aus dem gedruckten prospekt wird eine kampagne auf dem smartphone.

Wir bauen aus Ihrem fertigen Prospekt-PDF eine eigene Aktionsseite und bringen sie mit Anzeigen auf Facebook und Instagram zu den Menschen in Ihrem Einzugsgebiet. Ihr Haus schickt das PDF. Alles Weitere übernehmen wir.

ausgezeichnet mit dem DEUTSCHEN AGENTURPREIS® 2026.

Die Prospektmaschine hat die Jury in der Sparte B2B, Kategorie Crossmedia, überzeugt. Insgesamt wurde si.next 2026 fünfmal ausgezeichnet: dreimal beim DEUTSCHEN AGENTURPREIS und zweimal beim German Marketing Award.

Alle Gewinner beim DEUTSCHEN AGENTURPREIS



B2B Crossmedia Prospektmaschine



B2B Social Ads Google



B2B KI-gestützte Kampagne



B2C Website



Social Media Kampagnenkonzept

ein prospekt, das nach der verteilung weiterarbeitet.

Sortiment, Preise, Fotos und Gestaltung sind mit dem Prospekt bereits bezahlt. Die Verlängerung nutzt diese Arbeit ein zweites Mal, dort, wo Ihre Kunden heute zuerst nach Angeboten schauen.



Ihr Prospekt

Das PDF, das ohnehin in den Druck geht. Unverändert, ohne zusätzlichen Termin.



Ihre Aktionsseite

Die Angebote der Woche, gemacht für das Smartphone, mit dem Prospekt zum Durchblättern.



Ihre Anzeigen

Ausgespielt auf Facebook und Instagram, an Menschen in Ihrem Einzugsgebiet, solange die Aktion läuft.

für das haus ändert sich fast nichts.

Kein neuer Prozess	Sortiment, Gestaltung und Freigaben laufen weiter wie bisher. Es gibt kein zweites Briefing und keine neue Schnittstelle in Ihr Team.
Mehr Reichweite	Ihr Angebot erreicht auch die Haushalte, in denen kein Prospekt mehr ankommt, und die Menschen, die zuerst auf dem Handy nach Angeboten suchen.
Ein fester Ansprechpartner	Wir bauen die Seite, betreuen die Kampagne und schicken Ihnen nach jeder Aktion eine Auswertung. Freigegeben wird von Ihnen.

jede aktion bekommt ihre eigene bildsprache.

Baumarkt, Möbelhaus, Autohaus, Elektronikmarkt: Die Seiten entstehen aus dem jeweiligen Prospekt und sehen entsprechend unterschiedlich aus.



Andre + Oestreicher
Baumarkt



Möbel Kempf
Möbel



WEBER Automobile
Autohaus



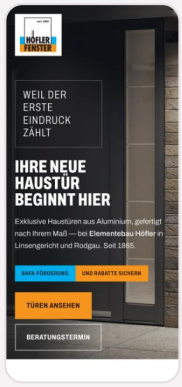
MEDIMAX
Elektronik



Weser Wohnwelt
Möbel



Polster Aktuell
Möbel



Höfler Fenster
Fenster und Türen

Einige unserer zufriedenen Kunden.

was eine aktion bewirkt.

