



Die richtigen Tools sorgen für eine ansprechende Performance der Produkte im Regal und beim Shopper für den Wow-Effekt.

Foto: AdobeStock, lucky1984

## Warenpräsentation

# Highlight Regal

Die Anzahl der Produkte, die um einen guten Platz im Regal miteinander konkurrieren wächst stetig und die Fläche ist begrenzt. Doch es gibt einige Tools, die die Aufmerksamkeit der Shopper erregen. Damit wird das Regal zur Marketingbühne, auf der Produkte performen.

Wow-  
Auftritt



**Weithin sichtbar:** Der farbenfrohe Werbewobbler von VKF Renzel lenkt die Aufmerksamkeit der Shopper auf das Produkt.

Foto: VKF Renzel



„Marke und Produkt müssen gut erkennbar und gut erreichbar sein. Zusätzlich gibt es verschiedene Möglichkeiten, auf Produkte aufmerksam zu machen.“

Joachim Ostendorf, Geschäftsführer VKF Renzel  
Foto: VKF Renzel

Es ist weit mehr als nur Aufbewahrungsplatz: Das Regal bietet optimale Möglichkeiten, Produkte ansprechend in Szene zu setzen und ins Blickfeld der Shopper zu rücken. Übersichtlichkeit und Ordnung spielen dabei ebenso eine Rolle wie ständige Verfügbarkeit der Ware. Leere Regale verärgern den Shopper und schrecken ab. Mithilfe verschiedener Maßnahmen können Markenartikelhersteller die Neugierde der Shopper wecken und die Kaufentscheidung beeinflussen. Im Gespräch mit POS-Experten liefert display Antworten darauf, welche Tools wirken und wie der Umsatz gezielt angekurbelt werden kann.

#### Sichtbarkeit

Die Verkaufsfläche ist die Verbindung zwischen Marken und Shopper. Ihrer Gestaltung und der Präsentation der einzelnen Produkte kommt daher eine wesentliche Rolle zu. So wie der Markt in unterschiedliche Bereiche eingeteilt werden kann, die vom Shopper häufiger oder eben weniger häufig aufgesucht werden, ist auch das Regal in verschiedene Zonen eingeteilt. Während auf Augenhöhe und etwas tiefer Luxus-Artikel und gut laufende Produkte sowie Neuheiten und Angebote platziert werden, sind

in der sogenannten Streckzone und Bückzone günstigere Produkte platziert. Dementsprechend hat die Anordnung der Ware einen großen Stellenwert, denn Kaufentscheidungen werden innerhalb nur weniger Sekunden getroffen. Dabei kommt es aber nicht nur auf die richtige Platzierung an.

„Marke und Produkt müssen gut erkennbar und gut erreichbar sein. Zusätzlich gibt es verschiedene Möglichkeiten, auf Produkte aufmerksam zu machen“, weiß Joachim Ostendorf, Geschäftsführer von VKF Renzel zu berichten. „Mit Hilfe einer guten Ausleuchtung der Ware, aber auch mit Wobblern oder Regalstoppeln können Angebote oder Neuheiten in den Fokus der Shopper gerückt werden. Ordnungssysteme wie Fachteiler oder Pusher, die passgenau auf die angebotenen Produkte angepasst werden können, garantieren eine lückenlose Präsentation der Ware“, so Ostendorf weiter.

Um die Shopper auch optisch anzusprechen, können Tools wie Fachteiler zusätzlich veredelt werden. Dies lenkt die Blicke der Shopper auf die Produkte, wie Bernd Neumaier, Geschäftsführer Oechsle Display Systeme, >>



## EMOTIONALE ERLEBNIS- WELTEN IM LADENBAU



DESIGN  
ENTWICKLUNG  
PRODUKTION  
MONTAGE  
GU

SCHEMBERG entwickelt, produziert und montiert Erlebnis- und Präsentationswelten, die einfach mehr verkaufen – für Einzelhändler, Filialisten und Konzerne. Weltweit!



