



Die aufmerksamkeitsstarke Präsentation im „Trendshop Karte“ erleichtert den Kunden die Auswahl

INNOVATIVE PRODUKTPRÄSENTATION FÜR DEN HANDEL

Weniger ist mehr

Wie eine gelungene, kundenorientierte Präsentation von Grußkarten im Handel aussehen kann, zeigt die Sonderpräsentation „Trendshop Karte“ auf der Tendence Lifestyle (Halle 3.0 B54) vom 24. bis 28. August in Frankfurt am Main. Anlässlich der Vorstellung des neuen Warenträgers sprach g&v mit Stefan Hermann, Geschäftsführer Taurus Kunstkarten, und Ecki Kühn, Geschäftsführer Modern Times.

g&v: Wie kam es zur Idee für die Präsentationsvariante „Trendshop Karte“?

Stefan Hermann: Schon seit längerer Zeit haben uns Kunden immer wieder aufgefordert, als etablierte Kartenvertriebe über neue und vor allem flexiblere Präsentationsformen im Handel nachzudenken. Im Austausch untereinander haben Herr Kühn von Modern Times und ich dann beschlossen, tätig zu werden. Mit unseren ersten Ideen sind wir an die Messe Frankfurt herangetreten, die das Thema so interessant fand, dass hieraus wiederum die Idee für die Sonderschau „Trendshop Karte“ auf der Tendence Lifestyle 2007 entstand.

Bereits im Vorfeld der offiziellen Vorstellung des Warenträgers auf der Messe haben wir zahlreiche Anfragen von Fachhändlern aus verschiedenen Branchen erhalten.

g&v: Welche Vorteile bietet der Warenträger im „Trendshop Karte“ im Vergleich zu herkömmlichen Präsentationsvarianten?

Stefan Hermann: Das neu entwickelte System hat Vollsichtfächer für jedes Kartenformat und ist durch Modulbauweise in jeder Breite ab einem Meter lieferbar. Durch freistehende Bauweise ist es

außerdem leicht in bestehende Ladeneinrichtungen zu integrieren, kann ohne Werkzeug schnell umgesteckt werden und – wie im Einzelhandel gewünscht – andere Papeterieprodukte mit präsentieren, um einfach und schnell aktuelle Trendthemen umzusetzen: heute ist der Schwerpunkt Rosé, morgen Schulanfang, übermorgen Sonnenblumen oder ein regionales Thema.

g&v: Weshalb glauben Sie, dass ein Produktmix – beispielsweise von Karten, Servietten und CD's – sinnvoll sein kann?

Stefan Hermann: Mit dem neuen Warenträger bekommt die Karte jetzt einen ganz neuen, zeitgemäßen Auftritt in einem themen- und trendorientierten Rahmen! Die Inszenierung eines Produkts spielt eine ganz wichtige Rolle für die Kaufentscheidung des Kunden. Denn über einen ansprechenden Produktmix werden Stimmungen und Emotionen viel stärker transportiert. Darüber hinaus findet der Kunde in einem thematisch orientierten Mix auch interessante Zusatzprodukte, die er sonst vielleicht nicht entdeckt hätte.

g&v: Das heißt, dass auch der Einkauf flexibler gestaltet werden kann beziehungsweise flexibler gestaltet werden muss?



Stefan Hermann, Geschäftsführer der Taurus Kunstkarten



Ecki Kühn, Geschäftsführer der Modern Times

Ecki Kühn: Im Handel lautet die Devise heute „weniger ist mehr“. Es geht nicht mehr darum, ein umfangreiches Sortiment auf Lager zu haben. Vielmehr ist der Handel gefordert, häufiger sein Sortiment zu überprüfen und entsprechend flexibel nachzuordern – insbesondere im Hinblick auf aktuelle Trendthemen. Durch die offene Präsentation und die Möglichkeit der thematischen Platzierung bietet der neue Warenträger dem Handel eine viel bessere Möglichkeit der Sortimentskontrolle.

g&v: Allerdings beansprucht der „Trendshop Karte“ auch mehr Verkaufsfläche als beispielsweise die herkömmlichen Drehständer. Werden die Umsatzeleistungen je Quadratmeter anteilig erreicht?

Ecki Kühn: Der „Trendshop Karte“, übrigens wie jedes andere Kartenmöbel innerhalb des Ladens, kann und wird auf keinen Fall die Drehständer ersetzen, die sehr oft erfolgreich als Eyecatcher plat-

ziert sind. Natürlich sind die Anschaffungskosten bei einem Drehständer geringer. Doch kauf- und damit umsatzentscheidend ist heute insbesondere auch der optische Rahmen, den man als Händler seinen Produkten verleiht. Im Übrigen erzielen wir bereits jetzt mit herkömmlichen, gut gepflegten Kartenwänden sehr gute Ergebnisse, die mit denen der Ständer keinen Vergleich scheuen müssen.

g&v: Mit welchen Anschaffungskosten muss ein Interessent rechnen?

Ecki Kühn: Den derzeitigen Warenträger wird es in vier Varianten geben. Die einfachste Ausführung liegt unter 1000 Euro netto je laufendem Meter, die aufwändigste etwas darüber. Ein senkrechter Einbau, etwa direkt an eine Wand, wird aber günstiger sein.

Das Gespräch führte Kathrin Scheumann

Im neuen Warenträger lassen sich Trendprodukte wie beispielsweise Grußkarten, CD's und Bücher kombinieren
Werkfotos

