

DIE ZWEIT-POINT-OF-SALE DISPLAYS

Mobile Stationen im Dauereinsatz

Die Zweit-POS sind permanent im Einsatz und müssen deshalb vielen Ansprüchen standhalten. Vom Angerempelt werden durch Einkaufswagen bis zu Stabilität, variablem Einsatz und hübschem Aussehen, damit die präsentierte Ware auch gut abverkauft wird. Hier ein Überblick worauf Sie achten müssen.

Nicht mehr lange, dann sehen wir im Detailhandel wieder den Jahresendspurt. Das Verkaufspersonal bereitet den Laden für Black Friday vor, versetzt ihre Kundschaft mit Schoggi-Samichläusen und Guetzi in vorweihnachtliche Stimmung bevor dann die Feuerwerkskörper in den Regalen liegen.

Nach den Feiertagen ist vor den Feiertagen.

Es gibt vier Arten von Produkten, die besonders schnell abverkauft werden sollen:

- Saisonabhängige Feiertagsartikel
- Frischware
- Margenkräftige Produkte
- Aktionsartikel

Wenn es also einmal nichts zu feiern gibt, gibt es trotzdem immer Artikel, welche schnell im Einkaufswagen der Kunden liegen sollen.

Zweit-Point-of-Sale Displays haben sich bewährt, um Zusatzgeschäfte im Gang oder in Kassennähe zu generieren. Die Stationen sind gut sichtbar platziert und ziehen die Aufmerksamkeit auf die Produkte.



Fotos: Kühnis Solutions AG



**DANIEL KÜHNIS, GESCHÄFTSFÜHRER
DER KÜHNIS SOLUTIONS AG:**

«Es ist wirtschaftlicher und auch ökologischer, auf ein Display zu setzen, das ganzjährig einsetzbar ist.»

Für Händler, die das ganze Jahr über mehr verkaufen wollen, macht es darum keinen Sinn, einen Zweit-POS nur für eine kurze Zeit aufzustellen oder gar auf ein Kartondisplay zu setzen, das nach kürzester Zeit lädiert weggeworfen werden muss. Eine Ganzjahres-Displaystation muss her.

Eine Ganzjahres-Displaystation muss mehr können

Die Ansprüche an eine Displaystation, die das ganze Jahr über eingesetzt wird, sind

höher als beim Einmal-Wegwerf-Display. Ein gutes Display erkennen Sie an folgenden Kriterien:

1. Es ist WIRTSCHAFTLICH.

In erster Linie sollte ein Zweit-POS natürlich seine Funktion erfüllen und zwar mehr Umsatz bei den beworbenen Produkten generieren. Das Display an sich muss also ästhetisch sein, die Produkte von ihrer besten Seite gut sichtbar präsentieren und die Kundschaft zum Kauf einladen.

2. Es ist ROBUST.

Wenn ein Einkaufswagen den Zweit-POS etwas touchiert, muss dieses auch danach noch gut aussehen. Die Materialien eines Ganzjahres-Displays sind auf Stabilität sowie Langlebigkeit ausgelegt. Deshalb ist diese Lösung auch nachhaltiger.

3. Es ist MOBIL.

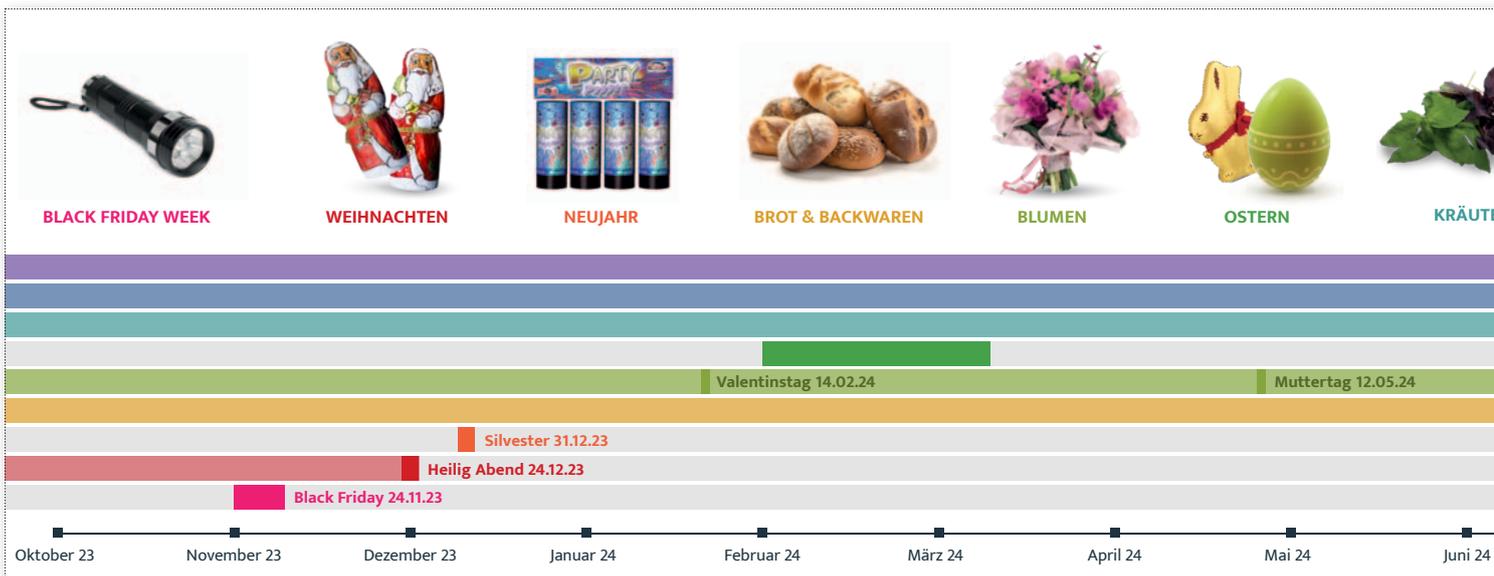
Eine Station sollte sich aus praktischen Gründen schnell vom Gang ins Lager oder in den Kassensbereich rollen lassen. Das Personal darf für eine Umplatzierung nicht unnötig Zeit verlieren. Rollen sind deshalb ein Muss.

