

Pressemitteilung

Clubabend des Marketing-Clubs Bergisch Land im Netz:

Digitaler Jahresausklang beim Marketing-Club Bergisch Land

Wuppertal, 17.12.2020: Auch die letzte Veranstaltung des Marketing-Clubs Bergisch Land in diesem besonderen Jahr konnte wegen der Corona-Pandemie nur digital stattfinden. Und so begrüßte Club-Präsident Patrick Hahne am 17. Dezember pünktlich um 18.00 Uhr die zahlreichen Teilnehmer an ihren Monitoren zu Hause oder auf den Smartphones unterwegs.

Er habe sich nicht träumen lassen, nur eine Woche vor Weihnachten diesen ganz besonderen Clubabend eröffnen zu dürfen, so Hahne. Bei aller Freude über die digitalen Möglichkeiten tue es ihm auch leid, auf den persönlichen Kontakt verzichten zu müssen. Doch sehe er mit großer Zuversicht in das neue Jahr.

Mit den Referenten Christopher Huesmann und Christopher Menke stellte Hahne zwei Vertreter eines Unternehmens vor, das aktuell in aller Munde ist: dem Getränkelieferanten flaschenpost aus Münster. Denn nur wenige Wochen zuvor hatte das Kartellamt erlaubt, dass der Oetker-Konzern das noch recht junge, aber überaus erfolgreiche Unternehmen übernehmen darf – für einen kolportierten Kaufpreis von einer Milliarde Euro. Den wollten weder Mitgründer Huesmann noch der Head of Marketing Menke an diesem Abend bestätigen, gaben ihren Zuhörern aber interessante Einblicke in die Entwicklung und die Strategie der flaschenpost.

2016 hatten die Gründer die Idee, Abhilfe zu schaffen für die für viele unangenehme Beschaffung von Getränken. Die Idee: Lieferung binnen 120 Minuten bis an die Haus- oder Wohnungstür, ohne Gebühr, und auch die Pfandrückgabe wird übernommen. Ein Konzept, das in der Studentenstadt Münster so gut funktionierte, dass man ein Jahr später nach Köln expandierte. Daraus sind bis heute 23 Niederlassungen geworden, die mit jeweils bis zu 400 Mitarbeitern und rund 150 Vans etwa zwei Millionen Bestellungen im Jahr aufnehmen und 100.000 Kisten pro Tag ausliefern. Dabei nutzt flaschenpost nicht nur modernste Technik wie das Pick-by-light bei der Kommissionierung der Kisten, die meist nur einmal berührt werden müssen. Bei der Lieferung hilft ein eigens entwickelter Algorithmus nach dem Trade-off-Prinzip, der zwischen Aktualität der Bestellung und kürzesten Wegen abwägt. „Wir kommen aus der Web-Welt“, sagt Menke. „Die ganze Software wurde inhouse entwickelt.“ Dazu gehören natürlich auch die Website und eine App, bei denen auf Schnickschnack bewusst verzichtet wurde. „Das ist keine Fashion, Getränke sind Commodities, der Fokus liegt auf der Effizienz der Prozesse“, betont Huesmann. Das gilt für das Marketing des jeweiligen Standortes, vor allem aber für die Analyse des Verhaltens der Kunden, deren Daten gesammelt werden. Wann hat wer wo was bestellt? Und welche der genutzten Marketingmaßnahmen hat ihn dazu bewogen? Wie hat er geordert, und wie oft tut er das überhaupt? All das erlaubt dem Getränkelieferanten eine sehr individuelle Ansprache seiner Kunden. Getränkelieferant? Längst ist das Sortiment erweitert, etwa um Lebensmittel und Haushaltsartikel, aktuell gibt es einen „Weihnachtsmarkt“. Und natürlich liefert flaschenpost, wenn gewünscht, auch den Weihnachtsbaum.

Es war ein Vortrag so recht nach dem Geschmack der zugeschalteten Marketing-Spezialisten, und die hatten noch eine ganze Reihe von Fragen, die Huesmann und Menke gerne beantworteten. Und auch Club-Präsident Patrick Hahne zeigte sich hochzufrieden mit dem Verlauf dieses ja außergewöhnlichen Abends, dankte den beiden flaschenpostlern und wünschte ihnen wie auch den Zuschauern ein schönes Weihnachtsfest und für das neue Jahr ebenso spannende und interessante Veranstaltungen – dann aber hoffentlich wieder in gemeinsamer Runde!

Umfang: 3.688 Zeichen

Foto:

Kontakt: MARKETING-CLUB BERGISCH LAND e.V.
Geschäftsstelle/Clubsekretariat
Julia Greef
Am Freudenberg 73d
42119 Wuppertal
Tel.: 0202-2988156
Fax: 0202-2988157
geschaeftsstelle@mc-bl.de
www.mc-bl.de