

Digitalisierung des Buchhandels: Dussmann das Kulturkaufhaus & Mapp kooperieren im digitalen Marketing

Berlin, 17. Juni 2022 – Dussmann das KulturKaufhaus setzt ab sofort auf die MarTech-Plattform des internationalen Anbieters für Insight-basierte Customer Experiences [Mapp](#). Mit dem Launch des neuen Online-Shops www.kulturkaufhaus.de im November 2020 hat sich Deutschlands größtes Medienkaufhaus im Bereich des E-Commerce organisatorisch neu aufgestellt und möchte seine Customer Experience noch stärker den Kundenbedürfnissen anpassen.

First-Party-Daten und ein professionelles Customer-Relationship-Management zählen zu den wichtigen Treibern im Online-Marketing, denn Kunden wünschen sich ein konstant gutes Shopping-Erlebnis über alle Kanäle hinweg. Die KI-getriebene Plattform ‚Mapp Cloud‘ sorgt für bedarfsgerechte Kunden-Insights und somit für ein besseres Nutzerverständnis.

Dussmann das KulturKaufhaus setzt auf mehr Online-Customer-Experience

Das KulturKaufhaus hat sich für die Mapp-Cloud-Lösung entschieden, um seinen Kundinnen und Kunden im Online-Buchhandel ein serviceorientiertes und einzigartiges Einkaufserlebnis bieten zu können, um so die Kundenbindung zu stärken. Zugleich geht es darum, das individuelle Nutzerverhalten noch besser zu verstehen und einen ganzheitlichen Blick auf die Customer Journey zu gewinnen.

Das Customer-Analytics-Modul ‚Mapp Intelligence‘ unterstützt Dussmann das KulturKaufhaus dabei, durch gezielte Analysen das volle Potenzial von First-Party-Daten für ein zielgenaues Marketing abzurufen. So werden Kunden-Daten zu wertvollen Insights, die es ermöglichen, relevante Marketing-Maßnahmen zur richtigen Zeit und im passenden Kanal auszuspielen. Um die Customer Experience im Online-Shop zu optimieren, nutzt das KulturKaufhaus auch die Cross-Channel-Marketing-Automation-Komponente ‚Mapp Engage‘, sodass auch die personalisierte Kundenansprache im Online-Shop, in Newslettern sowie für werbliche Maßnahmen keine Herausforderung mehr darstellt. Auf dieser Basis lassen sich Kunden über alle relevanten Touchpoints maßgeschneidert ansprechen. Zudem integriert das KulturKaufhaus seine Themen- und Produktnewsletter und baut auch in diesem Bereich seine Customer Experience weiter aus.

Thomas Burger, Geschäftsführer bei Dussmann das Kulturkaufhaus, kommentiert: “Wir freuen uns, mit Mapp eine Marketing-Lösung gefunden zu haben, die uns neben belastbaren Kundendaten wichtige Erkenntnisse zur Customer Journey liefert. So können wir die Customer Experience gezielt weiterentwickeln und unsere Kundenansprache über alle Kanäle hinweg personalisieren und individualisieren. Auch wenn unsere Kunden weiterhin gern direkt bei uns im KulturKaufhaus in Berlin shoppen, wollen wir unsere Online-Angebote weiter ausbauen und mögliche Synergieeffekte dieser beiden Kanäle nutzen. Mit Mapp haben wir

einen starken Partner an unserer Seite, mit dem wir die Marketing-Performance unseres Online-Shops optimieren, und der uns leistungsstarke Analyse- und KI-Möglichkeiten bietet.“

Sabine Ratka-Schützeichel, Senior Director, Customer Success and Revenue, bei Mapp, ergänzt: “Marken wie Dussmann das KulturKaufhaus sind gut beraten, auf direkte Kundenbeziehungen zu setzen, um sich von konkurrierenden Online-Angeboten abzusetzen. Die Erfassung und Bündelung von First-Party-Daten ist deshalb unerlässlich. Solche Kunden-Insights ermöglichen eine automatisierte Kampagnenaussteuerung und erfolgreiche Personalisierung – und sorgen insgesamt für bessere Kundenerlebnisse. Es freut uns sehr, Dussmann hierbei unterstützen zu dürfen.”

