

UMSATZFAKTOR PRESSE-REGAL



ERST DAS SORTIMENT, DANN DAS REGAL



Die KUNDEN
sind einzigartig

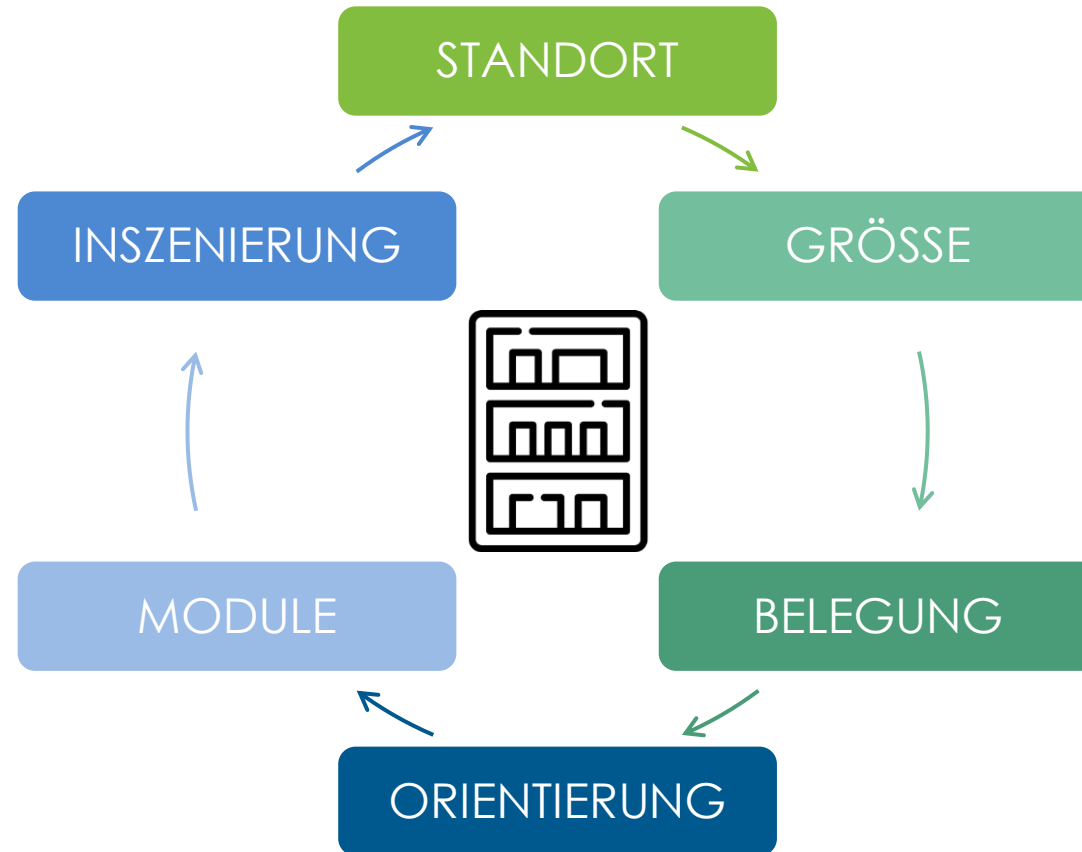


Das SORTIMENT
ist individuell



Das REGAL passt
sich an

6 ERFOLGSFAKTOREN





Standort

DIE UMGEBUNG MACHT'S

69%

der Kunden wünschen sich eine ruhige Umgebung für das Presseregal, denn Pressekäufer wollen sich vom Zeitschriftenangebot inspirieren lassen und in Ruhe stöbern. Mit dem richtigen Standort schaffen Sie ideale Voraussetzungen dafür.



Bei der Standortwahl sollte die Blickrichtung der Kunden berücksichtigt werden und das Presseregal nach Möglichkeit rechts stehen. So sind die Titelbilder am einfachsten auch im Gehen zu betrachten.

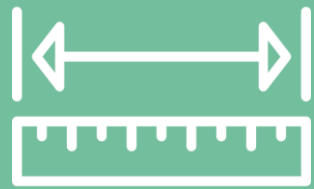
IN LAUFRICHTUNG

MIT ERKENNBAREN TITELBILDERN



Eine ausreichende Gangbreite vor dem Regal sollte auch mit dem Einkaufswagen vorhanden sein. Denn je mehr Platz vor einem Regal geboten wird, desto mehr lädt das Regal auch zum Stöbern und Kaufen ein.

