

### **Rock n Shop: Katalog schlägt ein**

Vor drei Wochen berichtete ich über den ersten Print-Katalog des Merchandising-Anbieters Rock N Shop aus Hamburg. Einer in einer ganzen Reihe von Print-Werbemitteln originärer Onlineshops. Inhaber René Otto zieht nach 14 Tagen eine sehr positive Zwischenbilanz: Die Response liegt bei mehr als 10 % und der Bestellwert um die Hälfte höher als bei reinen Shop-Bestellungen. Beide Werte liegen noch über den Plan-Werten, und mehr als 87 % der Kunden beurteilen den Katalog als gut bzw. sehr gut.

Um auf diesem Erfolg aufzubauen, legt Rock N Shop den Katalog inzwischen den Ausgangssendungen bei, incentiviert durch einen 5 Euro-Gutschein. Der wiederum ist codiert und auf 15. Januar limitiert. Die von ihm selbst als „Impuls-Nachkauf“ bezeichnete Aktion zeigt nochmals, dass René Otto das Versender-Handwerk lupenrein beherrscht.

Neben dem Print-Engagement baut Rock N Shop aber auch seine Facebook-Präsenz aus. Dort aktiviert das mittlerweile nicht mehr ganz so kleine Versandgeschäft mit einem wöchentlichen Tippspiel, das auch die „Freunde“ bzw. „Likes“ der Nutzer einbezieht und zum Mitmachen aufruft. Auch hier setzt Rock N Shop auf die Vernetzung: Facebook verbindet das Gewinnspiel mit einer Kataloganforderung und generiert beträchtliche Anforderungen, wiederum mit 5 Euro-Gutschein und eindeutiger Codierung.

Lohn der akribischen Detailarbeit: In diesem Jahr wird der Umsatz das ambitionierte Ziel verfehlen. Kein Grund zur Besorgnis: Er wird mehr als doppelt so hoch ausfallen als ursprünglich geplant.