Th. Schemberg Einrichtungen GmbH  
Bahnhofstraße 10 · D-49497 Mettingen  
T +49(0) 54 52.56-0

[www.schemberg.de](http://www.schemberg.de)

» bestätigt: „Werden Fachteiler etwa an Optik und Material des Realbodens angepasst, verbessert dies die Tonalität am POS – ein wichtiger Faktor beim Shopdesign.“

#### Herausforderung Präsentation

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Warenpräsentation ist es, Out-of-Stock-Situationen zu vermeiden. Denn ist ein Produkt im Regal nur schlecht oder sogar gar nicht auffindbar, wandern Shopper schnell zur Konkurrenz ab und kaufen die Produkte in einem anderen, besser sortierten Shop. Um dies zu verhindern, eignen sich Warenvorschubsysteme. Sie sorgen für ein einheitliches Bild im Regal und bieten dem Shopper Orientierung. Drohende Nicht-Verfügbarkeit von Ware kann zudem früher erkannt und vermieden werden. So wird dem Supermarktpersonal die Pflege des Regals erleichtert. Aber auch hier sollte einiges beachtet werden: „Wichtig ist, eine gut durchdachte Planung. Ist ein Warenvorschub beispielsweise »



**Shopping Experience** – Die LCD-Bildschirme von Permaplay können direkt am Regal eingesetzt werden und bieten Infos und Entertainment.

Foto: Permaplay

## Smarte Warenvorschubsysteme

Eine übersichtliche Warenpräsentation im Regal beeinflusst die Kaufentscheidung erheblich. Mittlerweile gibt es vielfältige Möglichkeiten, um Ordnung und eine ansprechende Optik im Regal zu schaffen. Im Gespräch mit display erklärt Oliver Voßhenrich, Geschäftsführer POS Tuning, welchen Vorteil Warenvorschubsysteme bieten und was das smarte Prinzip dahinter ist.

**DISPLAY:** Wie kommt es zu Out-of-Stock-Situationen?

**OLIVER VOSSHENRICH:** Zu einer solchen Situation kann es aus verschiedenen Gründen kommen. Das Produkt ist bei Shoppers beliebt und wird oft gekauft. Darum ist die Drehzahl zwischen Abverkauf und Auffüllen höher, als bei anderen Produkten. Oder die Bestellmenge ist falsch. Das passiert schnell, wenn sich ein Produkt wider Erwarten, beispielsweise aus saisonalen oder marketingtechnischen Gründen, besser verkauft als vorher berechnet. Insbesondere bei neuen Produkten, für die noch keine Absatzerfahrung existiert, ist dies die häufigste Ursache für Fehlbestände. Und dann kann

es auch sein, dass das Regal unzureichend gepflegt und eine Out-of-Stock-Situation nicht bemerkt wird. Regallücken lassen sich nur dann gut erkennen, wenn es eine einheitliche, aufgeräumte Frontpräsentation gibt.

**DISPLAY:** Welche Möglichkeiten bietet POS Tuning, um Out-of-Stock-Situationen zu vermeiden?

**OLIVER VOSSHENRICH:** Unsere Lösungen helfen dabei, die Ordnung und Übersicht im Regal zu gewährleisten. Durch permanente Frontpräsentation stehen alle Produkte konstant in vorderster Reihe. Out-of-Stock-Situationen können somit sofort erkannt und behoben



**Oliver Voßhenrich**, Geschäftsführer POS Tuning

Foto: POS Tuning

werden. Das Tolle ist, dass unsere Systeme nicht nur im klassischen Regal, sondern auch im Cooler, der TK-Truhe oder auch in einem Display funktionieren und für nahezu alle Kategorien anwendbar sind. Auch in anderen Handelskategorien, wie in Hobby oder Baumarktsparten, können wir von POS Tuning für mehr Übersicht und somit auch mehr Umsatz sorgen. Richtig spannend und smart wird es



„Werden Fachteiler etwa an Optik und Material des Regalbodens angepasst, verbessert dies die Tonality am POS – ein wichtiger Faktor beim Shopdesign.“

Bernd Neumaier, Geschäftsführer Oechsle Display Systeme Foto: Oechsle Display Systeme

dann, wenn wir mit unserer neoalto Beacon-Technologie die Produktbewegungen im Regal messen.

