



# Zentrale Kampagnenplanung auf einer Plattform

Thalia bietet allen Mitarbeitern in allen Buchhandlungen vollständige Transparenz und erhöht so die Effektivität von Marketingaktivitäten

Kunde  
**Thalia**

Branche  
**Buchhandel**

Mitarbeiter  
**Ca. 6.000**

Lösung  
**BrandMaker Marketing Planner**

„Die Effizienz und Transparenz unserer Kampagnen- und Aktionsplanung über alle Buchhandlungen hinweg wurden mit dem Marketing Planner von BrandMaker erheblich verbessert. Wir können unsere Mitarbeiter\*innen vor Ort heute viel schneller und gezielter über die für sie relevanten Waren- und Marketingaktivitäten informieren.“

**Christian Konsorski**, Senior Manager Marketing Campaigning, Thalia

# Effizientes Marketing- und Medienmanagement- System



## Fakten

Rund

**1.000/4.000**

aktive User/Mitarbeiter\*innen in  
den Buchhandlungen oder vor Ort

Circa

**350**

Buchhandlungen, die das  
Tool nutzen

Kurze Einführungszeit von nur

**2–3 Monaten**

Mehrere

**100**

Kampagnen pro Jahr



## Herausforderung

Schaffung von Transparenz über alle  
Marketing- und Vertriebsaktionen,  
die zentral geplant und von den  
Buchhandlungen in Deutschland und  
Österreich umgesetzt werden



## Ergebnisse

- Hohe Transparenz über alle Kampagnen
- Automatisierte filialindividuelle  
Aktionspläne
- Arbeiterleichterung in den  
Buchhandlungen
- Einsparung von Ressourcen und Kosten

## Über Thalia

Der Omnichannel-Buchhändler mit zentralen Standorten in Hagen, Münster, Berlin, Aachen und Linz ist Europas bedeutendstes familiengeführtes Buchhandelsunternehmen und im deutschsprachigen Raum Marktführer im Sortimentsbuchhandel. Heute gehören zur Thalia-Gruppe über 340 Buchhandlungen in Deutschland und Österreich nach dem Zusammenschluss mit der Mayerschen Buchhandlung im Jahr 2019 und außerdem von den mehr als 30 Buchhandlungen der Orell Füssli Thalia AG in der Schweiz je 50 Prozent der Anteile. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt rund 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

---

## Hintergrund: hohe Anzahl an Buchhandlungen unterschiedlichster Größen

Als Handelsunternehmen mit einem umfassenden und sehr heterogenen Buchhandlungsnetzwerk – die Ladenflächen reichen von 150 m<sup>2</sup> bis 4.000 m<sup>2</sup> – stehen die Vertriebskommunikation und die Steuerung von immer neuen, saisonalen Aktionen vor großen Herausforderungen. Für die Fülle der Buchneuerscheinungen und das breite Sortiment an Non-Book-Artikeln stellt das Unternehmen seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Buchhandlungen saisonal wechselnde Aktionen zur Verfügung, die vom Kochbuchtisch über die Osteraktion bis zu Kinder-, Wellness- und Weihnachtsaktionen reichen. Es ist wichtig, bei der Planung dieser Marketingaktionen die verschiedenen Anforderungen und Themen sowohl der kleinen als auch der großen Buchläden zu berücksichtigen.

---

## Ausgangssituation

Für die zentrale Steuerung der Marketingaktionen in Deutschland und Österreich setzt Thalia einen Vertriebskalender ein, um die Buchhandlungen regelmäßig über die für sie relevanten Aktionen zu informieren und ihnen die benötigten Marketingmaterialien und Planogramme zur Verfügung zu stellen. Früher wurden diese Kalender mit Office Tools wie Excel erstellt, gedruckt und monatlich an die Läden verschickt, was einen erheblichen manuellen Aufwand und somit hohe Kosten bedeutete. Der Prozess war darüber hinaus fehleranfällig. So konnte es beispielsweise vorkommen, dass Aktionen sich cannibalisieren, weil nicht allen die richtigen Informationen vorlagen.

Um den Marketingplanungsprozess in einem einzigen System zu zentralisieren, Transparenz über die Marketingaktivitäten im gesamten Unternehmen zu schaffen und die Qualität der Aktionsumsetzung zu sichern, entschied sich Thalia 2018 für die Einführung des BrandMaker Marketing Planners.