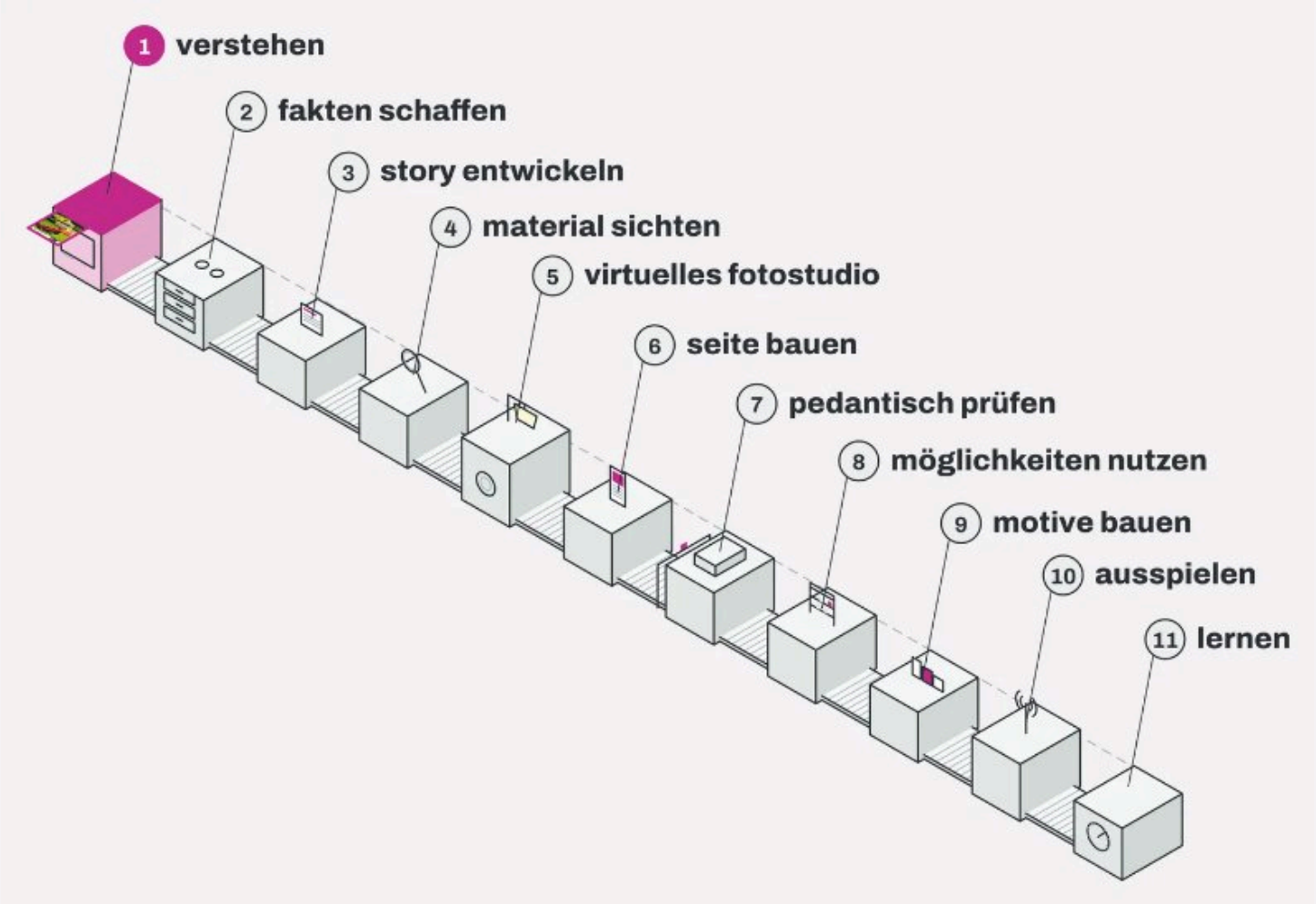
Drei Aktionen aus drei Branchen, mit den Zahlen aus den Auswertungen, die diese Häuser von uns bekommen haben.

Haus	Einblendungen	Menschen auf der Seite	Wirkung im Geschäft
MEDIMAX Elektronik, KW 37	207.776	4.662	360 Routen zum Markt
WEBER Automobile Autohaus, Hybridsommer	248.100	1.826	54 Menschen aktiv geworden; 27 % der geöffneten Leasing-Angebote betrafen Modelle ohne eigene Anzeige
Möbel Kempf Möbel, Beilage 632VZ	165.610	1.939	52 Menschen weiter in den Shop

Quelle: si.next Kampagnenauswertungen 2026.

so arbeitet die prospektmaschine.

Vorn geht die Beilage hinein, hinten kommt die fertige Kampagne heraus. Dazwischen liegen elf Stationen, jede mit einer eigenen Aufgabe.



1 verstehen
liest die Beilage: Marke, Filiale, Angebote

2 fakten schaffen
zwei Modelle lesen, nur Übereinstimmendes wird gespeichert

3 story entwickeln
drei Geschichten, ein Mensch wählt

4 material sichten
reicht das Bild aus der Beilage? Sonst wird gesucht

5 virtuelles fotostudio
das Produkt bleibt, die Welt drumherum entsteht

6 seite bauen
die Aktionsseite für das Smartphone

7 pedantisch prüfen
jede Zahl gegen die Druckdatei

8 möglichkeiten nutzen
auf Wunsch bis ins Regal des Onlineshops verlinkt

9 motive bauen
drei Anzeigenformate, ein Versprechen

10 ausspielen
erst die Freigabe, dann Facebook und Instagram

11 lernen
misst, was wirkt, und lernt daraus

Freigegeben wird von einem Menschen. Keine Seite und keine Anzeige geht live, bevor sie geprüft ist.