MIT AUSREICHEND PLATZ
FÜR EINE ENTSPANNTE KAUFATMOSPHERE



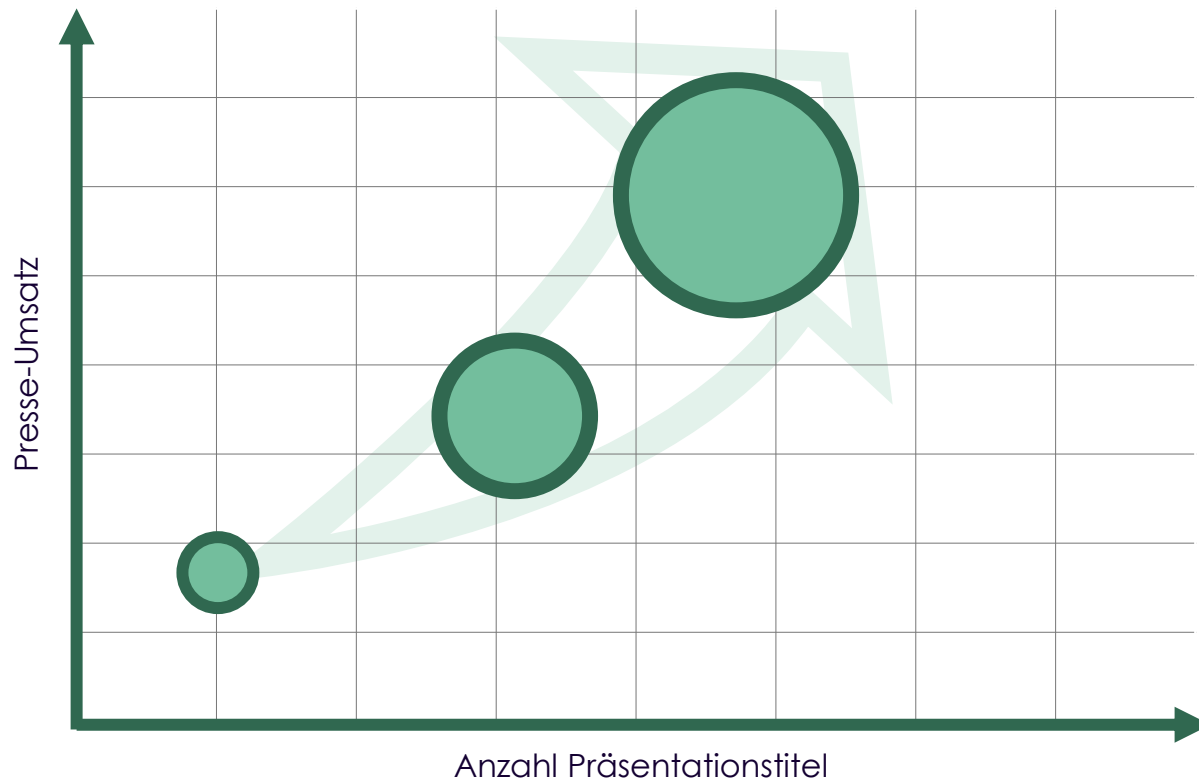
Größe

DIE RICHTIGE GRÖSSE FÜR JEDEN MARKT

57%

der Kunden finden ein Presseregal erst interessant, wenn dort viele verschiedene Zeitschriftenkategorien angeboten werden. Je nach Art und Größe des Marktes wird eine entsprechend dimensionierte Sortimentsvielfalt und Präsentationsfläche erwartet.

DAS SORTIMENT MACHT DEN UMSATZ

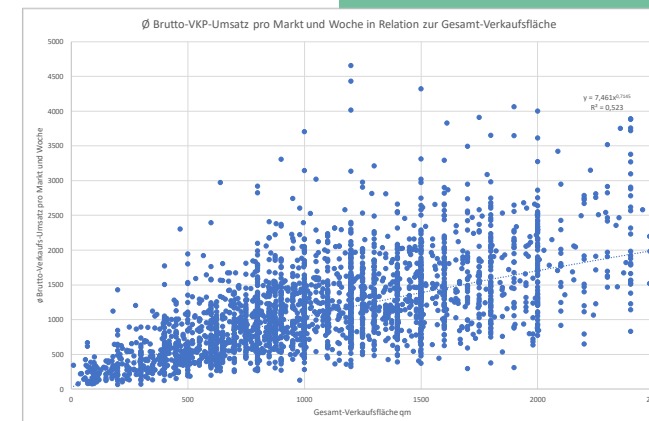
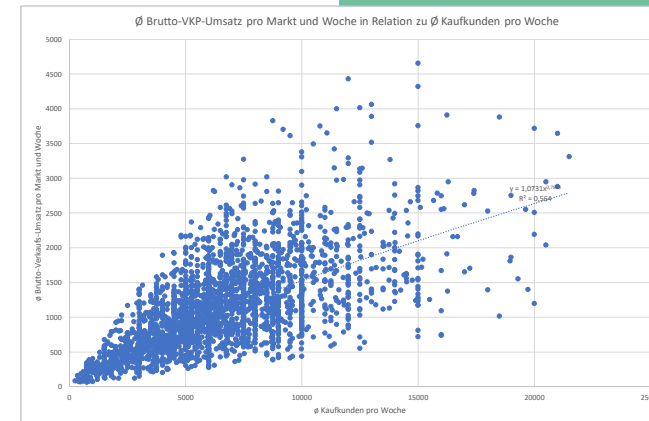
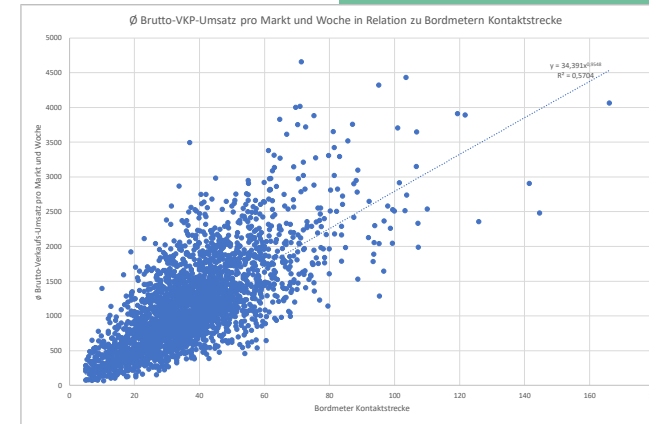


Grundsätzlich gilt: je breiter das präsentierte Sortiment auf einer optimierten Regalfläche ist, desto mehr Umsatz macht die Warengruppe Presse.

