Nutzen, den immer höher werdenden Anforderungen an Service- und Beratungsqualität seitens der Verbraucher gerecht werden zu können. Nicht zu vergessen ist aber auch, dass sich eben genannte Effekte



Der Einzelhandel soll mitfeiern: Gerhard Melchert, Verleger des Kelter Verlags, erläutert Verkaufsaktivitäten zum 70-jährigen Jubiläum des Hauses

Reihe hat eine hohe Priorität – schließlich verfolgen wir das Ziel, die Interessen der Verlage und Einzelhändler so erfolgreich wie möglich miteinander zu verbinden. In dem wir dafür sorgen, dass Verlage und Einzelhändler miteinander in den Dialog treten, schaffen wir die Basis für zielgerichtete Marktinteraktionen aller Handelsstufen. Durch die Zusammenarbeit mit dem Martin Kelter Verlag beispielsweise, wollten wir endlich einmal mit den zuweilen verstaubten Vorurteilen gegenüber der RCR-Palette seitens des Einzelhandels aufräumen und anhand der Erfolgsgeschichte des Verlagshauses aufzeichnen, welche Potentiale dieses Segment dem Handel überhaupt bietet.

dnv: Welchen Nutzen können die Einzelhändler aus den Info-Workshops,

übrigens natürlich auch für die teilnehmenden bpv-MitarbeiterInnen, insbesondere aus den Abteilungen Außendienst, Kundendienst und Vertrieb, ergeben. Dies trägt maßgeblich zu unserer eigenen Motivation, Qualifizierung und Weiterentwicklung bei.

Melchert: Für den Martin Kelter Verlag ist die Motivation der Einzelhändler, RCR-Produkte in ihrer Vielfalt bewusst prominent zu platzieren und aufgrund ihrer attraktiven Copypreise ebenso aktiv zu verkaufen, von großer Bedeutung. Darüber hinaus ist uns enorm wichtig, die Erfahrungswerte der Einzelhändler am P.O.S. aufnehmen zu können. Darauf aufbauend lassen sich möglicherweise neue vertriebliche Maßnahmen entwickeln.

(Die Fragen stellte Ralf Deppe)