



*... aufs Endprodukt,
das zusätzlich die Attri-
bute Praxistauglichkeit,
Stabilität, Wertigkeit
und Wandelbarkeit in
sich vereint*

Merchandising für „Gregs Welt“ eigentlich gar keine ist, sie also um fündig zu werden, nicht erst den ganzen Laden absuchen müssen.

display: Wagen wir zum Schluss noch einen Blick in die Kristallkugel. Was können Sie uns heute schon über die zukünftige Zusammenarbeit zwischen Bastei Lübbe und der Kersten Display GmbH verraten? Welche Projekte sind Ihrerseits geplant?

Marcella Fiuman: Konkrete Pläne für neue Verkaufslösungen gibt es zur Zeit keine, jedenfalls was den von mir betreuten Bereich angeht. Aber natürlich wird

sich der Verlag auch weiterhin mit Fragen der Warenpräsentation beschäftigen, denn schließlich gilt es neben dem Fachhandel ja auch noch den Flächenmarkt zu beschicken. Wobei niemand so wirklich einschätzen kann, welche Entwicklung der stationäre Buchhandel nimmt. Fakt ist, dass momentan leider immer noch Läden geschlossen und Filialen reduziert werden. Ich bin daher fest davon überzeugt, dass es bei der Produktplatzierung zukünftig noch mehr auf die individuelle Qualität der Verkaufslösungen ankommen wird. Und genau aus diesem Grund ist und bleibt die Kersten Display GmbH für uns die erste Adresse. ■

Bastei Lübbe setzt auf langfristige Lösungen von Kersten Display

Der Kölner Bastei Lübbe Verlag setzt beim Abverkauf von Merchandising zum Comic-Roman „Gregs Tagebuch“ auf eine POS-Lösung aus dem Hause Kersten Display, die vor allem durch pfiffige Detaillösungen zu glänzen weiß. Einzelheiten zum POS-Engagement von Bastei Lübbe erfuh die display-Redaktion in einem Interview mit Marcella Fiuman, Ihres Zeichens Referentin im Bereich Geschenkewelt/Industriekooperationen.

display: Frau Fiuman, in Zeiten von E-Book und Internet müssen Verlage mehr denn je um die Leserschaft ihrer Print-Ausgaben werben. Welche Bedeutung messen Sie diesbezüglich der Verkaufsförderung am Point Of Sale (POS) bei?

Marcella Fiuman: Wir stünden sicher vor einem Problem, würden wir uns erst heute der digitalen Herausforderung stellen. Denn wie heißt es doch so schön: Der frühe Vogel fängt den Wurm. Mit „Lübbe Digital“ sind wir nicht nur am Puls der Zeit, sondern verfügen darüber hinaus über ein hervorragend etabliertes Marktinstrument mit stetig wachsender Umsatzprognose. Gleichwohl ist und bleibt für uns der POS immens wichtig, denn Hauptabsatzort für das gesamte Verlagsprogramm ist nach wie vor der stationäre Buchhandel. Aber: Die Warenpräsentation am POS ist sehr anspruchsvoll und verlangt nach immer ausgefeilteren Lösungen, da die zur Verfügung stehende Stellfläche oftmals sehr begrenzt ist. Wir waren auf der Suche nach einer Verkaufslösung, die diesen Raum voll ausnutzt, ohne dabei überladen oder unübersichtlich zu wirken. Dabei kam es uns besonders auf Details wie die integrierte Kleiderstange an, denn

wenig ansprechende, in Poly-Beutel verpackte T-Shirts sollte es bei der Warenpräsentation für „Gregs Welt“ nicht geben. Und natürlich sollte die Lösung von hoher Fertigungsqualität und zudem preislich attraktiv sein. So ergab sich Punkt für Punkt ein Anforderungskatalog, der es zugegebenermaßen in sich hatte. Gesucht wurde auch von uns die eierlegende Wollmilchsau. Das Verblüffende daran ist, dass wir diesen Alleskönner unter den Verkaufslösungen am Ende tatsächlich auch bekamen. Aber mit weniger hätten wir uns ehrlich gesagt auch nicht zufrieden gegeben...

display: Aktuell unterstützt eine Ganzmetall-Verkaufslösung den Abverkauf eines Ihrer im stationären Einzelhandel platzierten Verlagsprodukte, was zugleich als Statement für Wertigkeit und Nachhaltigkeit aufgefasst werden kann. Was spricht Ihrer Meinung nach für den Werkstoff Metall und was hat Sie dazu bewogen, von Lösungen aus Pappe und Kartonwerkstoffen Abstand zu nehmen?