Dabei ist auch klar: was leistbar und sinnvoll ist, wird ganz wesentlich bestimmt von der jeweiligen Marktgröße und dem Kaufkundenpotenzial am Standort.

DIMENSIONIERUNG DES PRESSEREGALS

Beide Aspekte – zu empfehlende Regalfläche sowie zu erwartende Flächenproduktivität – berücksichtigt die Sortiments-Optimierung auf Basis der Daten des Pressegrosso-Datawarehouse. Hierfür werden Regressions- und Korrelationsanalysen für alle durchgängig belieferten Filialen mit validen Kundenfrequenz/Kaufkunden-Daten erstellt.



DIMENSIONIERUNG



PRESSE-KONTAKTSTRECKEN

Regal-Empfehlung für das Presse-Sortiment
im Lebensmittel-Einzelhandel

März 2023

Udo Schlaghecken/ Oliver Würz
PVG Presse-Vertriebs-Gesellschaft mbh & Co. KG für Gesamtverband Pressegroßhandel e.V.

DIMENSIONIERUNG

PVG, Udo Schlaghecken/ Oliver Würz für Gesamtverband Presse-Grosso, März 2023



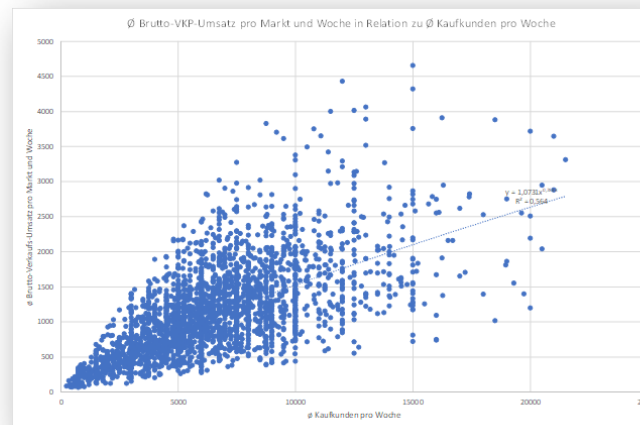
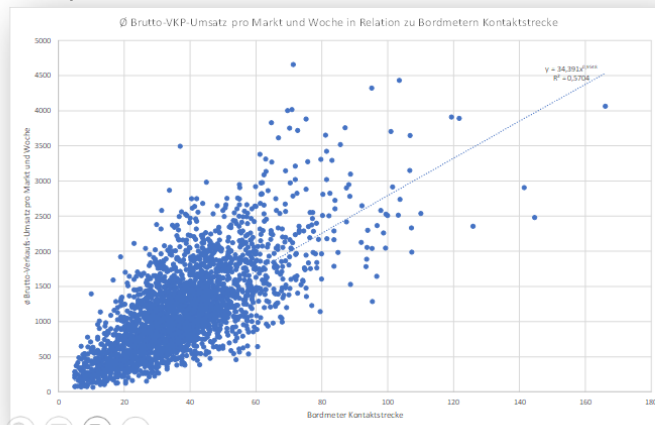
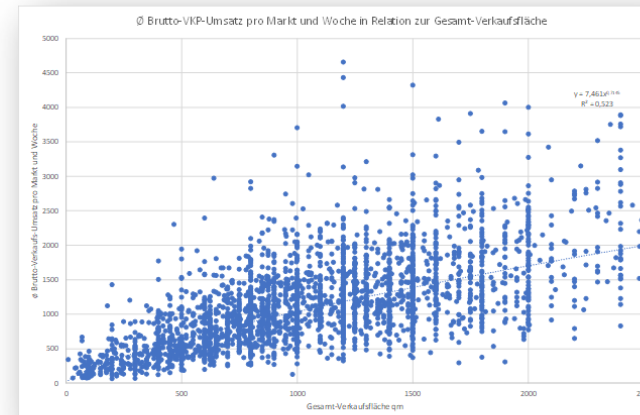
EMPFEHLUNG FÜR LEH-SUPERMÄRKTE BIS 2.500 QM VERKAUFSFLÄCHE

Datenbasis:

- Großkunden-Datenbank des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V.
- Deskriptive Statistik für alle im Jahr 2022 durchgängig mit Presse belieferten Supermärkte mit Verkaufsflächen bis 2.500 qm: 9.569 Filialen
- Regressions- und Korrelationsanalyse für alle durchgängig belieferten Filialen mit Verkaufsflächen bis 2.500 qm, für die valide Kundenfrequenz-/ Kaufkunden-Daten vorliegen: 2.752 Filialen aller Vertriebslinien

Ergebnis:

- Die Grundgesamtheit weist eine vergleichsweise homogene Struktur auf, die valide Empfehlungen ermöglicht.
- Es bestätigt sich die Erkenntnis, dass der Presse-Umsatz signifikant positiv mit der Kontaktstrecke korreliert.
- Die Verkaufsfläche kann als *Orientierungsgröße* für die Bemessung herangezogen werden.
- Für die abschließende Bestimmung der Regalmeter empfiehlt sich die Berücksichtigung der Kundenfrequenz als Indikator für das standortspezifische Marktpotenzial.