4. Es ist KOMPAKT.

In einem Laden gibt es keinen Platz zu verschenken. Deshalb müssen viele Pro-



Kräuterstation mit drei Gitterböden – flexibel bestückbar mit Körben oder klappbaren Kisten.





Brotstation mit Körben – ideal für Backwaren.

dukte auf wenig Fläche Platz haben. Mobile Stationen können das leisten. Es gibt diese in diversen Grössen und in einseitiger sowie doppelseitiger Ausführung, so dass sie für unterschiedliche Platzverhältnisse passen.

5. Es ist MODULAR.

Wenn ein Zwei-POS für unterschiedliche Produkte eingesetzt wird, müssen Gitterböden verschiebbar und Kisten austauschbar sein. Die Modularität ist Grundvoraussetzung für die Skalierbarkeit.

6. Es ist OPTISCH SCHNELL VERWANDELBAR.

Damit eine Blumenstation mit wenigen Handgriffen als Black Friday-POS umgewandelt werden kann, muss eine Komplet-Transformation möglich sein. Dazu gehören austauschbare Marketingschilder, ersetzbare Körbe in unterschiedlichen Farben u. v. m.

7. Es ist INDIVIDUALISIERBAR.

Wenn eine Spezialaktion geplant ist, reichen Standards manchmal nicht mehr. Ein individuelles Design ist nötig. Das Corporate Design des Unternehmens muss abbildbar sein.

8. Es ist HYGIENISCH.

Insbesondere wenn mit dem Zwei-POS Frischprodukte oder Lebensmittel verkauft werden, müssen Körbe und alle einzelnen Teile waschbar und wiederverwendbar sein.

9. Es gibt VIEL PASSENDES ZUBEHÖR.

Die Kombinierbarkeit lebt von der grossen Auswahl an dazugehörigem Zubehör. Dazu braucht es klappbare Kisten, Einleger, Körbe in unterschiedlichen Grössen, Formen und Farben, Gitterböden in diversen Tiefen u. v. m.

10. Es ist ERWEITERBAR.

Kundenanforderungen, Ladenkonzepte und Layouts ändern sich über die Zeit. Bei der Anschaffung eines Zwei-POS sollte des-

halb vorausschauend überprüft werden, ob dieser mit anderen zusätzlichen Stationen kombinierbar ist. Und zwar so, dass es auch dann noch ein stimmiges Gesamtbild ergibt.

Unterm Strich zeichnet sich ein optimaler Zwei-POS durch ein hohes Mass an Wirtschaftlichkeit, Stabilität und Flexibilität aus. Nur so kann dieser sich über das ganze Jahr hinweg im Detailhandel als praxistauglich erweisen.

WWW.KUEHNIS-SOLUTIONS.CH

ÜBER KÜHNIS SOLUTIONS AG

Das Unternehmen ist im Schweizer Retail für seine Auszeichnungen- sowie Verkaufsförderungslösungen bekannt. Mit ästhetischen Warenpräsentationsformen macht es die Produkte im Laden sichtbar(er) und steigert dadurch den Abverkauf. Die Lösungen sind modular, flexibel und kombinationsfähig. Sie werden also auch dann noch ins Verkaufskonzept passen, wenn Skalierbarkeit gefragt und Adaptionen geplant sind. Die Sortimentsauswahl und die Kombinationsmöglichkeiten sind vielfältig. Deshalb begleitet die Kühnis Solutions Detailhändler und Markenhersteller von der Idee über den Gestaltungsvorschlag bis zur fertigen Präsentationslösung.

