



Nur was gut
präsentiert wird,
kann auch gut
verkauft werden!

Zeigen Sie die Vielfalt, die in Ihrem
Pressesortiment steckt.

QUALITÄTSOFFENSIVE
Kostenfreie
POS-Beratung!

Bundesweite Marketingoffensive zur Optimierung der Pressepräsentation im Einzelhandel

Nur **was gut präsentiert** wird, **kann auch gut verkauft** werden!

Diesem Leitsatz folgend hat der Bundesverband Presse-Grosso e.V. die groß angelegte Qualitätsoffensive „**Grosso, die tun was**“ beschlossen. Eine Initiative, die sich seit 2008 erfolgreich weiterentwickelt. Auslöser der Qualitätsoffensive sind u.a. folgende Erkenntnisse, die im Rahmen **umfangreicher Käufermarktstudien** gewonnen wurden:



Verweildauer der Kunden am Regal sinkt

Die durchschnittliche Verweildauer ist innerhalb von fünf Jahren von 3 Min. 18 Sek. auf 2 Min. 36 Sek gesunken.



Der Kunde wird zunehmend erst am Regal zum Käufer

Von ca. 5000 befragten Kunden sind 64 % flexible Spontankäufer, Ersatz- und Lustkäufer.



Die Anzahl der Nichtkäufer steigt

Die durchschnittliche Prozentzahl Personen, die am Regal stehen und anschließend keine Zeitschrift kaufen ist innerhalb von fünf Jahren von 19% auf 25% gestiegen



Fehlende Orientierung am Regal

Käufer orientieren sich am Regal an den Titelköpfen der Zeitschriften, um über bekannte Marken das gesuchte Segment zu identifizieren. Die Zeit bis zum Auffinden des gesuchten Titels ist bei strukturierten Regalen – unter gewissen Bedingungen – geringer, als bei unstrukturierten Regalen!

Die Käufermarktstudie zeigt deutlich, dass eine qualitativ ansprechende Regalpräsentation des Zeitschriften- und Zeitungssortiments mit Orientierungshilfen und einem attraktiven Angebot immer wichtiger wird, um Kaufanreize zu schaffen.

Sie wollen zukünftig höhere Umsätze realisieren und Spontankäufe bei Ihren Kunden fördern?

Dann fordern Sie bei Ihrem Presse-Großhändler eine Beratung zu folgenden Fragen an:



Hat die Pressevielfalt eine klare Struktur?

Über Warengruppeneinweise erhalten die Konsumenten einen Überblick zu den jeweiligen Themengebieten. Der Verbraucher möchte in angemessener Zeit seine Ware finden. Zudem fördert dies Spontankäufe



Sind Ihre Presse-Regale noch zeitgemäß?

Moderne Mehrstufige Presse-Regale bieten die Möglichkeit, attraktiv und Platz sparend ein breites und tiefes Sortiment fachgerecht anzubieten. Das garantiert Attraktivität und Sortimentskompetenz.



Sind die Markenhilights optisch hervorgehoben?

Präsentieren Sie die Marktführer im Sinne einer „Leuchtturmfunktion“ im Regal gut. Dies zeigt dem Verbraucher die bekannte Marke und auch den Beginn einer Warengruppe nach Themengebiet.



Wir beraten Sie gerne!

Nach ausführlicher Besprechung Ihrer Potenziale vor Ort entscheiden Sie gemeinsam mit Ihrem Ansprechpartner im Presse-Grosso, welche Optimierungsmaßnahmen Sie durchführen möchten.



Maßnahmen der Qualitätsoffensive

Im **Mittelpunkt** steht die aktive **Unterstützung des Pressefachhandels** durch die Grossisten bei der **optimalen Präsentation der Warengruppe Presse**. Hierbei stehen vor allem folgende Aspekte zur **Realisierung höherer Umsätze** und zur **Förderung von Impulskäufen** im Fokus:

- **Vertikale Blockbildung und Beschriftung nach Themen**
- **Moderne Stufenträgerregale**
- **Integration neuer Beleuchtung**
- **Kennzeichnung der Objektgruppen und Marken**
- **Schulungen zu Einzelhandelsthemen**
- **Innenraumausstattung und -Konzept „Presse-Welt“**
- **VMP Kasse**
- **Schaufenstergestaltung**

QUALITÄTSOFFENSIVE
Kostenfreie
POS-Beratung!

Die **Qualitätsoffensive** ist mittlerweile ein **zentraler Marketingbaustein** des Pressegroßhandels am Point of Sale – das kann sich sehen lassen: Die oben genannten Maßnahmen wurden bisher über **22.000 mal** **erfolgreich** umgesetzt mit dem Ergebnis:

Nach **Teilnahme** an der
Qualitätsoffensive liegt der
Umsatz für den Einzelhändler um
mehr als 5 % über dem Markttrend

Herausgeber

Bundesverband Presse-Grosso
Händelstraße 25-29
50674 Köln

in Kooperation mit

VDZ

Verband Deutscher
Zeitschriftenverleger