**DISPLAY:** Was ist das „smarte“ Prinzip dahinter?

**OLIVER VOSSHENRICH:** Wenn etwas smart ist, zeichnet es sich nicht nur durch technische Raffinesse oder künstliche Intelligenz aus. Mittlerweile bedeutet smart auch: ressourcenschonend, umweltfreundlich und nachhaltig. Und mit unseren Systemen können wir alle diese Ansprüche bedienen. Wenn sich beispielsweise Bestellvorgänge optimieren lassen, können somit auch Lieferungen besser organisiert und Fahrkosten reduziert werden. Das spart nicht nur Geld und Zeit, sondern auch Energie. Smarte Technologie ist der Schlüssel für nachhaltiges Handeln.

**DISPLAY:** Wie funktioniert das Sensor-System?

**OLIVER VOSSHENRICH:** Die Sensorentechnik liefert die Informationen, die sonst im Verborgenen bleiben würden. Jede Warenbewegung wird live erfasst und in einer Cloud für weitere Analysen gespeichert. Damit diese Bewegung auf-

genau auf die Kapazität der Verpackungseinheit ausgelegt, kann dies zu Problemen führen, weil oft noch Restware im Vorschubkanal vorhanden ist. Bei der Konzeption muss auch dies unbedingt bedacht werden“, so Neumaier.

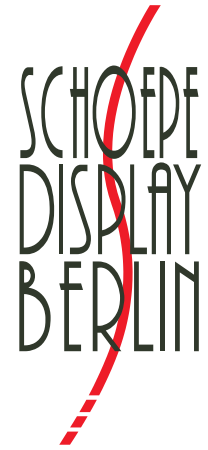
**Im richtigen Licht**

„Der Shopper erwartet heute eine weithin gute Sichtbarkeit beim Betreten des Verkaufsräumens. Licht bietet sich für eine gute Produktpräsentation im Regal optimal an. Deckenbeleuchtung durch Spots zur Markeninszenierung oder auch LED-Leuchtdisplays sind nur einige Mittel, um mit Hilfe von Licht, die richtige Atmosphäre zu schaffen“, beschreibt Sascha Lügger, Leiter Operatives Geschäft DWD Concepts den Stellenwert von Licht. Weiterhin spielt die Lichtfarbe eine große Rolle. So werden einzelne Bereiche im Shop unterschiedlich ausgeleuchtet, wie Lügger bestätigt: „Die verschiedenen Produktkategorien benötigen jeweils unterschiedliche Lichtinszenierungen.“

gezeichnet werden kann, muss der Sensor auf einem Warenvorschub montiert sein. Der Vorschub nimmt den Sensor also „Huckepack“. Die Vorschubsysteme von POS Tuning und die Sensortechnik von neoalto sind das perfekte Doppel für die digitale Sicherstellung der Warenverfügbarkeit.

**DISPLAY:** Welche Daten werden erhoben?

**OLIVER VOSSHENRICH:** Die Möglichkeiten, die sich mit der Smart Shelf Technologie abbilden lassen, sind enorm! Angefangen bei der Analyse der lokalen Shoppennachfrage, über den Abverkauf pro Regal unter der Berücksichtigung von Standort, Saison und Events bis hin zum Erstellen eines optimalen Planogramms. Insbesondere lässt sich mit der smarten Technologie ermitteln, welche Potenziale noch im Regal schlummern. Da die Sensoren sowohl den Bestand als auch den Abverkauf messen, kann unsere Technologie exakt berechnen, wieviel Absatz mehr bei vollständiger Warenverfügbarkeit möglich gewesen wäre. Oder anders ausgedrückt: Wieviel Absatz durch Out-of-Stock verloren gegangen ist.



*Unsere Marke für kleine Auflagen*



Display und Schoepe: Das gehört zusammen!





„Der Shopper erwartet heute eine weithin gute Sichtbarkeit beim Betreten des Verkaufsraumes. Licht bietet sich für eine gute Produktpräsentation im Regal optimal an.“

Sascha Lügger, Leiter Operatives Geschäft DWD Concepts Foto: DWD Concepts

» Der Einsatz von Lichtfarbe und -stärke ist hier das grundlegende Handwerkszeug.“ Direkt am Regal werden Produkte etwa dank LED-Lichtleisten gehighlightet und mit Hilfe von Leuchtdisplays wird die Aufmerksamkeit der Shopper gezielt auf die Produkte gezogen „Licht lenkt die Aufmerksamkeit und bewirkt, dass die Produkte im Regalboden hervorgehoben werden. Dabei ist es notwendig, die Lichtdramaturgie nicht aus dem Auge zu verlieren. Nur das perfekte Zusammenspiel von Licht, Schatten und gedämmten Lichtzonen bringt optimale Ergebnisse hervor, trägt zur Wohlfühlatmosphäre bei und lässt den Kunden länger im Shop verweilen“, erklärt Lügger.