Marcella Fiuman: Keine Frage, Pappe ist in der Qualität ganz klar besser geworden. Nichtsdestotrotz hat dieser Werkstoff meiner Auffassung nach optisch immer noch Nachteile



Eines für alles: Die gesamte Produktwelt findet in einem Display Platz



Trafen sich im Verlagshaus von Bastei Lübbe in Köln zum Interview: Marcella Fiuman, Referentin Geschenkwelt/Industriekooperationen bei Bastei Lübbe, display-Chefredakteur Matthias Waage, Marco Ewald, Key Account Manager bei Kersten Display (v.r.n.l.)

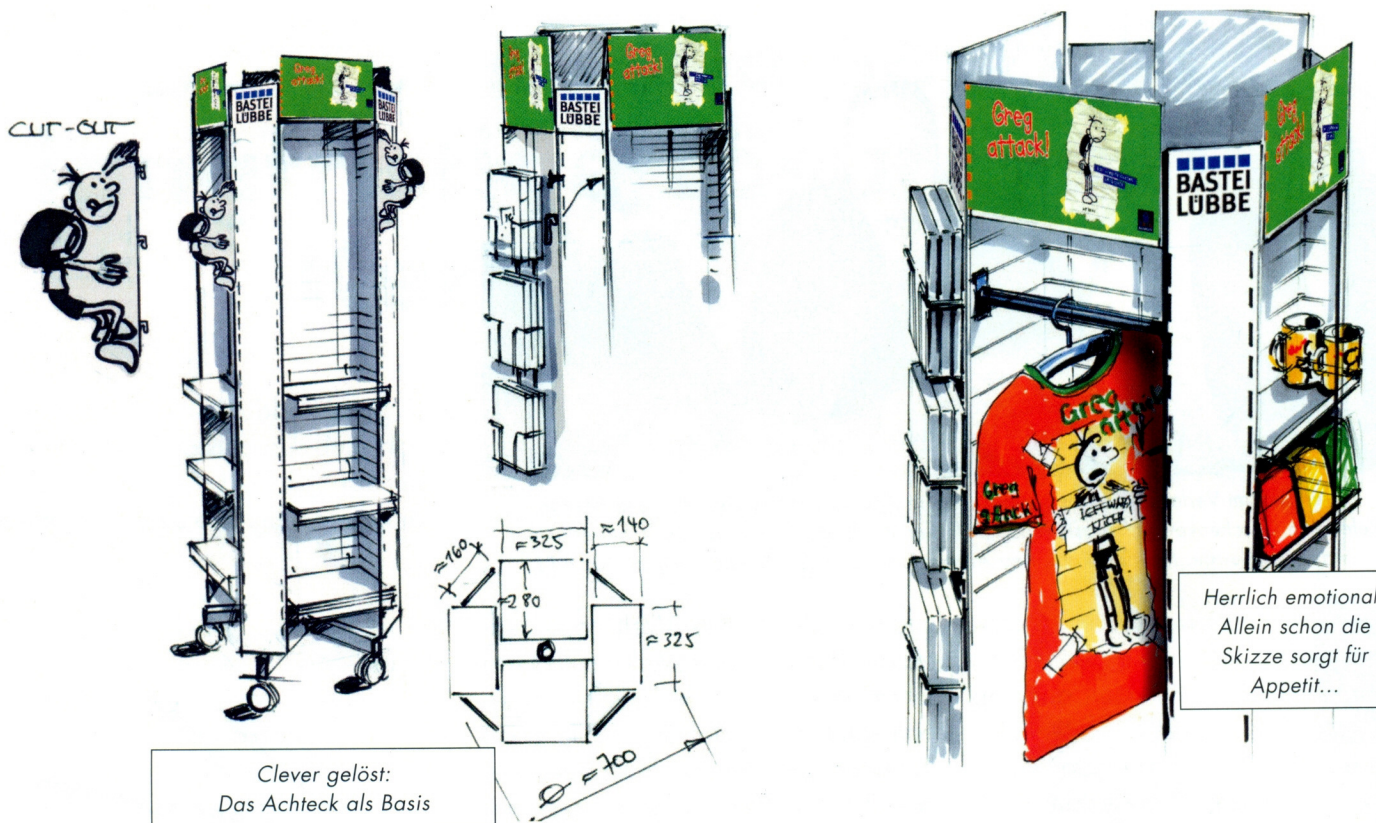
gegenüber hochwertigeren Materialien. Zumal es nicht wenige Buchhändler gibt, die Lösungen aus Pappe entweder prinzipiell oder aber aus Gründen der Unvereinbarkeit mit dem bestehenden Shopdesign ablehnen. Hinzu kommt, dass Pappaufsteller nicht selten bereits nach kürzester Zeit nicht mehr vorzeigbar aussehen. Vor allem der Sockel leidet, da hier schon mal jemand mit dem Kinderwagen anstößt. Ein solches POS-Möbel landet dann schon mal nach zwei Wochen im Abfall. Das ist natürlich genau das, was wir nicht wollen und daher waren sich alle einig, dass nur eine qualitativ hochwertige Lösung in Frage kommt.

