

»Vielfalt und Qualität darstellen«

Die Dortmunder Stadtteil-Buchhandlung Transfer bringt einen eigenen Kinder-Newsletter heraus. Inhaberin Birgit Lange-Grieving spricht über ihre Philosophie des Newsletter-Marketings.



Birgit Lange-Grieving ist Inhaberin der Buchhandlung Transfer in Dortmund-Hörde. Die Verlagsfachwirtin gründete die Buchhandlung 2011 zusammen mit ihrem Mann Jochen Grieving und legte dabei Wert auf die Verzahnung vom analogen Buch und den digitalen Medien.

Welche Rolle spielen Newsletter im Kommunikationsmix einer Buchhandlung?

Wir setzen auf verschiedene Kanäle, um unsere Kunden zu informieren und uns mit ihnen auszutauschen. Neben dem persönlichen Gespräch findet die Interaktion auch über Soziale Medien statt. Dazu nutzen wir Facebook – hier sprechen wir aber eine andere Zielgruppe an. Mithilfe des Kommunikationswegs Newsletter informieren wir ausführlicher über Aktuelles in der Buchhandlung und in der Branche. Außerdem geben unsere Buchhändler/innen persönliche Buchtipps. Für diese Bündelung erhalten wir sehr positives Feedback von den Kunden.

Was ist der richtige Mail-Rhythmus?

Wir versenden unsere Newsletter einmal im Monat, sind im März aber noch mit einem zweiten Format namens „Kind und Kegel“ gestartet, das wir auch in diesem Rhythmus versenden. Wir wollen unsere Kunden nicht mit E-Mails belasten, der größere zeitliche Abstand verleiht auch etwas Gewicht, zeigt, dass es nicht nur um einen flüchtigen Impuls geht. Wir erarbeiten jeden Monat den Inhalt neu, machen aktuelle Fotos, wählen den Header aus. Wir nutzen den Newsletter nicht für schnelle Meldungen, diese kommunizieren wir auf unserer Webseite.

Mit „Kind und Kegel“ haben Sie jetzt einen neuen Newsletter gestartet. Warum braucht es einen eigenen Newsletter für Kinder- und Jugendbücher?

Das Sortiment Kinder- und Jugendbuch ist bei uns sehr stark und wächst stetig. Allein im 1. Quartal 2021 können wir ein Wachstum von 30% verzeichnen. Um dem mehr Raum zu geben und Kunden breiter zu informieren, haben wir uns für einen separaten Newsletter entschieden. Wir haben länger nach einem Namen gesucht und uns am Ende für „Kind und Kegel“ entschieden, weil der Newsletter sich nicht nur an junge Familien richtet, sondern auch an Erzieher, Lehrer, an die Omas, Onkel und Tanten – und natürlich auch an die Kinder und Jugendlichen selbst.

Also doch wie im allgemeinen Newsletter an eine breite Zielgruppe ...

Ja, sicherlich auch. Wir haben zwar auch in unserem normalen Newsletter eine Rubrik für Kinder- und Jugendbücher, stellen hier aber immer nur ein bis zwei Titel vor. Im speziellen Newsletter können wir jetzt breiter die Vielfalt und Qualität dieses Sortiments und unserer Kompetenz darstellen. Dazu kommt eine Rubrik, in der wir Verlage vorstellen, wie zuletzt den Lernhilfe-Verlag Hauschka.