



Der Brettspielheld ist ein Fachgeschäft für Brettspiele in Bad Neuenahr-Ahrweiler. Neben dem Verkauf von Spielen für alle Altersgruppen organisiert das Geschäft regelmäßig Spielveranstaltungen. Um mit der Digitalisierung Schritt zu halten, wurden die Produkte über Social Media beworben und ein Onlineshop eingerichtet.

Die Katastrophe hat die Karten neu gemischt

Im Sommer 2021 zerstörten schwere Überschwemmungen das Ladengeschäft und alle Produkte, einschließlich eines neu angemieteten Erweiterungsraums. Das Wasser reichte bis 5 cm unter die Decke. Es konnte lediglich die Kasse und der Laptop gerettet werden. Der Rest ist Geschichte

In den Tagen nach der Flut wandte sich der Inhaber Alexander Petkovski über Facebook und Instagram an seine Stammkundschaft und bat um Hilfe. Mit Unterstützung vieler Helfer wurde das überschwemmte Geschäft geräumt. Kurz darauf eröffnete er vorübergehend in einem Container ohne Heizung, pünktlich zum Winterbeginn. Dank der umfangreichen

regionalen Unterstützung konnte das Ladengeschäft getrocknet, renoviert und am 21. März 2022 als erstes Geschäft in der Niederhutstraße wiedereröffnet werden. Bis heute haben viele weitere Geschäfte dort wieder geöffnet.

Es gab gute Grundlagen

Mit einem gut strukturierten Onlineshop, bestehenden Social-Media-Präsenzen und der Nutzung von Tools wie Google Unternehmensprofile, Bing Places und Apple Maps Connect hatte der Brettspielheld ideale Voraussetzungen, um Aktivitäten mit Künstlicher Intelligenz (KI) zu verknüpfen. Alle Produktinformationen waren bereits digital verfügbar, sodass mit wenigen Klicks eine Verbindung zur KI hergestellt werden konnte. Alexander Petkovski nutzte hierfür die Plattform eines deutschen Start-ups, das effiziente Online-Marketing-Lösungen anbietet (Softwareanbieter mapAds).

Aufgrund der geringen Kundenfrequenz in der Niederhutstraße und des Mangels an Laufkundschaft war es wichtig, regional mehr Aufmerksamkeit zu gewinnen. Die Einführung einer KI-gestützten Technologie zur Steuerung aller digitalen Marketingmaßnahmen erwies sich als vorteilhaft. Automatisierte Prozesse im Hintergrund analysieren Trends und sprechen gezielt die Zielgruppe mit automatisch erstellten Produkttexten, Bildern und Videos an. So konnte Alexander Petkovski die Renovierung der zusätzlichen Verkaufsräume abschließen, ohne viel Zeit in Social-Media-Beiträge investieren zu müssen.

Digitale Sichtbarkeit als Startrampe

Ein weiterer Vorteil zeigte sich in der Google-Suche: Bei Suchanfragen nach Brettspielen innerhalb eines 30-km-Radius wurden seine Produkte prominent angezeigt. Kunden konnten entscheiden, ob sie auf die Lieferung warten oder direkt ins Geschäft fahren wollten. Das Hauptziel war, junge Familien und Spielebegeisterte zurück ins Ladengeschäft zu holen.

Innerhalb von zwei Monaten wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

- **Automatisiertes, standortbezogenes Marketing über:**
- Facebook: Werbung und Video-Werbung
- Instagram: Werbung und Video-Werbung

- YouTube: Standortbezogene Werbevideos in den Unternehmensfarben
- Google: Produktplatzierung in der Suche und im Google-My-Business-Eintrag
- **Aktive Produkte und Synchronisation:**
- Schnittstelle zum Shopware-Shop eingerichtet
- 1.221 aktive Produkte

Gut gemacht, es geht wieder los

Bereits nach einem Monat zeigten sich positive Ergebnisse der KI-gestützten Maßnahmen. Über alle Kanäle hinweg gab es im ersten Monat 93.974 Ausspielungen. Der stärkste Kanal war Google mit über 400 Klicks, gefolgt von Facebook. Instagram und YouTube generierten vergleichsweise weniger Aufmerksamkeit. Daher wurden im zweiten Monat verstärkt Beiträge über Facebook veröffentlicht.

Insgesamt erreichten die KI-gestützten Maßnahmen fast 100.000 Personen in Ahrweiler und Umgebung und steigerten die digitale Sichtbarkeit erheblich. Im Ladengeschäft selbst war der Effekt noch nicht deutlich spürbar; hauptsächlich Stammkunden besuchten den Laden. Dennoch wurden einige gezielte Käufe aufgrund der Werbung festgestellt. Die Online-Bestellungen nahmen zu, insbesondere aus dem gewählten Umkreis, was darauf hindeutet, dass Kunden in Zukunft auch das physische Geschäft besuchen könnten.

Dieses Beispiel zeigt, wie der gezielte Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Marketing kleinen Einzelhändlern helfen kann, ihre Reichweite zu erhöhen und sowohl online als auch offline mehr Kunden zu gewinnen.