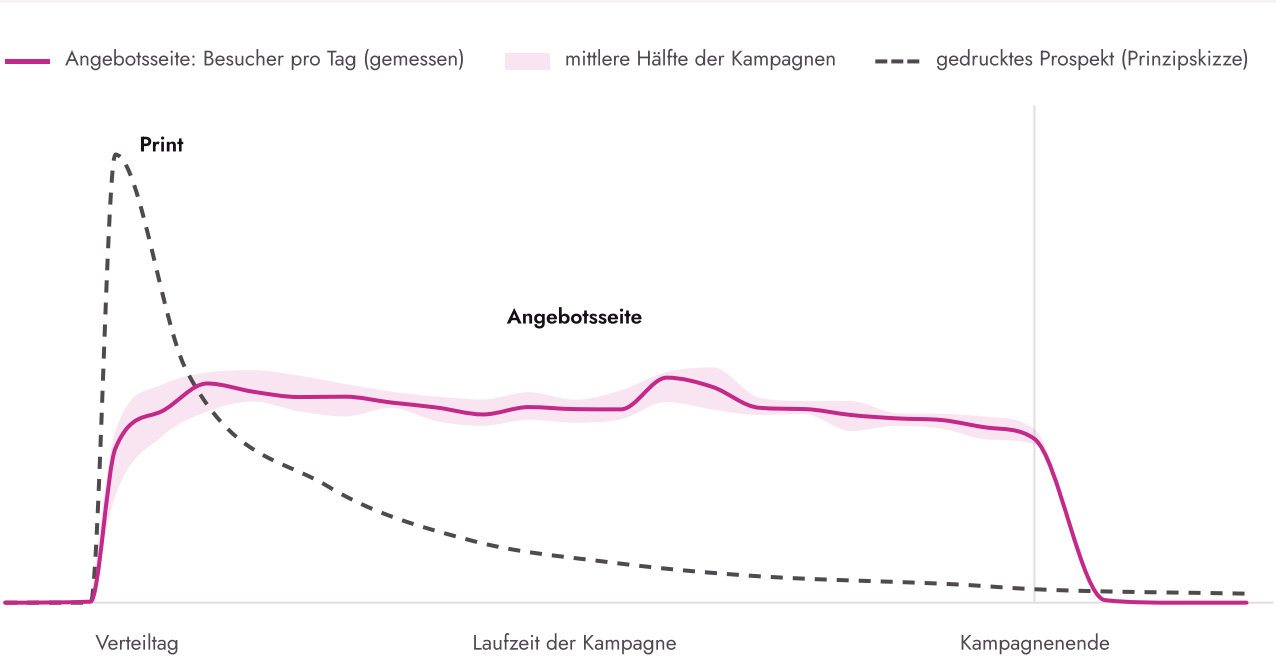
digitale prospekte sind der häufigste erste kontakt mit einem angebot.

Das EHI Retail Institute hat für den „Atlas der Kanalrelevanz“ 1.000 Menschen gefragt, wo sie zuerst auf Angebote des Handels stoßen. Digitale Prospekte liegen mit 22,5 % vorn, vor YouTube mit 13,1 % und gedruckten Prospekten mit 12,5 %. Die häufigste Kombination ist Print und Digital zusammen, und genau die entsteht mit der Verlängerung.

Quelle: EHI-Studie „Atlas der Kanalrelevanz“, 1.000 Befragte, April 2026.

der verteiltag gehört dem prospekt. die tage danach der verlängerung.

Die Anzeigen laufen über die ganze Aktion, und die Angebotsseite hat jeden Tag Besucher. Gemessen über 14 Kampagnen liegen die Besucherzahlen an den letzten drei Tagen noch bei rund 80 % der ersten Tage. Am Tag nach Kampagnenende sind es unter 3 %.



Durchgezogen: gemessene Besucher der Angebotsseite pro Tag, Median aus 14 abgeschlossenen Kampagnen (Baumarkt, Möbel, Elektronik, Autohandel), jede auf ihr eigenes Tagesniveau normiert. **Fläche:** die mittlere Hälfte der Kampagnen. **Gestrichelt:** Prinzipskizze des gedruckten Prospekts. Tagesgenaue Lesedaten gibt es dafür nicht, deshalb ist auch die Höhe der beiden Linien zueinander nicht gemessen. Stand: September 2026.

das beste aus dem virtuellen fotostudio.

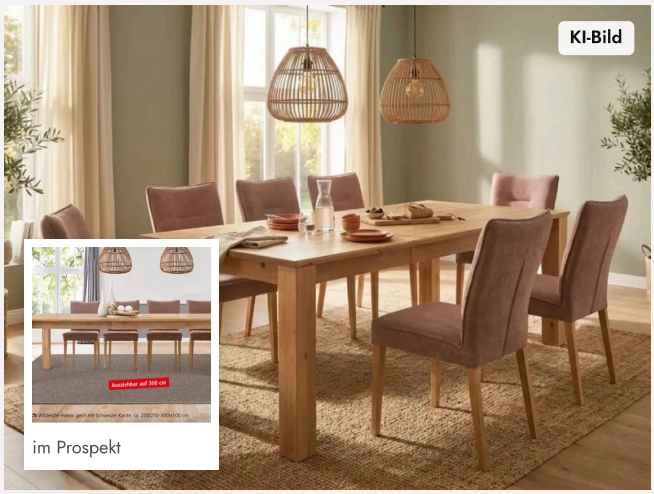
Wo das Prospektbild im Feed nicht trägt, stellt die Maschine das Produkt in eine passende Szene. Das Produkt selbst bleibt unverändert. Jedes so entstandene Bild ist als KI-Bild gekennzeichnet.