#### Erlebnis POS

Mit der richtigen Beleuchtung kann die Shoppingtour zum Erlebnis werden, was für den Shopper eine immer größere Rolle spielt, wie auch Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay unterstreicht: „Neben der zielgruppenorientierten Ansprache, wünschen sich die Shopper ein anregendes Einkaufserlebnis. Dafür sorgen nicht nur stimmige Shopdesigns, sondern auch multimediale Tools, die das Einkaufen mit Infotainment verbinden.“ Wie etwa LCD-Monitore, die direkt am Regal angebracht werden. Aufmerksamkeitsstark werden so Produkt und Marke inszeniert und darüber hinaus werden Produktinformationen direkt an den Shopper gebracht. Ein Vorteil dieser Instore-Maßnahmen ist, dass Bewegtbild immer mehr Aufmerksamkeit erregt als statische Tools. Und die Möglichkeiten sind vielfältig: Videos oder Fotos

können ebenso abgespielt werden wie Texte oder Grafiken.

„Die Erwartungen der Shopper können nur erfüllt werden, wenn der POS sich weniger als Produkt-Ausgabestation begreift, sondern vielmehr als Marken-Erlebniscenter. Ein wichtiger Baustein ist hier die lückenlose Digitalisierung aller Schritte von Social Media über Website bis hin zur digitalen Information direkt am Produkt im Regal“, sagt Vogt.

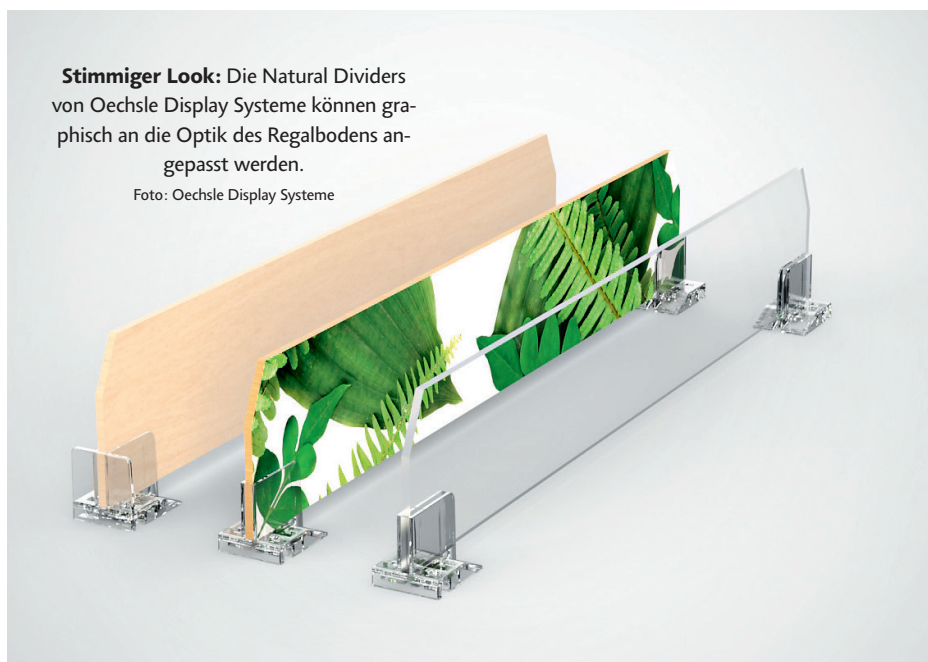
#### Der Klassiker Wobbler

Eine weitere Instore-Maßnahme, die zu den bewährten Mitteln zählt, sind Wobblers oder Regalstopper. Sie machen häufig auf Neuheiten oder Sonderangebote aufmerksam, dienen aber auch zur optischen Aufwertung am Regal und zu einer besseren Strukturierung der Produkte. Silke Guinard, Geschäftsführerin Jegab, weiß warum sich der Werbewobbler als klassisches Tool der Warenpräsentation nach wie vor optimal eignet: „Regalstopper können einzelne Produkte aus der Menge hervorheben, sind einfach in der Anwendung, kostengünstig und vor allem flexibel einsetzbar, da sie schnell montiert und wieder demontiert werden kön-