Über Dussmann das KulturKaufhaus

Dussmann das KulturKaufhaus ist ein Geschäftsbereich des Familienunternehmens Dussmann Group, das mit über 60.000 Mitarbeitern in 21 Ländern Dienstleistungen rund um den Menschen anbietet. Das 1997 eröffnete Medienkaufhaus führt auf fünf Etagen mit 7.500 Quadratmetern Verkaufsfläche über 800.000 Kulturmedien aus den Bereichen Buch, Tonträger, Film, Noten und Design. Besondere Highlights sind der English Bookshop und der International Bookshop.

Dussmann das KulturKaufhaus denkt den stationären Medienhandel aber deutlich weiter: Mit der KulturManufaktur wurde 2020 ein Kreativangebot geschaffen, mit dem es im bekanntesten Medienkaufhaus Deutschlands jetzt auch Kulturtechnik zum Anfassen, Ausprobieren und Verschenken gibt. Dazu gehören eine Druckwerkstatt, ein PolaroidLab, ein Vinyl-Recorder für eigene Schallplatten und ein analoges Tonstudio für Profis. Extralange Öffnungszeiten, ausführliche Beratung und persönliche Empfehlungen der Kultivist*innen sowie zahlreiche Hörstationen und Lesecken runden das Einkaufserlebnis vor Ort ab. Auf der KulturBühne finden Lesungen, Kurzkonzerte und Signierstunden statt.

Zusätzlich zu dem umfangreichen stationären Angebot bietet Dussmann das KulturKaufhaus im gleichnamigen Online-Shop www.kulturkaufhaus.de einen fast elf Millionen Produkte umfassenden Medienmix von Büchern über Noten, bis hin zu Film und Musik. Virtuelle Formate wie der Podcast “KulturGut”, Lesungen und Konzerte via Live-Stream oder die digitale Geschenkeberatung machen den Einkaufsbummel auch online zu einem Erlebnis.

Über Mapp

Marketer und Datenspezialisten sollten sich stets auf ihr Kerngeschäft fokussieren können, statt ihre Zeit damit zu verbringen, die dahinterstehende Technologie zu bändigen. Mit der Insight-basierten Customer Experience Plattform Mapp Cloud haben Marketing-Entscheider mehr Zeit für das Wesentliche und können ihre Markenbotschaften bestmöglich platzieren. Durch Customer Intelligence und Marketing Analytics gewinnen Unternehmen aus Daten einfach und effektiv kanalübergreifende Kunden-Insights, welche wiederum hochgradig personalisierte Marketing-Aktivitäten ermöglichen. Mapps Kunden profitieren von maßgeschneiderten und selbstoptimierenden Cross-Channel-Kampagnen auf Basis KI-gestützter Prognosemodelle. Automatisierte Nachrichten können so im idealen Marketing-Kanal, zum optimalen Zeitpunkt und mit der richtigen Kontaktfrequenz versandt werden. Dank

der leistungsstarken Eins-zu-Eins-Personalisierung werden ein Höchstmaß an Engagement sowie eine langfristige Kundenbindung erreicht. Mehr Infos [hier](#).

Mapp betreibt Niederlassungen in sieben Ländern. Mapps Digital Marketing Plattform hilft über 3.000 Unternehmen, sich von der Masse abzuheben. Zu Mapps Kunden zählen u. a. Ella's Kitchen, Expert, Freesat, MyToys, Pepsico, Quint, Vivienne Westwood und The Entertainer.

Pressekontakte:

schoesslers GmbH

André Glasmacher
Senior Communications Manager
schoesslers GmbH
Mobil-Tel.: +49 151 51 40 01 30
andre@schoesslers.com

Mapp

Camille Deschamps
Tel.: +34 675 476 061
camille.deschamps@mapp.com
www.mapp.com

Dussmann das KulturKaufhaus

Miranda Meier
Pressesprecherin Dussmann das KulturKaufhaus
Tel.: +49 30 2025 2842
Miranda.Meier@dussmann.de
www.kulturkaufhaus.de