

Neue Wege in der Kundenansprache

Spannend und hochwertig präsentiert sich der aktuelle „Magalog“, mit dem der Anbieter **modern times** über die „GeoKarten“ informiert. Wir sprachen mit Geschäftsführer Ecki Kühn über die aktuelle Verkaufsunterlage.

Herr Kühn, mit dem neuen „Geo-Magalog“ geht modern times ganz neue Wege in der Kundenansprache. Wie kam es zu dieser Idee und was sind die besonderen Features?

Die Idee entstand im Rahmen der ohnehin sehr produktiven Zusammenarbeit mit unserem „GeoKarten“-Lieferanten, dem Verlag bk.edition. modern times vertreibt die Karten zwar erst seit 2010, doch das sehr erfolgreich. Mittlerweile führen wir derart viele Motive, Editionen und Kartenformate, dass unbedingt ein übergeordneter Gesamtkatalog hermusste. Und wer modern times kennt, weiß, dass dies nicht irgendein Katalog werden durfte, sondern etwas Spannendes, Außergewöhnliches. Dank des kurzen Drahts zur renommierten Geo-Redaktion stand die Vision schnell fest: Ein Katalog, der wie ein original Hochglanz-Geo-Magazin erscheinen sollte – und dank der vielen redaktionellen Texte auch als solcher gelesen werden kann. Diese neue Mischung aus Magazin und Katalog haben wir dann „Magalog“ getauft.



Ecki Kühn, Geschäftsführer und Vertriebsleiter von modern times.

Wie ist dieser ungewöhnliche Katalog/Magazin-Mix im Handel aufgenommen worden, gibt es erste Reaktionen?

Genau wie die „GeoKarten“ selbst, richtet sich auch der Magalog an Handelskunden, die viel Wert auf Ästhetik, sinnvolle Inhalte und hochwertiges Material legen. Und genau von diesen „Genießern“ bekamen wir das beste Feedback. „Ich hätte nicht gedacht, dass ich eine Verkaufsunterlage mal nachhause nehmen und darin blättern würde.“ So oder so ähnlich lautete die häufigste Reaktion, die uns ganz besonders gefreut hat. Schließlich gilt dieser Mehrwert auch für viele andere unserer Produkte, die oft mehr sind als nur Ware, mit der gehandelt wird. Über unsere Humor-Postkarten können wir von

Ungewöhnlicher Katalog/Magazin-Mix rund um die „GeoKarten“.

modern times, aber auch viele unsere Kunden, zum Beispiel immer noch täglich schmunzeln.

Erstmals wird auch eine Brücke zwischen dem klassischen Medium „Postkarte“ und dem mobilen Internet geschlagen. Bitte erläutern Sie uns dies näher.

Auch die so genannten „GeoPostkarten +“ sind ein Ergebnis der kreativen Zusammenarbeit mit dem Verlag. Den kleinen QR-Code auf der Rückseite der „GeoKarte“ können Smartphone-Besitzer abschnappen. Daraufhin öffnet sich ein Link zu einer etwa dreiminütigen Tierdoku, die sich mit dem auf der Karte abgebildeten Tier befasst. Dieser exklusive Film aus der Geo-Redaktion läuft dann direkt auf dem Handy. Somit werden aus „bewegenden Bildern“ auf der Karte „bewegte Bilder“ im mobilen Internet.

www.moderntimes.de

GEOPostkarten

Das Beste, was Natur- und Wildlifefotografie zu bieten hat.



Die **schönsten** Motive.
Die **besten** Fotografien.