Einhell Akku-Rasenmäher

Andre + Oestreicher, KW 16

Der Rasen ist gemäht, der Abend kommt. Warme Töne im Abendlicht statt eines Freistellers vor Fototapete.



Esstisch Columbus

Möbel Kempf, Beilage 632VZ

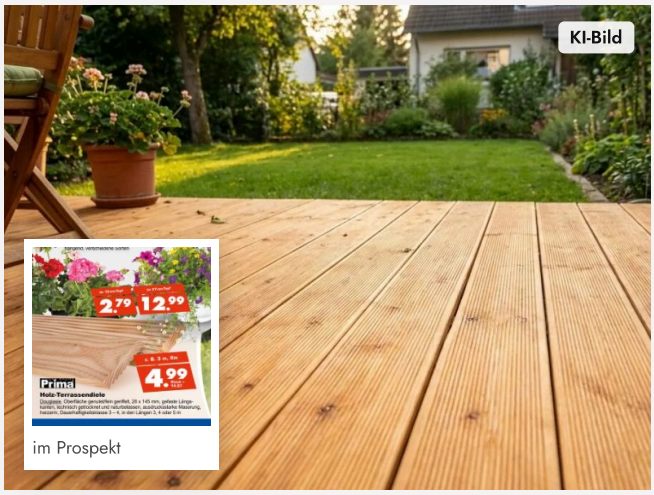
Ein Esszimmer, wie es wirklich aussieht. Der Olivenbaum greift die Geschichte der Seite auf, die Perspektive ist die aus dem echten Leben.



Neudorff Ferramol Schneckenkorn

Andre + Oestreicher, KW 20

Im Prospekt stand eine Nacktschnecke daneben. Wir zeigen die Körner im Hochbeet zwischen gesundem Salat, also die Lösung statt des Problems.



Holz-Terrassendiele Douglasie

Andre + Oestreicher, KW 18

Im Prospekt ein Stapel Bretter. Erst verlegt sieht man, was der Einkauf bringt: eine ganze Terrasse.

„Hochgradig innovativ und löst eines unserer werblichen Hauptprobleme erstaunlich schnell. Ohne Aufwand auf unserer Seite gewinnen wir im digitalen Raum an Sichtbarkeit und erreichen Käuferschichten, die wir über das Prospekt allein nicht ansprechen.“

Björn Kalberlah
Leitung Baustoffhandel und Prokurist, Bauzentrum Andre + Oestreicher, Babenhausen

die agentur hinter der maschine.

si.next ist eine Digitalagentur aus Obertshausen und gehört zur EGRO Mediengruppe. Wir verbinden gute Werkzeuge mit persönlicher Beratung und erklären komplexe Themen so, dass man sie versteht.

Sichtbarkeit soll kein Privileg großer Budgets sein. Die Prospektmaschine ist dafür gebaut: Sie macht aus dem, was ein Händler ohnehin produziert, eine Kampagne, die sich ein mittelständisches Haus leisten kann.



Stefan Schubnell
Geschäftsführung



Steffen Lenhardt
Teamleitung, Google Ads



Tobias Raubuch
KI, Technologie und Strategie



Jörg Kiepurning
Reputation und Vertrauen



Christian Maas
Sichtbarkeitsexperte



Andrea Lindner-Varasteh
Sichtbarkeitsexpertin



Samuel Larbig
Backoffice

Schnell geladen

Unter 1,5 Sekunden Ladezeit laut Google Lighthouse, mobil und am Desktop.

Barrierearm

Kontrast, Tastaturbedienung und Alternativtexte werden vor jedem Go-live nach WCAG 2.1 AA geprüft. Das ist relevant für das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.

Ohne Cookie-Banner

Gemessen wird anonym mit Plausible Analytics. Personenbezogene Daten der Besucher speichern wir nicht.

Kein Konflikt mit Ihrer Website

Aktionsseiten stehen standardmäßig nicht im Google-Index und konkurrieren nicht mit Ihrem Hauptauftritt. Auf Wunsch schalten wir sie indexierbar.

mit dem nächsten prospekt anfangen.

Schicken Sie uns Ihr nächstes Prospekt. Wir schauen es uns an und sagen Ihnen offen, ob und wie sich die Verlängerung für Ihr Haus lohnt.

Stefan Schubnell
Geschäftsführung
stefan.schubnell@sinext.de
+49 151 53 77 16 34

si.next ® GmbH
Bieberer Straße 137
63179 Obertshausen
sinext.de