



„Im besten Fall werden mit einem Shop-in-Shop in beide Richtungen Spill-Over-Effekte erzielt.“

Michael Becher, Vertriebsleiter Deiner GmbH

lassen. Geschäftsführer Carsten Schemberg ist davon überzeugt, dass Shop-in-Shop Systeme den Bedürfnissen der Verbraucher entgegen kommen: „In einer immer uniformen Handelswelt, in der sich die Einkaufsstrassen sehr ähneln, suchen Verbraucher Neues und Einzigartiges“, führt der Retail-Experte

weiter aus. „Durch den weiterhin starken Verdrängungswettbewerb wird es immer wichtiger werden, wie sich der Handel am Point of Sale präsentiert. Kunden suchen eine glaubwürdige Markeninszenierung mit einer erkennbaren Geschichte. Ein gutes Shop-in-Shop Design arbeitet die „Story“ der Marke heraus und setzt diese in ein authentisches Konzept um, durch das die Ware perfekt in Szene gesetzt wird. Das ist relevant für den Erfolg. Richtig effizient wird es dann, wenn Handel und Ladeneinrichter direkt zusammenarbeiten.“

Anpassungsfähige Systeme für den optimalen Spill-Over

Effizienz ist bei Shop-in-Shop-Systemen besonders wichtig. Denn im Vergleich zu Displays, von denen meist Hunderte oder gar Tausende produziert werden, werden Shop-in-Shop-Systeme meist nur für einige wenige Stores realisiert. „Um den relativ hohen Aufwand nicht noch weiter zu erhöhen, sollte daher unbedingt darauf geachtet werden, dass es sich um ein Roll-Out-fähiges System handelt, das in verschiedenen Flächen-Formaten platziert werden kann“, meint Becher. „Vielfach sieht man Shop-in-Shop-Lösungen, die zu individuell und nicht duplizierbar sind“, wundert er sich. „Da glaubt man jedes Mal, man wäre in einem anderen Laden.“



Ein blauer Leuchtstreifen macht den Wiha-Shop zum Eyecatcher. Deiner hat für den Werkzeughersteller ein eigenes Regalsystem entwickelt und gefertigt, das sich von den Baumarkt-Regalen abhebt und die umfangreiche Produktpalette zeigt.



„Da der Handel ständig Veränderungen ausgesetzt ist, ist es sinnvoll, auch die Marke immer wieder neu zu inszenieren.“

Carsten Schemberg, Geschäftsführer Theodor Schemberg Einrichtungen GmbH

Und auch der Shop, in den der Marken-Shop integriert wird, könnte, wenn man nicht aufpasst, ungewollt Nachteile erleiden. Diesen müsste, nach Bechers Meinung, bereits bei der Konzeption entgegen gewirkt werden. So sollten sich Shop-in-Shop Systeme optisch gut in die Umgebung einfügen und sich baulich nicht zu sehr abgrenzen. „Im schlimmsten Fall kann ein Shop-in-Shop zum Identitätsverlust des Stores führen, wie zum Beispiel in den Kosmetikabteilungen vieler Kaufhäuser zu beobachten ist. Dort wissen die Kunden doch gar nicht mehr, wo sie sind“, meint er und empfiehlt eine eher offene Konstruktion ohne Wände und ein an das bestehende Umfeld angepasstes Design. Eine zu starke Abgrenzung sei auch nicht im Interesse der Marke, da diese wie ein Schwelbe wirke. „Nicht jede Marke ist stark genug, um die Kunden über solch eine Schwelbe zu ziehen“, erklärt er. „Im besten Fall werden mit einem Shop-in-Shop in beide Richtungen Spill-Over-Effekte erzielt. Dann überträgt sich die Inszenierung der Marke auf den Store und stärkt ihn, während der Shop vom hochfrequentierten Umfeld profitiert.“

