

Norddeutsche Pressegrossisten auf der Edeka-Frühjahrsmesse

Unter dem Motto „Beste Platzierung für Ihre Top-Titel“ präsentierten die norddeutschen Pressegrossisten bereits zum siebten Mal in Folge ihre Kompetenz als aktiver Category Captain auf der Frühjahrsmesse der Edeka-Regionalgesellschaft Nord, die am 25. und 26. März 2015 in Neumünster, Schleswig-Holstein, stattfand.

Bereits seit Frühjahr 2012 zeigen die Nordgrossisten regelmäßig mit einem Gemeinschaftsstand in Neumünster Präsenz. Unter der diesjährigen Federführung von Isabelle Hinze, Leiterin Kundenservice bei Buch und Presse Hamburg, gelang es abseits des Tagesgeschäftes erneut, den Edeka-Kaufleuten wertvolle Anregungen für den modernen Ladenbau und die umsatzbringende Pressepräsentation zu geben sowie nachhaltig von der Sortimentsqualität zu überzeugen.

Hilfen für die optimale Präsentation

Mitarbeiter der sechs ausstellenden Pressegroßhandlungen – Buch und Presse Hamburg, Carlsen & Lamich, Kiel, Grossunion, Hannover, Maurer & Nolte, Bremerhaven, Presse-Vertrieb Mecklenburg-West sowie Presse-Vertrieb Mecklenburg-Ost – standen interessierten Edeka-Händlern für Gespräche und Fragen bereit. Ein besonderer Fokus lag auf der Präsentation der Warengruppe Zeitun-

gen in Griffhöhe: Der einfache Austausch eines Regalmoduls steigert die Sichtbarkeit und belebt das Regallayout. Der Umsatz im Segment der Tageszeitungen erhöht sich

Zeitschriften. Diese verbessern als strukturgebende Vollsichtinstrumente die Sichtbarkeit der standortspezifischen Top-Titel. Die an den Standort angepasste Presse-Präsentation ist entscheidend für den Umsatzerfolg, da sie das auf die Leserschaft zugeschnittene Angebot verkaufsfördernd unterstützt: Die Sortimentsstruktur der angebotenen Zeitungen und Zeitschriften sollte zur Nachfrage am Point of Sale passen und mit Hilfe von speziellen Warenträgern entsprechend in Szene gesetzt werden.

Lohnend für Aussteller wie Besucher

Aber auch die tägliche Regalpflege sowie die nachfrageorientierte Präsentation aller Warengruppen waren wichtige Themen bei den Partnern des Handels, so dass der Messeauftritt der Pressegrossisten seitens der Verantwortlichen von Edeka Nord sowie der Messebesucher als besonders lohnend und professionell bewertet wurde. Die zahlreichen Besucher ließen sich über das beeindruckende Leistungsspektrum informieren und für die neuesten Trends begeistern.

Der 25 Quadratmeter große Gemeinschaftsstand wurde mit Unterstützung des Ladenbauers WerbaPlast GmbH gestaltet. Zahlreiche Verlage waren mit Streuartikeln behilflich. Die nächste Edeka-Messe wird im September 2015 stattfinden.



Im Einsatz für optimale Pressepräsentation (v. l.) Sascha Böhm, WerbaPlast GmbH, Gesine Völcker, PMO; Olaf Luschei, Grossunion; Isabelle Hinze, Buch und Presse; Oliver Ehlert, Carlsen & Lamich

erfahrungsgemäß, und durch die Frequenzerhöhung werden Verbundkäufe aktiviert.

Als weiteren Höhepunkt präsentierten die Mitarbeiter des Pressegroßhandels in Zusammenarbeit mit dem Ladenbauer WerbaPlast farbliche Acryleinlagen und Regalschalen für eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation ausgewählter Zeitungen und