DIMENSIONIERUNG

PVG, Udo Schlaghecken/ Oliver Würz für Gesamtverband Presse-Grosso, März 2023



EMPFEHLUNG FÜR LEH-SUPERMÄRKTE BIS 2.500 QM VERKAUFSFLÄCHE

Gesamtmarkt über alle Vertriebslinien:

Größenklassen Verkaufsfläche	Anzahl Filialen mit durchgängiger Belieferung in 2022	Mittelwert Verkaufsfläche qm	Mittelwert Brutto-Verkaufspreis-Umsatz pro Markt und Woche	Empfehlung Regalmeter von ...	Empfehlung Regalmeter bis ...	Flächenproduktivität	Empfehlung ø-Bordmeter	Orientierung Brutto-Verkaufspreis-Umsatz pro Bordmeter
0 - < 100 qm	179	71,9	217 €	1,0	2,0	8.000 €	12,5	900 €
100 - < 200 qm	301	145,6	282 €	1,5	2,0	8.000 €	14,0	1.000 €
200 - < 300 qm	255	228,1	418 €	2,0	2,5	10.000 €	18,0	1.200 €
300 - < 400 qm	403	333,4	516 €	2,0	3,0	11.000 €	20,0	1.300 €
400 - < 600 qm	860	477,8	682 €	2,5	3,5	12.000 €	24,0	1.500 €
600 - < 800 qm	1.133	684,0	869 €	3,0	4,0	13.000 €	29,0	1.600 €
800 - < 1.000 qm	1.520	875,2	1.071 €	4,0	4,5	13.000 €	35,0	1.600 €
1.000 - < 1.200 qm	956	1.058,2	1.199 €	4,5	5,0	13.000 €	39,0	1.600 €
1.200 - < 1.400 qm	1.299	1.253,9	1.293 €	4,5	5,0	14.000 €	40,0	1.700 €
1.400 - < 1.600 qm	1.051	1.470,8	1.411 €	5,0	5,5	14.000 €	43,0	1.700 €
1.600 - < 1.800 qm	629	1.667,9	1.512 €	5,5	6,0	14.000 €	46,0	1.700 €
1.800 - < 2.000 qm	435	1.854,3	1.630 €	5,5	6,0	15.000 €	49,0	1.700 €
2.000 - < 2.200 qm	273	2.027,0	1.750 €	6,0	6,5	15.000 €	52,0	1.800 €
2.200 - < 2.400 qm	153	2.258,0	1.974 €	6,5	7,0	15.000 €	56,0	1.800 €
2.400 - < 2.500 qm	122	2.434,6	1.979 €	6,5	7,0	15.000 €	56,0	1.800 €
Supermärkte	9.569	1.045,4	1.111 €		4,3	13.000 €	35,5	1.600 €

Für die Regalmeter-Empfehlung ist der Regalstandort maßgeblich, zumal die Präsentationskapazität u. a. davon abhängt, ob es sich um eine Gondelplatzierung oder um eine Wandplatzierung handelt. Letztlich bemisst sich die Präsentationskapazität nach den Bordmetern Kontaktstrecke. Nebenstehende Regalmeter-Empfehlung geht davon aus, dass mehrstufige, moderne, beleuchtete und nach Objektfamilien strukturierte Presse-Regale zum Einsatz kommen, die auf den Regalmeter im Durchschnitt ca. 7,5 bis 8,5 Bordmeter integrieren. Eine besondere Beachtung gilt zudem der Muldentiefe, die den Produktspezifika angepasst sein muss (z. B. geringere Muldentiefe für Rätsel, große Tiefe bei Kinder-Magazinen).

DIMENSIONIERUNG

PVG, Udo Schlaghecken/ Oliver Würz für Gesamtverband Presse-Grosso, März 2023



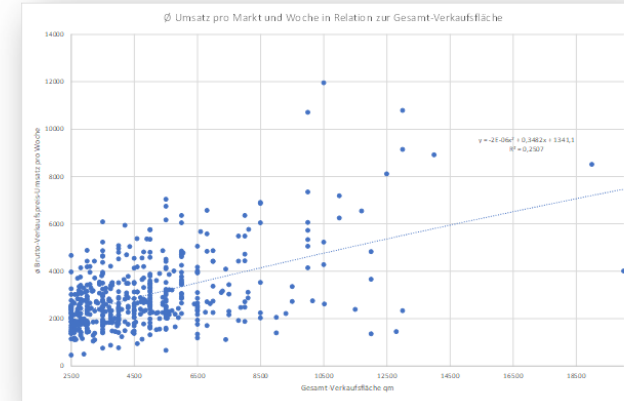
EMPFEHLUNG FÜR LEH-GROßFORMEN AB 2.500 QM VERKAUFSFLÄCHE

Datenbasis:

- Großkunden-Datenbank des Gesamtverbandes Pressegroßhandel e.V.
- Deskriptive Statistik für alle im Jahr 2022 durchgängig mit Presse belieferten LEH-Großformen mit Verkaufsflächen ab 2.500 qm: 1.679 Filialen
- Regressions- und Korrelationsanalyse für alle durchgängig belieferten Filialen mit Verkaufsflächen ab 2.500 qm, für die valide Kundenfrequenz-/ Kaufkunden-Daten vorliegen: 511 Filialen aller Vertriebslinien

Ergebnis:

- Die Grundgesamtheit weist eine heterogene Struktur auf.
- Die Flächenempfehlung erfordert entsprechend umso mehr eine standortspezifische Validierung anhand des jeweiligen Kundenfrequenz- und Markt-Potenzials.