„Das System ist in hohem Maße konfigurierbar und benutzerfreundlich. Unsere Planungsprozesse sind dadurch deutlich schneller und weniger aufwendig. Darüber hinaus bietet BrandMaker eine vollständige Plattform für die internen operativen Prozesse im Marketing, was uns für zukünftige Erweiterungen über die Planung hinaus wichtig war.“

**Christian Konsorski**, Senior Manager Marketing Campaigning, Thalia

---

## **Der digitale Thalia Aktionskalender**

Mit dem BrandMaker Marketing Planner steuert Thalia die zeitliche Planung aller Aktionen im Jahresverlauf zentral mit einem kleinen Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Marketings, des Einkaufs und der Sortimentsplanung. Sämtliche Informationen zu Aktionen werden von diesem Team im digitalen Aktionskalender hinterlegt. Die Mitarbeiter\*innen in den einzelnen Buchhandlungen erhalten individuellen Zugang zu den für sie relevanten Informationen. So werden nur den Läden, die sich an einer Aktion beteiligen, die Informationen auch angezeigt. Mit wenigen Klicks kann auf Aktionspreise, Logistik oder auch das Planogramm des Aktionstischs zugegriffen werden. Auch reine Online-Aktionen werden über den Marketing Planner gesteuert. Das digitale Planungstool schafft hohe Transparenz und steigert die Effizienz der gesamten Aktionsprozesse erheblich.

---

## **Einfache Handhabung ohne Schulungsaufwand**

Ein wichtiges Kriterium war für Thalia die einfache Bedienung und Handhabung des Systems. Die Arbeit mit dem Aktionskalender sollte für die Buchhandlungen so einfach wie möglich sein, ohne die Mitarbeiter\*innen extra schulen zu müssen. Die User erhalten einfach einen Link und einen Zugang zum BrandMaker Marketing Planner, die Userführung funktioniert intuitiv. Alle Updates und Weiterentwicklungen der Software sowie – falls nötig – technischer Support erfolgen durch BrandMaker, so dass bei Thalia dafür keine internen Ressourcen gebunden werden und kein spezielles Know-how aufgebaut werden muss.

---

## **Schnelle Implemen- tierung, sehr gute Akzeptanz**

Die Vorbereitungsphase inklusive der internen Abstimmungen und der Konzeptentwicklung dauerte circa ein halbes Jahr. Da die Implementierung einer neuen Unternehmenssoftware immer auch bedeutet, dass sich gewohnte Arbeitsweisen bis zu einem gewissen Grad ändern, legte Thalia auf das Change Management von vornherein besonderes Augenmerk. Dabei war die Smart-Launch-Methodik von BrandMaker Consulting eine große Hilfe, um eine schnelle Benutzerakzeptanz zu erreichen. Die Implementierung und Einführung der Lösung selbst erfolgten im Anschluss sehr schnell und reibungslos innerhalb von zwei bis drei Monaten. Der digitale Aktionskalender wurde von den Buchhändlerinnen und Buchhändlern sehr gut angenommen und rege genutzt. Bei mehreren Hundert Aktionen im Jahr bedeutet das für die Buchhandlungen eine enorme Arbeitserleichterung und für Thalia erhebliche Ressourcen- und Kosteneinsparungen.

„Die Zusammenarbeit mit BrandMaker lief hervorragend, sowohl während der Konzept- als auch der Implementierungsphase und in der Nachbetreuung. Es hat fachlich und menschlich einfach gut gepasst. Dass das System konstant läuft, ohne dass wir viel Manpower hineinstecken müssen, sehen wir als echten Mehrwert.“

Christian Konsorski, Senior Manager Marketing Campaigning, Thalia

## Ausblick

Mittelfristig plant Thalia, die Nutzung von Marketing Resource Management zur internen Optimierung der Marketingprozesse weiter auszubauen. In den nächsten Schritten ist in Prüfung, das Reporting Center zu nutzen und neben der Steuerung des Aktionskalenders auch die Budgetplanung über die BrandMaker Plattform abzuwickeln.

## BrandMaker ist der führende Softwareanbieter für effektives Marketing Resource Management (MRM)

Die BrandMaker Lösung macht das Marketing zum Powerhouse für Unternehmen. Sie ermöglicht Marketingleitern, ihre Budgets, Mitarbeiterworkflows, Kampagnen und die Performance zu optimieren sowie die Komplexität des globalen Marketings zu bewältigen. Die Enterprise Marketing Plattform des international agierenden MarTech-Spezialisten unterstützt die effiziente Zusammenarbeit von Marketingteams über Abteilungen, Unternehmen, Ländergrenzen und Kulturen hinweg. Forrester und Gartner stufen BrandMaker daher als Spitzenreiter im Bereich MRM ein. Mehr als 300 Unternehmen mit über 300.000 Anwendern, die auf der ganzen Welt mehr als zwei Millionen Assets und etwa 20 Milliarden Euro verantworten, vertrauen BrandMaker seit Jahren, darunter die Deutsche Bank, Daimler, Carl Zeiss, Thalia und Bayer.

# Unleash Your Marketing Superpowers!

## Kontaktieren Sie uns.

+49 721 97791-000 oder  
[info@brandmaker.com](mailto:info@brandmaker.com)

BrandMaker GmbH  
Rüppurrer Straße 1  
76137 Karlsruhe, Germany



[brandmaker.com](https://brandmaker.com)