Am Anfang schwebte uns eine Holzkonstruktion vor. Nach genauerer Betrachtung erschien uns diese jedoch zu unflexibel, zu mächtig und im Verhältnis zu anderen Werkstoffen zu teuer. Die Wahl fiel letztendlich auf Metall – und auf die Kersten Display GmbH als ausführendes und im Hause Bastei Lübbe wohlbekanntes Unternehmen. Für Metall haben wir uns vor allem deshalb entschieden, weil es beständig, wertig und unschlagbar stabil ist. Die Lösung verfügt über einen austauschbaren Header, so dass das Display auch für andere

Themen als „Gregs Welt“ oder ein zusätzliches unserer Verlagsprodukte in Frage kommt. Der Buchhandel erhält somit eine langfristige Lösung mit nur geringem eigenen Platzbedarf bei gleichzeitig großzügig bemessener Präsentationsfläche. Was sich zuerst wie ein Widerspruch anhört, ist lediglich das Ergebnis konsequenter Raumausnutzung in Verbindung mit intelligent arrangierten Konstruktionsdetails, wie die bereits erwähnte T-Shirt-Stange oder die im Winkel verstellbaren Tableaus.

display: Das Display für „Gregs Welt“ stammt aus dem Hause Kersten Display, einem Ihrer bevorzugten Lieferanten für POS-Material. Warum vertrauen Sie gerade diesem Unternehmen, und was, glauben Sie, macht die Zusammenarbeit so erfolgreich?

Marcella Fiuman: Für die Kersten Display GmbH haben wir uns ganz klar deshalb entschieden, weil die gemeinsame Projektarbeit von Anfang an flüssig lief. So lösten bereits die Vorentwürfe für das Display aufgrund ihrer besonderen Emotionalität wahre Begeisterungstürme aus. Es verwundert daher auch nicht, dass einige unserer Außendienstmitarbeiter bis ►



heute mit diesen Entwurfszeichnungen arbeiten. Die Kersten-Mannschaft war sehr engagiert und überraschte mit immer neuem Input. Für mich aber fast noch wichtiger: Die Chemie zwischen den Beteiligten Personen hat einfach gestimmt. Ein harmonisches Arbeitsklima ist schließlich das A und O jeder Projektarbeit. Allem voran aber hat die hochprofessionelle, zielgeleitete Umsetzung der von mir – manches Mal auch nur so in den Raum geworfenen – Ideen beeindruckt. Kurzum: Es hat einfach alles gepasst.

display: Aber wie genau hat man sich den Entwicklungsprozess zwischen der Verlagsgruppe Lübbe und der Kersten Display GmbH hin zur fertigen POS-Lösung vorzustellen?

Marcella Fiuman: In jedem Fall ganz und gar unproblematisch. Rückwirkend betrachtet waren es nämlich nur eine Handvoll Treffen, die zu dem gewünschten Ergebnis geführt haben. Einmal mehr ist dies ein Indiz dafür,

wie sehr die Kersten Display GmbH unsere Wünsche umzusetzen wusste. Ein konkretes Beispiel hierfür sind u.a. die Kipp-Böden, die von Kersten ins Spiel gebracht wurden, um Bücher und DVDs vor dem Herunterfallen zu sichern, sollte das Display einmal von Kunden allzu beherzt in Drehung versetzt werden.

display: Die POS-Optimierer von Kersten Display sind demnach keine bloßen Erfüllungsgehilfen, sondern Ratgeber in technischen wie gestalterischen Fragen?

Marcella Fiuman: So ist es. Denn aus keinem anderen Grund haben wir am Ende eine optisch ansprechende wie praktische Lösung erhalten.

display: Welche Bedeutung hat für Sie das von Kersten Display zur Verfügung gestellte Ingenieurwissen? Und welche Rolle spielt dieser Aspekt Ihrer Meinung nach bei der technischen Umsetzung einer POS-Lösung?

Marcella Fiuman: Sagen wir es mal so: Die Herren wissen genau, wie man jemandem eine fixe Idee austreibt, und das ist auch gut so. Schließlich macht es schlichtweg keinen Sinn, auf technisch undurchführbaren Lösungen zu verharren. Auch diesen Aspekt hatte Kersten Display vorbildlich im Griff und informierte uns stets sofort, wenn etwas nicht passte oder sich nicht wie gedacht umsetzen ließ. Nicht selten war es dann Dipl. Ingenieur Georg Kersten, der mit seinem technischen Input für entsprechende Lösungsvorschläge sorgte.

display: Gibt es schon ein Feedback darüber, wie das Display im Handel und bei den Endverbrauchern ankommt?

Marcella Fiuman: Unsere Buchhandelspartner haben nicht nur die Praxistauglichkeit des Displays bestätigt, sondern vor allem die gute Kundenresonanz gelobt. Hiernach freut die Kunden am meisten, dass die Suche nach