Gesamtmarkt über alle Vertriebslinien:

Größenklassen Verkaufsfläche	Anzahl Filialen mit durchgängiger Belieferung in 2022	Mittelwert Verkaufsfläche qm	Mittelwert Brutto-Verkaufspreis-Umsatz pro Markt und Woche	Empfehlung Regalmeter von ...	Empfehlung Regalmeter bis ...	Flächenproduktivität	Empfehlung ø-Bordmeter	Orientierung Brutto-Verkaufspreis-Umsatz pro Bordmeter
2.500 - < 2.800 qm	269	2.571,6	2.137 €	7,0	8,0	15.000 €	62,0	1.800 €
2.800 - < 3.200 qm	222	2.953,6	2.309 €	8,0	9,0	14.000 €	68,0	1.800 €
3.200 - < 3.500 qm	116	3.292,7	2.603 €	9,0	10,0	14.000 €	76,0	1.800 €
3.500 - < 4.000 qm	206	3.629,0	2.514 €	9,0	10,0	14.000 €	76,0	1.700 €
4.000 - < 5.000 qm	327	4.331,8	2.579 €	10,0	13,0	12.000 €	92,0	1.500 €
5.000 - < 6.000 qm	218	5.309,1	2.841 €	11,0	13,0	12.000 €	100,0	1.500 €
6.000 - < 7.000 qm	120	6.311,0	3.392 €	13,0	15,5	12.000 €	115,0	1.500 €
7.000 - < 8.000 qm	61	7.325,0	3.411 €	13,5	16,0	12.000 €	120,0	1.500 €
8.000 - < 10.000 qm	72	8.512,4	3.985 €	16,0	18,0	12.000 €	136,0	1.500 €
>= 10.000 qm	68	12.027,7	4.901 €	> 18		12.000 €		1.500 €
LEH-Großformen	1.679	4.577,6	2.743 €		10,2	14.000 €	82,8	1.700 €

Für die Regalmeter-Empfehlung ist der Regalstandort maßgeblich, zumal die Präsentationskapazität u. a. davon abhängt, ob es sich um eine Gondelplatzierung oder um eine Wandplatzierung handelt. Letztlich bemisst sich die Präsentationskapazität nach den Bordmetern Kontaktstrecke. Nebenstehende Regalmeter-Empfehlung geht davon aus, dass mehrstufige, moderne, beleuchtete und nach Objektfamilien strukturierte Presse-Regale zum Einsatz kommen, die auf den Regalmeter im Durchschnitt ca. 7,5 bis 8,5 Bordmeter integrieren. Eine besondere Beachtung gilt zudem der Muldentiefe, die den Produktspezifika angepasst sein muss (z. B. geringere Muldentiefe für Rätsel, große Tiefe bei Kinder-Magazinen).

 Belegung

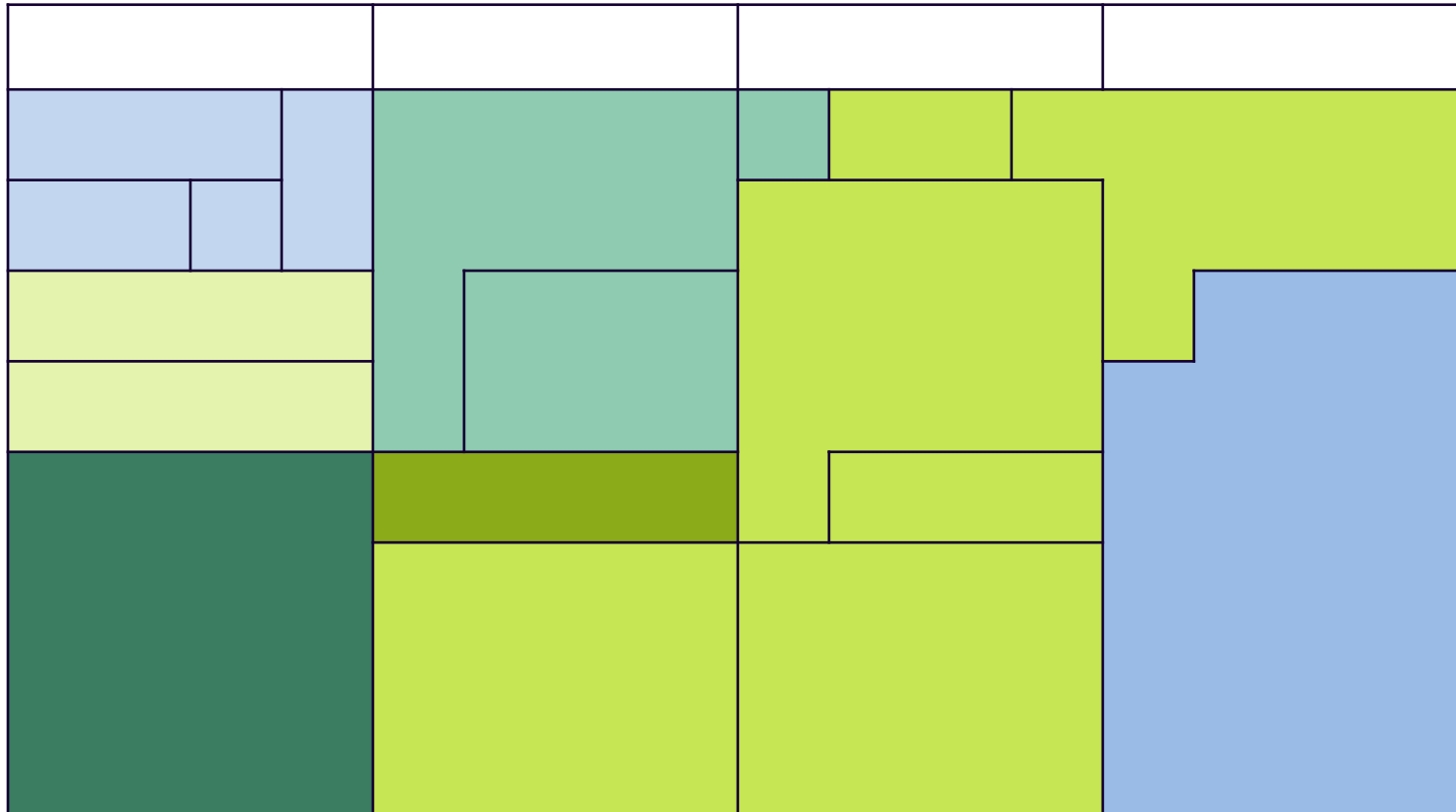
VIelfalt Braucht Struktur

81%

der Pressekäufer ist eine ordentliche und übersichtliche Auslage der Zeitschriften und Zeitungen wichtig. Das bedeutet vor allem eine ansprechende Regalbelegung mit klaren, durchgehenden Linien und vertikalen Themen-Trennern herzustellen.

