

**Jouw tips in  
2024-2025**



Moord in Bistro de Luif  
The Analogues  
SONJA



## CASE STUDY: MAASPOORT

### ZUSAMMENFASSUNG

Die Hälfte der Kartenverkäufe von Maaspoort findet im Vorverkauf statt, wobei das Magazin ein wichtiger Marketingfaktor ist. Anstatt dieses zu individualisieren und damit vom Erkunden und Entdecken abzuhalten, beschloss Maaspoort, ein hyperindividuelles Magazin-Cover zu produzieren, das persönliche Empfehlungen und Erinnerungen für jeden Empfänger enthält.

### AUSGANGSSITUATION

Maaspoort verfügt über umfangreiche Daten zum Kaufverhalten und zur Zufriedenheit der Kunden. Diese sollten gezielt zur Individualisierung des Auflegers genutzt werden, um das Magazin als wichtigstes Element der Printkommunikation noch effektiver zu gestalten. Dabei bedurfte es einer besonders schlanken und kosteneffizienten Umsetzung, da durch die Neuheit des Konzepts keine Anhaltspunkte für den Erfolg und die Wirtschaftlichkeit gegeben waren. Zudem war das Volumen des Projekts zu gering, um anders wirtschaftlich abgebildet zu werden.

### PROJEKTPARTNER



Maaspoort Theater & Events ist das kulturelle Herz von Venlo, das mit einem vielfältigen Programm aus Theateraufführungen, Konzerten und Veranstaltungen die kreative Vielfalt der Region repräsentiert und als Ort der Entdeckung und Inspiration dient.

### Canon

Canon ist ein führendes Unternehmen im Bereich Industriedruck, das innovative Lösungen für professionelle Druckanwendungen bietet und sich durch seine fortschrittliche Technologie und hohe Druckqualität auszeichnet.

# DIE LÖSUNG MIT AUTLAY

Nach der Registrierung bei AutLay konnte Maaspoort sich auch ohne Vorkenntnisse im Bereich Programmatic Print schnell in der Lösung zurechtfinden. Zuerst werden Grunddesign und Individualisierungsmerkmale festgelegt. Dann bindet Maaspoort die Kundendaten über Excel und CSV-Dateien an und kann die Werbemittel direkt in der Lösung erstellen. Die Individualisierung der Werbemittel wird vollständig automatisiert, was die Kampagne selbst bei kleinen, vollindividualisierten Auflagen wirtschaftlich macht. In besonders komplexen Fällen unterstützt AutLay in der Aufbereitung der Daten, um diese gezielt nutzbar zu machen.

Das Ergebnis überzeugt: Der Kunde wird an seine Lieblingsveranstaltung der letzten Spielzeit erinnert, bevor auf der erzeugten positiven Stimmung ähnliche Veranstaltungen empfohlen werden.

Afzender: Maaspoort, Oude Markt 30, 5911 HH VENLO

Port Betaald 

# maaspoort

magazine

## van Peter

Theaterprogramma  
2024-2025

Jouw tips in  
2024-2025

Moord in Bistro de Luif  
The Analogues  
SONJA  
Het Nationale Theater

De heer  
Peter Lastname  
Default street 1  
12345 Default city

maaspoort

## Jij bent een echte ervaringszoeker

Sef Thissen en diverse gastsolisten maakte jou het meest gelukkig

Het was geweldig'

Het nieuwe theaterseizoen heeft weer veel moois om te ontdekken. Dit zijn tips speciaal voor jou.

Het Nationale Theater  
VR 1 NOV  
Toneel

Moord in Bistro de Luif  
MA 9 DEC  
Events

Moord in Bistro de Luif  
MA 16 SEPT  
Events

The Story of Travis | Succesreprise  
DI 7 JAN  
Toneel

SONJA  
VR 25 APR  
Toneel

The Analogues  
ZA 7 SEPT  
Muziek

Prins S. en de Geit  
DI 4 FEB  
Muziek

Family & Friends korting

Krijg tot 1 september € 2 korting per ticket bij aankoop van 2 tickets bij aankoop van 2 tickets

met de code:  
VBKMF24

Start kaartverkoop  
2024 | 2025

Vrienden van Maaspoort: di 28 mei 10.00 uur  
Abbonementhouders: vr 31 mei 16.00 uur  
Vrije verkoop: di 4 juni 16.00 uur

Reserveer: Je 4 voorstellingen of meer, dan ben je abbonementhouder en krijg je tot 1 september automatisch € 2 vroegboekorting.

1. Vorname
2. Übersicht individueller Empfehlungen für die kommende Spielzeit
3. Adressinformation des Kunden

4. Persona basierend auf der Einkaufshistorie
5. Bild der Show, die die beste Bewertung des Kunden erhielt
6. Name der Show und Zitat aus der Bewertung des Kunden
7. Individuelle Empfehlungen für die kommende Spielzeit auf Basis vergangener Besuche

## ERGEBNISSE

**105%  
Steigerung**  
des Gesamtumsatzes

**84%  
Steigerung**  
der Conversion-Rate  
trotz reduzierter  
Empfängerzahl

**47%  
Steigerung**  
des Einkaufsvolumens

**fast die Hälfte**  
aller Kunden bestellten  
Empfohlenes

Die hier dargestellte Katalogkampagne mit hoch individualisiertem Aufleger übertraf die Ergebnisse der Vorjahreskampagne, bei der ein generischer Aufleger verwendet wurde, bei Weitem. Als zusätzlicher Vergleich wurden neben den Kampagnendaten auch das Bestellverhalten von Bestands- und Neukunden, die keinen Katalog erhielten, ausgewertet: Die Performance dieser Gruppe verschlechterte sich im Vergleich zum Vorjahr sogar. Fast die Hälfte aller Kunden buchte Tickets für die individuell empfohlenen Veranstaltungen – und das, obwohl aus dem breiten Gesamtangebot lediglich sieben persönliche Empfehlungen hervorgehoben wurden. Dies verdeutlicht, wie relevant die Empfehlungen für die Empfänger waren.

*„Wie können wir Daten nutzen, um Menschen per Post zu überraschen? Können wir jeden Gast an die schönsten Momente erinnern, die er bei Maaspoort erlebt hat? Und können wir auch aus den mehr als 200 Vorstellungen eine Auswahl treffen, die auf jeden Gast zugeschnitten ist? Dank AutLay waren all diese Dinge möglich!“*

**– Linda Keijzers-van Vegchel, Marketing Manager, Maaspoort**

## AUSBLICK

Maaspoort hat eine Personalisierungsstrategie für 2024 entwickelt, umgesetzt und die Wirksamkeit individueller Printmailings mit kundenindividuellen Veranstaltungsvorschlägen evaluiert. Da die Ergebnisse in jeder Hinsicht überzeugt haben, wird Programmatic Print zukünftig ein fester Bestandteil der Kommunikationsstrategie sein. Wir freuen uns Maaspoort als Technologielieferant und Sparringspartner bei der Umsetzung weiterer innovativer Printanstöße zur Seite zu stehen.



mail@autlay.com

+49 221 98 650 750

**Sie möchten mit AutLay arbeiten?**

**Sprechen Sie uns an oder fragen  
Sie Ihren Druckdienstleister nach  
AutLay!**

**AutLay für Druckereien**