Nicht zu stark abgrenzen, aber dennoch abheben – in diesem Spannungsfeld bewegen sich Displayhersteller und Ladenbauunternehmen bei der Konzeption von Shop-in-Shop Systemen. „Wir entwickeln unsere Shop-in-Shop Konzepte stets gemeinsam mit den Kunden“, sagt Schemberg. „Auch wenn es unser Ziel ist, die Marke klar erkennbar zu machen, berücksichtigen wir dabei stets die unterschiedlichen Marktumfelder wie Kaufhäuser, Lebensmittel-



Outdoor Feeling indoor: Schemberg hat für die Marke „Riese & Müller“ im Fahrradhaus Zweirad Stenger in Hösbach eine Offroad-Szenerie entworfen.

märkte, Baumärkte, Parfümerien oder Sporthäuser.“ Ein gutes Beispiel für ein gelungenes Shop-in-Shop System ist der von Schemberg geplante und realisierte „Riese & Müller Shop“ im Fahrradhaus Zweirad Stenger in Hösbach. Sowohl durch das gewählte Material – anbehandeltes Holz – als auch durch die Anordnung der von Grünpflanzen umsäumten Warenträger – höhenversetzt, kopfüber, vor einer Landschaftsaufnahme – wird eine authentische, dreidimensionale Offroad-Szenerie erschaffen, die den Claim der Marke „Open Spaces“ erlebbar macht und schon von weitem auffällt. Dabei korrespondiert das offene, „rouge“ Design des Shops mit dem Natur-Tech-Style des weitläufigen Fahrradhauses und lädt die Kunden zum Betreten der Markenwelt von Riese & Müller ein. Für Schemberg ist es jedoch nicht mit der Installation des Shops getan. „Wichtig für die richtige Inszenierung der Ware ist auch die Schulung des Verkaufspersonals“, mahnt er und fügt hinzu: „Da der Handel ständig Veränderungen ausgesetzt ist, ist es sinnvoll, auch die Marke immer wieder neu zu inszenieren. Hier ist es notwendig, die Shop-in-Shop Möbel in gewissen Abständen zu verändern und neu oder moderner zu gestalten.“

Mehr Platz, mehr Wert

Auch der von Deiner entwickelte und gefertigte Shop-in-Shop für den Rasierapparat-Hersteller Braun, zeigt gut, wie sich eine eigenständige Markenwelt in einen Handelsmarkt integrieren lässt, ohne dessen Charakter zu zerstören oder auf die eigene Aufmerksam-

keitsstärke zu verzichten. Der Braun-Shop fügt sich farblich in das Category-Design ein, unterscheidet sich jedoch durch seine demonstrative Wertigkeit. „Um die Qualität der Produkte zu betonen, haben wir auch bei den Möbeln besonderen Wert auf Hochwertigkeit und eine gefällige Formensprache gelegt“, erklärt Becher. „Zudem wird die Wertigkeit der Marke durch die Großzügigkeit der Präsentationsflächen unterstrichen, die viel Platz für die Darstellung der kompletten Range bietet und dem Kunden verschiedene Möglichkeiten offeriert, sich über die Produkte zu informieren und diese auszuprobieren.“

Wie man sieht, gibt es viel zu beachten bei der Konzeption und Fertigung von Shop-in-Shop Systemen. Doch mit der richtigen Expertise eröffnen die Erlebniswelten neue, erfolgsversprechende Möglichkeiten, die Shopper am POS zu begeistern. <<

– Anzeige –

Ihr zuverlässiger POS-Partner für
Multimedia und Digital Signage

Permaplay Open Frame Series NEW!!!



Permaplay Open Frame Einbaumonitore verfügen über ein hochwertiges Metallgehäuse für vielfältige Einsatzzwecke.

- ✓ Superflach! minimale Außenabmessungen, da auf das Original Panel aufgebaut wird.
- ✓ Mehr Flexibilität beim Einbau/Montage im Verkaufsdisplay
- ✓ POS Funktionen: Auto-Start bei Stromzufuhr + Auto-Play + USB-Auto-Update
- ✓ Metallgehäuse für mehr Stabilität und zum Schutz des Panels

Sie eignen sich für viele Einsatzbereiche wie z.B. am POS im Verkaufsdisplay, im industriellen Umfeld, auf Theken und Messen etc.

Permaplay

www.permaplay.de
info@permaplay.de