HIERMIT LIEGEN SIE RICHTIG

Methodik für das idealtypische Belegungsschema



SORTIMENTSANALYSE

Auswertung des Sortiments von über 1.400 LEH

OBJEKTFAMILIEN

Optimierte Zusammenstellung der Titelkategorien

RELEVANZ

Die Belegung der Objektfamilie erfolgt auf Grundlage der Umsatz- und Titelrelevanz

BELEGUNGSSCHEMA

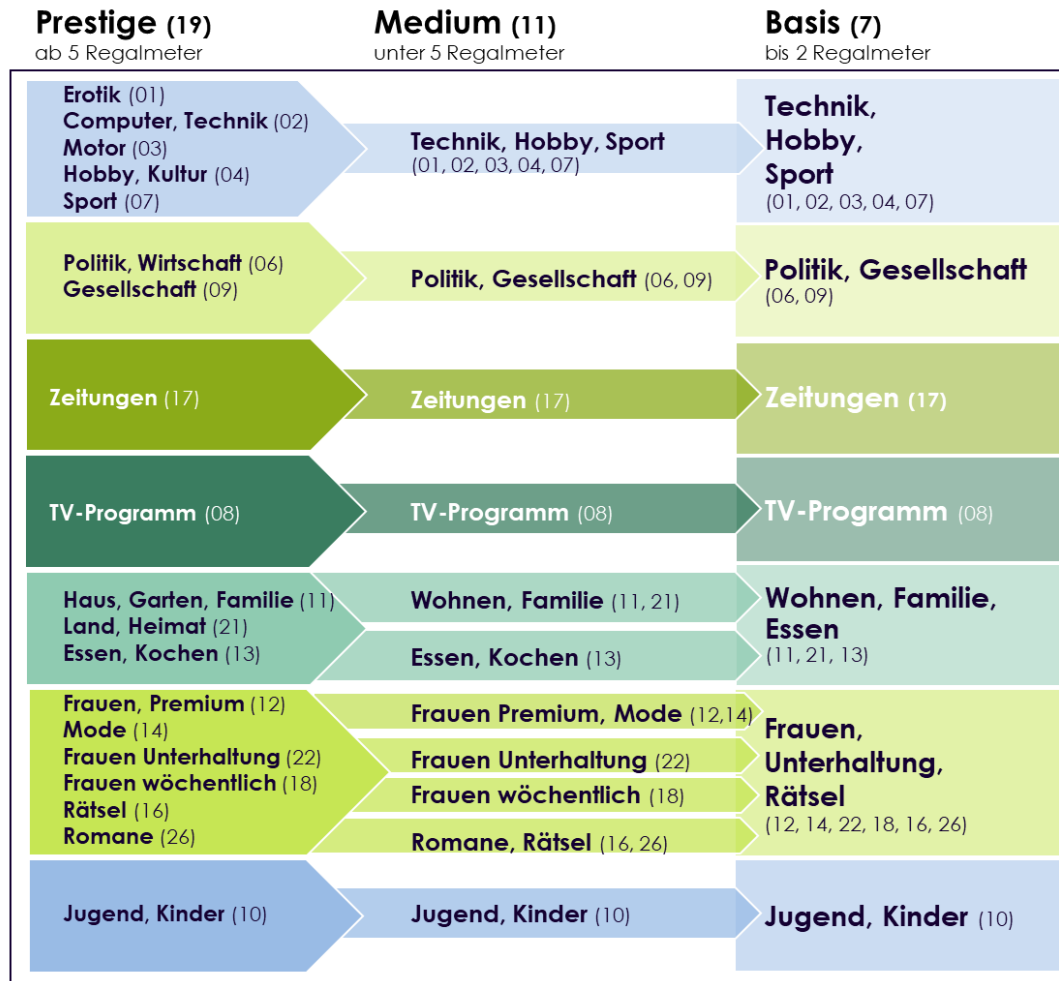
Entwicklung idealtypischer Belegungen für unterschiedliche Regalgrößen

THEMENBLÖCKE

Bessere Orientierung durch vertikale Themen-Blöcke

EINDEUTIG IST MEHR

Optimierte Zusammenstellung der Titelsegmente



ENTWURF

ANPASSUNG OBJEKTFAMILIEN

Teil des optimierten Belegungsschemas ist auch eine angepasste Zusammenstellung der einzelnen Titelsegmente, die sich auch auf die Regalbeschriftung auswirkt und die Regalpflege vereinfachen soll.

Mehrstufiges Regalbeschriftungskonzept in Abhängigkeit von der Regalgröße.



