

22.06.2022 - 10:05 Uhr

Keine Prospekte mehr: OBI setzt konsequent auf digitale Kundenberatung

Wermelskirchen (ots) -

Heute erscheint der letzte zentralgesteuerte nationale OBI-Prospekt in Deutschland und Österreich. Im August folgen weitere osteuropäische Märkte. Damit reagiert OBI auf ein sich in den letzten Jahren stark verändertes Konsum- und Informationsverhalten der Verbraucher und die zunehmende Knappheit der Ressource Papier. Die Kombination aus individualisierter Ansprache und Beratung über die [heyOBI App](#) mit einem bequemen und angenehmen Einkaufserlebnis in den Märkten vor Ort, wird künftig die Basis einer

ganzheitlichen Kundenkommunikation bei OBI bilden. Um Kunden bei allen Projekten rund um die Gestaltung des eigenen Zuhauses zu unterstützen, können sich diese direkt mit den Expertinnen und Experten vor Ort vernetzen. Weitere Services des kostenlosen Digitalangebotes sind unter anderem die direkte Navigation zu Produkten im Markt, sowie die Vermittlung von professionellen Handwerkern. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz unterstreicht der Marktführer im Baumarktsegment seine Fokussierung auf langfristige Kundenbeziehungen, die auf glaubwürdiger, individueller und kompetenter Beratung in allen Kanälen basieren. OBI baut so seinen Vorsprung als Nummer 1 unter den Baumärkten weiter aus.

Heute erscheint in Deutschland und Österreich der letzte zentralgesteuerte nationale Prospekt von OBI - und damit gleichzeitig eine ganz besondere Ausgabe: Auf 20 Seiten informiert der DIY-Marktführer transparent über die Hintergründe, weshalb sich OBI dafür entschieden hat, künftig keine Prospekte mehr zu drucken. Im August stellt OBI auch in weiteren osteuropäischen Märkten wie Tschechien, Slowakei und Ungarn die Prospektwerbung ein.

"Der Stopp der Prospektwerbung ist ein konsequenter Schritt in der Digitalisierung unseres Geschäftsmodells. Wir bieten schon heute unseren Kunden mit heyOBI viel mehr, als ein Prospekt jemals leisten kann. Und das ist erst der Anfang", sagt OBI CEO Sergio Giroldi. "Dass wir mit der Umstellung unserer Kommunikation viel Papier und damit einhergehend Energie, Chemie, Holz und Wasser sparen, ist zudem ein verantwortungsvoller und nachhaltiger Schritt im Sinne der Umwelt."

Weg von Print, hin zu digital: das Kunden-Ökosystem der Zukunft

Durch den Ausstieg aus der Prospektwerbung müssen OBI Kunden auch in Zukunft auf nichts verzichten. Im Gegenteil: Sie erhalten mit dem [kostenlosen Digitalangebot heyOBI](#) (Registrierung erforderlich) die gewohnten attraktiven Angebote und Rabatte plus einen noch umfassenderen und auf ihre Bedürfnisse abgestimmten Service.

So haben Kunden zukünftig beispielsweise die Möglichkeit, bereits vor dem Marktbesuch ihr Projekt in der App über eine digitale Pinnwand anzulegen, sodass die entsprechend qualifizierten Berater entweder direkt über die Smartphone-Anwendung Kontakt aufnehmen oder, falls gewünscht, zur Beratung vor Ort im Markt zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus finden Kunden bei heyOBI Inspiration und Anleitungen für neue Projekte rund um Heim und Garten, individuelle Sofortrabatte, einen Pflegekalender für Grünpflanzen oder smarte Funktionen wie den Produktscanner oder ein Markt-Navi.

Bisher haben sich bereits mehr als drei Millionen Kunden für den digitalen Alltagsbegleiter heyOBI registriert. Die Funktionen von heyOBI stehen in der App in vollem Umfang zur Verfügung, über die Webseiten [obi.de](#) und [obi.at](#) werden die verfügbaren Funktionen stetig erweitert.

Neue Zielgruppen begeistern

"OBI ist heute mit Abstand die stärkste Marke im Segment - wir wollen unseren Vorsprung als erster Ansprechpartner für alle Fragen und Projekte rund um das eigene Zuhause weiter ausbauen", sagt Christian von Hegel, Managing Director Corporate Marketing bei OBI. "Und durch Formate wie '[Machmal mit OBI](#)' oder '[Create! by OBI](#)' erreichen wir auf Social Media schon jetzt besser als jeder andere Wettbewerber in Deutschland eine junge Zielgruppe. Es geht uns künftig also nicht darum, Kunden mit Produkten und Rabatten einmalig zu uns in den Baumarkt zu locken. Stattdessen wollen wir mit unseren digitalen Angeboten Kunden nachhaltig begeistern, um sie mit heyOBI, unserer Vor-Ort-Beratung und umfassenden Expertise dauerhaft an uns zu binden."

Umfangreiche Mediakampagne zum letzten OBI Prospekt

OBI begleitet die Veröffentlichung des letzten zentralgesteuerten nationalen Prospekts mit einer breit angelegten Mediakampagne. So erscheinen am 23. und 24. Juni 2022 ganzseitige Printanzeigen in der 'FAZ', der 'BILD' sowie in 'Die Zeit'. Bundesweit weisen Funkspots auf die Neuerung hin, zudem informiert OBI direkt am POS im Baumarkt und online über die digitalen Möglichkeiten.

"Mit diesen umfangreichen Maßnahmen möchten wir sicherstellen, dass möglichst viele unserer Kunden, die aktuell noch unsere Prospekte lesen, rechtzeitig, transparent und umfassend über diese Entscheidung und ihre Hintergründe informiert und auf heyOBI aufmerksam gemacht werden", kommentiert Christian von Hegel.

Weitere Informationen zum Prospekt www.obi.de/letztes-mal.

Weitere Informationen zu heyOBI: <https://www.obi.de/heyobi>

Pressekontakt:

OBI Group Holding SE & Co. KGaA
Albert-Einstein-Str. 7-9
42929 Wermelskirchen
Tel: 02196/ 76 0
Fax: 02196/ 76 1019
E-Mail: presse@obi.de

FAKTOR 3 AG
Team OBI
Kattunbleiche 35
D-22041 Hamburg
Tel: +49 40 679446-0

E-Mail: obi@faktor3.de

Medieninhalte



OBI steigt als erster Baumarkt aus der Prospektwerbung aus und setzt konsequent auf digitale Kundenkommunikation / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/163911 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100090988/100891435> abgerufen werden.