

Wie setzt man sich ins rechte Licht?

Convenience-Produkte als Umsatzgaranten

PRÄSENTATION

MAINZ (DTZ/red). „Warum hat er sich gerade für dieses Geschäft entschieden?“ Dies fragt sich nicht nur ein Marktforscher oder Architekt, sondern natürlich der Geschäftsinhaber. Im Mittelpunkt des Interesses steht dabei immer der Konsument, wissen Experten.

Das Geschäft mit Convenience-Produkten erreicht nach Angaben von Branchenkennern derzeit ca. 20 Mrd. Euro Umsatzvolumen pro Jahr mit steigender Tendenz.

Im Vergleich zum übrigen Einzelhandel werde hier noch stärker Ambiente und Funktion miteinander verbunden, müssten die Shop-Architektur und das Visual Merchandising aufeinander abgestimmt sein und die Ladengestaltung, Dekoration und Warenpräsentation bewusst als Verkaufsförderungsinstrument eingesetzt werden, heißt es.

Spezielle Angebote

Ein Unternehmen, das seit über zwei Jahrzehnten nicht nur diesen Shops hilft, sich ins rechte Licht zu setzen, ist nach eigenen Angaben die Münsteraner Firma ANS American Neons. Das Unternehmen habe sich darauf spezialisiert, dem Anwender durch komfortable Technik den größtmöglichen individuellen Werbenutzen zu ermöglichen, heißt es. ANS American Ne-



Leuchtende Eiswerbung.

ons unterstützt nach eigenen Angaben die Produktpräsentation nationaler und internationaler Unternehmen wie Coca-Cola, Basic, Fleurop oder Schöller.

Als Neuheit für den schnellen Motivwechsel kündigen die Münsteraner Leuchtkästen mit Klapprahmen (Aluminiumprofil) für die Hinterleuchtung plakativer Werbung. Konkret handele es sich hier um sechs Leuchtstoffröhren mit je 18 Watt für die Ausleuchtung. Spezialglas Sorge für optimale Lichtsteuerung. Die einseitigen oder doppelseitigen Leuchtkästen gibt es laut Anbieter für die Wandmontage oder als Deckenabhängung; sie sind bereits anschlussfertig.