

# Damit Werbung gedeiht – Garten-Center Aebi-Kaderli

Kreatives Direct Marketing erfordert oft auch beim Versand mehr als den Standard. Deshalb realisiert die Schweizerische Post individuelle Kundenlösungen. Dass die Auftraggeber damit auf einen grünen Zweig kommen, beweist das erfolgreiche Kundenmagazin des Garten-Centers Aebi-Kaderli.

Das Garten-Center in Düdingen (FR) verwandelt Gärten und Balkone in grüne Oasen. Lust aufs Gärtnern macht es unter anderem mit dem halbjährlichen Kundenmagazin «Die grünen Tipps».

## Die Herausforderung

Bis vor Kurzem verschickte die Aebi-Kaderli Garten-Center AG einen kleinen Teil der Auflage adressiert an bestehende Kunden und den grössten Teil unadressiert via PromoPost. Das Unternehmen nutzte dabei die Selektionsmöglichkeiten von PromoPost und liess das Magazin nur in Ein- und Zweifamilienhäuser zustellen. Inzwischen ist aber durch die gesellschaftlichen Trends eine neue Versandlösung notwendig geworden: «Einerseits nehmen sich die Leute weniger Zeit für Gartenarbeit, andererseits sinkt wegen des verdichteten Bauens die Zahl der Gärten», erklärt Nathalie Thossy-Aebi, Detailhandelspezialistin und Mitglied des Verwaltungsrats. «Deshalb legen wir den Fokus nun stärker auf Balkonprodukte und wollen mit unserem Magazin vermehrt auch Personen mit Balkon erreichen.»

## Die Umsetzung

Dieses Ziel besprach die Aebi-Kaderli Garten-Center AG mit dem zuständigen Kundenberater der Post. Er entwickelte daraufhin gemeinsam mit dem Team Business Solutions eine massgeschneiderte Lösung. Das Team kommt immer dann zum Einsatz, wenn sich ein Kundenwunsch mit Standarddienstleistungen der Post nicht erfüllen lässt.

Dem Garten-Center Aebi-Kaderli schlug die Post einen individuellen Streuwurf vor. Die Zustellerinnen und Zusteller achten nun beim Austragen des Kun-



denmagazins bei allen Liegenschaften im Verteilgebiet darauf, ob sie Balkone haben. Nur dann legen sie das Magazin in die Briefkästen.

## Der Nutzen für das Garten-Center Aebi-Kaderli

Durch die selektive Zustellung lassen sich der Streuverlust minimieren und die Kosten senken. Das Garten-Center Aebi-Kaderli erreicht genau die Zielgruppe, die auch einen Nutzen von den tollen Angeboten hat. Apropos Kosten: Nathalie Thossy-Aebi schätzt es, dass das Team Business Solutions der Post mehrere Varianten erarbeitet hat. «So konnten wir jene mit dem für uns besten Kosten-Nutzen-Verhältnis auswählen.» Denn als KMU mit beschränktem Werbebudget muss das Garten-Center besonders darauf achten, dass die Werbung direkt wirkt und üppige Blüten treibt.

Von Stauraumlösungen bis Spa Time: Das Garten-Center Aebi Kaderli bietet in der Umgebung Freiburg–Bern oder im Onlineshop alles für Garten, Pool, Schwimmbad und Whirlpool.