

Wohlfühlen und Genießen

► **Einkaufen ist viel mehr als bloße Produkt-Auswahl. Investieren die Branchen also wieder verstärkt in die Laden-Einrichtung? Und welche Trends prägen die Präsentation am PoS? boss präsentiert in einer Umfrage die Statements von ausgewählten Herstellern.** ◀

► boss fragte...

1 Der EHI-Ladenmonitor 2008+ meldet, dass die Investitionen in die Ladeneinrichtung im deutschen Einzelhandel kräftig gestiegen sind. Wie schätzen Sie die Situation ein?

2 Einkaufen wird immer mehr zum Erlebnis. Wie prägt diese Entwicklung die Trends im Ladenbau?

► Gottfried M. Fluhr und Peter Schleicher Inhaber und Vertriebsleiter Fluhr

1 Für unsere Branche können wir diesen Trend im zurückliegenden Kalenderjahr nur bestätigen. Die Nachfrage nach hochwertigen Displays ist spürbar gestiegen. Ob der Trend anhält, lässt sich nur schwer sagen, da er an das Kaufverhalten der Konsumenten gekoppelt ist.

2 Wir als Displayhersteller sehen diesen Trend in der Anpassung der Displays an bestehende Laden-Einrichtungen. Das Display muss hier in das Gesamtkonzept passen und ein Teil davon werden. Auch der Einsatz von interaktiven Elementen und Beleuchtung ist richtungweisend. Interaktivität mit dem Produkt bzw. das Produkt zum Erlebnis zu machen ist das Ziel. Durch die Tatsache, dass der Konsument immer häufiger erst am PoS die Kaufentscheidung spontan trifft, bekommt das Präsentationsmedium Display letztendlich seine enorme Bedeutung. Hier spielen Emotionen eine große Rolle. ◀

► Alien Arnholdt Geschäftsführerin Arno

1 Wir können diese positive Entwicklung nur bestätigen. Wir stellen fest, dass immer mehr Hersteller aus unterschiedlichen Branchen die Tendenz erkennen, dass zwischen 70 % und 80 % der Kaufentscheidungen unmittelbar am PoS getroffen werden. Dabei gilt es, sich nicht nur durch die eigentlichen Produktmerkmale, sondern auch durch die entsprechende Inszenierung seiner Produkte vom Wettbewerb abzuheben.

2 Aufgrund der Informationsflut, der der Kunde täglich ausgesetzt ist, wird es umso wichtiger, nicht nur seine Aufmerksamkeit zu gewinnen, sondern sie auch über einen kurzen Augenblick hinaus zu fesseln und sie in konkretes Interesse bzw. in Kaufentscheidung umzuwandeln. So begeistert der Stabilo Active Shop aus unserem Hause mit seiner Funktionalität nicht nur die Händler. ◀

► Matthias Barho Geschäftsführer Schenk

1 In den letzten Jahren haben sich viele Einzelhändler mit Investitionen im Ladenbau zurückgehalten. Durch die nun schon seit langem steigende Konjunktur im In- und Ausland planen auch kleinere Einzelhändler den Umbau ihres Ladengeschäfts. Alles zielt darauf ab, eine lange und ausgedehnte Verweildauer

der Kunden im Ladengeschäft zu ermöglichen. Größere Einkäufe werden durch optimal platzierte Ware begünstigt. Neue Artikel, besonders im PBS-Bereich, müssen verkaufsfördernd und attraktiv präsentiert werden.

2 Wenn sich Kunden im Ladengeschäft wohl fühlen, steigert dies den Verkaufsumsatz. Eine wichtige Rolle



► Matthias Kreft Geschäftsführer Kreft-Brübach

1 In den letzten zwei Jahren ist ein deutlicher Anstieg bei den Investitionen in die Ladeneinrichtungen zu verspüren.

Davor lag aber eine Zeit, in der diese Umsätze deutlich nach unten gegangen waren. Jetzt sind wir vielleicht wieder auf dem Niveau, das wir vor einigen Jahren hatten. Dieser Investitionsanstieg ist aber nicht in allen Branchen gleich, sondern es gibt Branchen, in die stark investiert wird, und Branchen, in denen deutlich weniger investiert wird. Im Buchhandel, Papeterie und PBS-Bereich ist dieser Anstieg in den Investitionen sicherlich nicht so stark zu spüren wie in anderen Branchen. In diesen Branchen spüren wir aber dafür einen deutlichen Anstieg im europäischen Ausland.

2 Heute reicht es für ein Geschäft nicht mehr, allein nur viel Ware zu haben. Der Kunde erwartet mehr. Er will ein Ambiente, in dem er sich wohl fühlt. Der Ladenbau muss einen Verkaufsraum schaffen, der offen und einla-



der Präsentationsmöbel verändert.

dabei spielt ein optimaler Mix aus Farben, Materialien und Beleuchtung. Im Laufe der vergangenen Jahre haben sich die Materialien

der Präsentationsmöbel verändert. Für die Präsentation von Saisonartikeln dienen meist variable Warenpräsentationssysteme, die schnell und individuell angepasst werden können. Ein sehr wichtiges und aktuelles Thema ist Duft-Marketing sowie Mood-Marketing. Bei allen Verkaufsaspekten ist ausschlaggebend, dass die Zielgruppen eindeutig angesprochen werden. ◀

dend ist. In den möglichst viele Kunden kommen, in dem eine hohe Verweildauer besteht und in dem dem Kunden die richtigen Dinge präsentiert werden und er zum Kaufen angeregt wird. Denn das sind die Dinge, die sehr

stark den Umsatz eines Verkaufsraumes beeinflussen. Dabei spielt der Ladenbau eine sehr große Rolle, es ist wichtig, dem Kunden möglichst immer mehr zu bieten als er erwartet, sodass er immer gerne wieder kommt. ◀

► Steffen Tobschall Vertriebsleiter Umdasch

1 Wir teilen diese Einschätzung aufgrund der Umsatz-Entwicklung Umdasch Neidenstein. In allen Bereichen schlägt sich das nieder, ob neue Brands, die in den deutschen Markt drängen,



regionale Einzelhändler, Platzhirsche etc. Alle rüsten sich für die Zukunft.

2 Die digitalen Welten halten immer mehr Einzug in den aktuellen Ladenbau. Von einem Glas Prosecco bis hin zu einer komplett bestückten Kaffeebar wird das Einkaufserlebnis in den Stamm-Abteilungen ergänzt. ◀



◀ Licht-Installationen gehören zu den aktuellen Trend-Themen im Ladenbau. Bild: Messe Düsseldorf, Tillmann.