PERFEKTE BELEGUNG FÜR JEDEN MARKT

Größe Basis

Bis 2 Regalmeter,
Bis 16 Bordmeter



Größe Medium

3 bis <5 Regalmeter,
Ø 32 Bordmeter



Größe Prestige

Ab 5 Regalmeter,
Ab 40 Bordmeter



Je nach Markt steht unterschiedliche viel Platz und somit auch unterschiedliche Regalmeter für Presse zur Verfügung, die es mit einer kunden- und bedarfsgerechten Mischung aus Zeitschriften und Zeitungen zu belegen gilt. Hierfür stehen auf Basis ausgewerteter Sortimentsdaten unsere Mustersortimente in vier Regalgrößen zur Verfügung.

EMPFEHLUNG – REGAL BASIS

IDEALTYPISCHES BELEGUNGSSCHEMA: REGAL MIT 2 REGAL- UND 16 BORDMETER

Regalmeter 1	Regalmeter 2
Technik, Hobby, Sport 1,0	Wohnen, Familie, Essen 2,0
Politik, Gesellschaft 1,0	
Zeitungen 1,0	Frauen, Unterhaltung, Rätsel 6,0
TV-Programm 2,0	
Jugend, Kinder 3,0	

Für Kleinstverkaufsstellen
und Discount



Kundenlauf



EMPFEHLUNG – REGAL MEDIUM

IDEALTYPISCHES BELEGUNGSSCHEMA: REGAL MIT 4 REGAL- UND 32 BORDMETER

Regalmeter 1	Regalmeter 2	Regalmeter 3	Regalmeter 4
Technik, Hobby, Sport 2,0	Wohnen, Familie 2,75	Frauen Premium, Mode 3,0	Frauen Premium, Mode 3,0
Politik, Wirtschaft 1,0			
Zeitungen 1,0	Essen, Kochen 1,5		
TV-Programm 4,0	Gesellschaft 1,0	Frauen wöchentlich 3,25	Jugend, Kinder 5,75
	Frauen Unterhaltung 3,0	Romane, Rätsel 3,75	

Für Supermärkte
bis ca. 800 qm
Verkaufsfläche



Kundenlauf



EMPFEHLUNG – REGAL PRESTIGE

IDEALTYPISCHES BELEGUNGSSCHEMA: REGAL MIT 6 REGAL- UND 48 BORDMETERN

Regalmeter 1		Regalmeter 2		Regalmeter 3		Regalmeter 4		Regalmeter 5		Regalmeter 6	
	Computer, Technik 0,75		Politik, Wirtschaft 1,5	Hobby, Kultur 1,25		Frauen Premium 3,75			Mode 1,0	Rätsel 4,5	
Motor 1,5				Land, Heimat							
Sport 1,0		Gesellschaft 1,25		Essen, Kochen 2,5		Romane 1,5					
TV-Programm 5,25		Zeitungen 1,0									
		Haus, Garten, Familie 4,5		Frauen Unterhaltung 4,0		Frauen wöchentlich 4,75			Jugend, Kinder 8,0		