„Shopper wünschen sich ein anregendes Einkaufserlebnis. Dafür sorgen nicht nur stimmige Shopdesigns, sondern auch multimediale Tools, die das Einkaufen mit Infotainment verbinden.“

Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay Foto: Permaplay



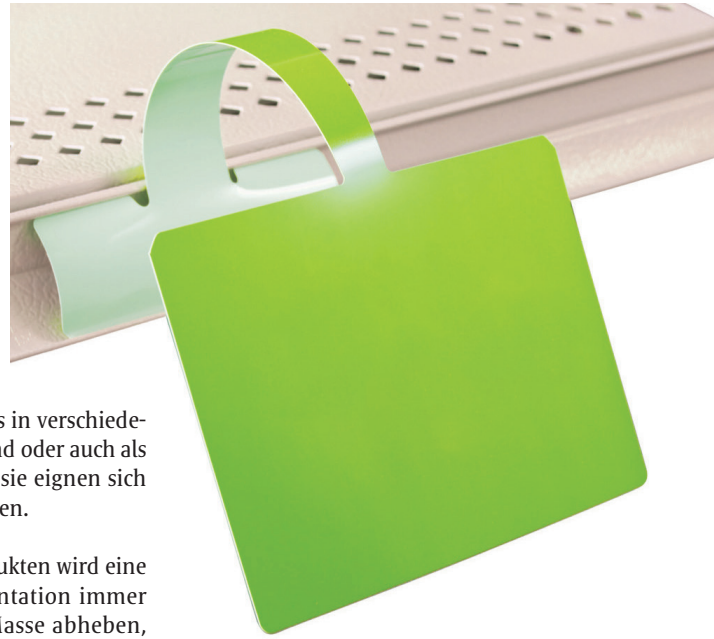
**Stimmiger Look:** Die Natural Dividers von Oechsle Display Systeme können graphisch an die Optik des Regalbodens angepasst werden.

Foto: Oechsle Display Systeme



„Regalstopper können einzelne Produkte aus der Menge hervorheben, sind einfach in der Anwendung, kostengünstig und vor allem flexibel einsetzbar, da sie schnell montiert und wieder demontiert werden können.“

Silke Guinard, Geschäftsführerin Jegab Display  
Foto: Jegab



nen.“ Die Werbewobbler gibt es in verschiedenen Ausführungen selbstklebend oder auch als Clip für die Regalschiene und sie eignen sich für verschiedene Materialstärken.

Aufgrund der Vielzahl an Produkten wird eine gut durchdachte Warenpräsentation immer wichtiger. Wer sich von der Masse abheben, Shopper in den Laden locken und sein Produkt verkaufen möchte, kann sich vieler verschiedener Mittel bedienen. Welche Instore-Maßnahme geeignet ist, muss individuell entschieden werden. Fest steht: Mit einer auf die Shopper abgestimmten Warenpräsentation wird das Regal zur Bühne, wo sich die Produkte fast von selbst verkaufen. <<<

**Aufmerksamkeit garantiert:** Leicht zu montieren und daher flexibel einsetzbar machen die Regalstopper von Jegab direkt am Regal auf das Produkt aufmerksam.

Foto: Jegab Display

– Anzeige –

**KNISTR**

## Kundenbindung aus Konsumentensicht!

Was sich Konsument\*innen von Loyalty-Programmen wünschen.

**Neue Studie!**

**Retail Loyalty Studie:**  
Was sich Konsument\*innen von Loyalty-Programmen wünschen

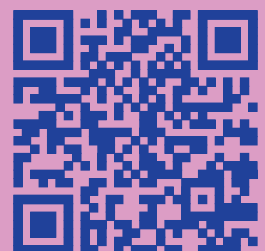
Erkäuferverhalten - Features - Verbundenheit  
inklusive 10 Tipps für Loyalty-Programme

**KNISTR**



→ Inklusive **10 Tipps** für Loyalty-Programme.

**Jetzt kostenfrei downloaden!**



knistr.com