Für Supermärkte
bis 2.500 qm
Verkaufsfläche

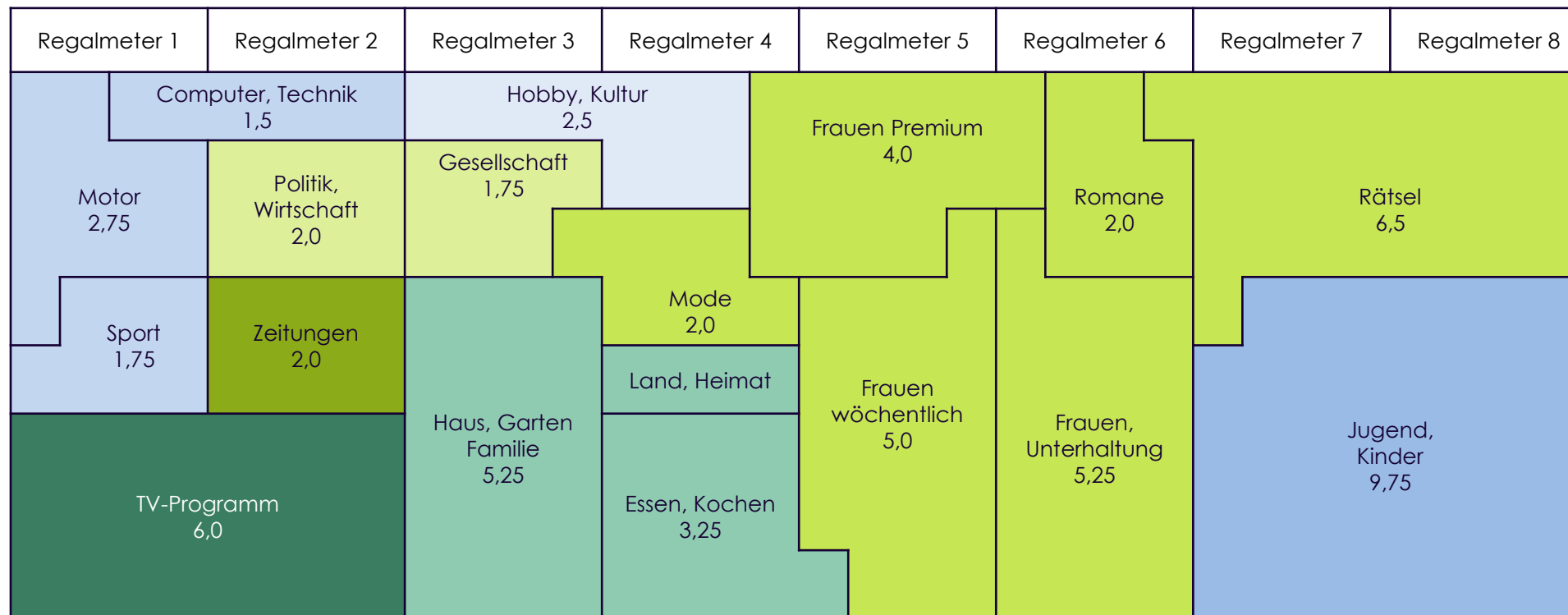


Kundenlauf



EMPFEHLUNG – REGAL PRESTIGE

IDEALTYPISCHES BELEGUNGSSCHEMA: REGAL MIT 8 REGAL- UND 64 BORDMETER



*Für Verbrauchermärkte
und SB-Warenhäuser*



Kundenlauf





Orientierung

ORIENTIERUNG HAT PRIORITÄT

62%

der Kunden sagen, dass Ihnen die Gestaltung des Presseregals wichtig ist. Vor allem die Anordnung der Titel nach Kategorien und der Einsatz von Orientierungshilfen für einen schnellen Überblick haben dabei die höchste Priorität.

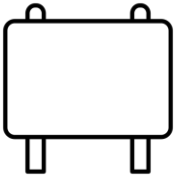


Machen Sie es dem Kunden so leicht wie möglich seine Wunschzeitschrift zu finden – das reduziert die Kaufzeit und fördert Impulskäufe.

KÄUFERORIENTIERUNG

MIT KLAREN LEIT-SYSTEMEN

ORIENTIERUNG SCHAFFEN



WEGWEISER

Gut sichtbare Werbeflächen über dem Regal führen den Kunden zum Pressesortiment



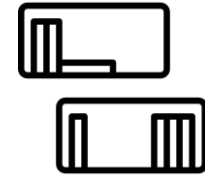
LEITSYSTEM

Eine deutliche Beschriftung sorgt über dem Regal für eine erste Orientierung und hilft im Regal bei der Detailsuche und dem Personal bei der Regalpflege



STAMMPLÄTZE

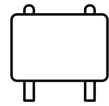
Bekannte Leitmarken helfen dem Kunden bei der Suche nach der richtigen Zeitschriftenkategorie und sollten einen gut sichtbaren Stammplatz erhalten.



STRUKTURELEMENTE

Durch den Einsatz strukturgebender Regalelemente lassen sich ganz einfach optische Themenbereiche schaffen

SCHNELLER ÜBERBLICK AM REGAL



WEGWEISER

Gut sichtbare Werbeflächen
über dem Regal



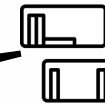
LEITSYSTEM

Beschriftung für erste
Orientierung



STAMMPLÄTZE

Bekannte Leitmarken der
Zeitschriftenkategorie



STRUKTURELEMENTE

Schaffung optischer
Themenbereiche



Module



In der standortspezifischen Planung empfehlen sich ausgewählte Präsentationsmulden für spezielle Segmente wie z. B. TV-Magazine, Tageszeitungen oder Kinderprodukte. Eine Balance aus gezielt eingesetzten strukturgebenden Elementen und durchgehender Präsentationsfläche ist ein entscheidender Erfolgsfaktor.

OPTIMIERTE HARDWARE

PASSEND E REGAL-KOMPONENTEN FÜR JEDE WARENGRUPPE

ANFORDERUNGEN AN DIE HARDWARE



LIEFERMENGE

Unterschiedliche Liefermenge



HEFTSTÄRKE

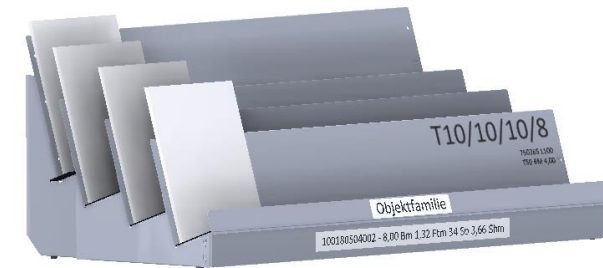
Beispiel jeweils 10 Exemplare



HEFTFORMAT

Unterschiedliche Heffformate
und Add-Ons

Familie, Gesundheit



Abgestufte Regalmodule nutzen die vorhandene Regalfläche aus, erhöhen das Fassungsvermögen und steigern die Anzahl der angebotenen Titel.

OPTIMALE AUSNUTZUNG

ALLER DIMENSIONEN DES REGALS



TV-Programm



Die Präsentation volumenstarker Presse-segmente wie zum Beispiel TV-Zeitschriften erfolgt optimalerweise in Vollsicht in Stapelmodulen. Das erleichtert die Auffindbarkeit und schafft Ordnung im Regal.

EXTRA GROSSE FÜLLMENGE

DURCH STAPELMODULE



Schnelldreher wie zum Beispiel Tageszeitungen wollen von Kunden schnell gefunden und gegriffen werden. Entsprechende Strukturelemente auf Griffhöhe unterstützen dieses Kundenbedürfnis.

FREQUENZBRINGER

IN GRIFFHÖHE PLATZIEREN



Sonderformate bringen Umsatz, brauchen dafür aber eine ausreichende Muldentiefe und einen passenden Platz im Regal. Mit darauf optimierten Regalkomponenten finden auch Kindertitel mit Gimmicks oder kleinformatigen Rätselmagazinen ihren Platz im Regal.

SONDERFORMATE

AUFGERÄUMT PRÄSENTIEREN



FORMAT- UND VOLUMEN-
ANFORDERUNGEN
des jeweiligen Segments
unterstützen

OPTIMIERUNG DER
FLÄCHENPRODUKTIVITÄT
durch die konsequente
Nutzung der Regalflächen

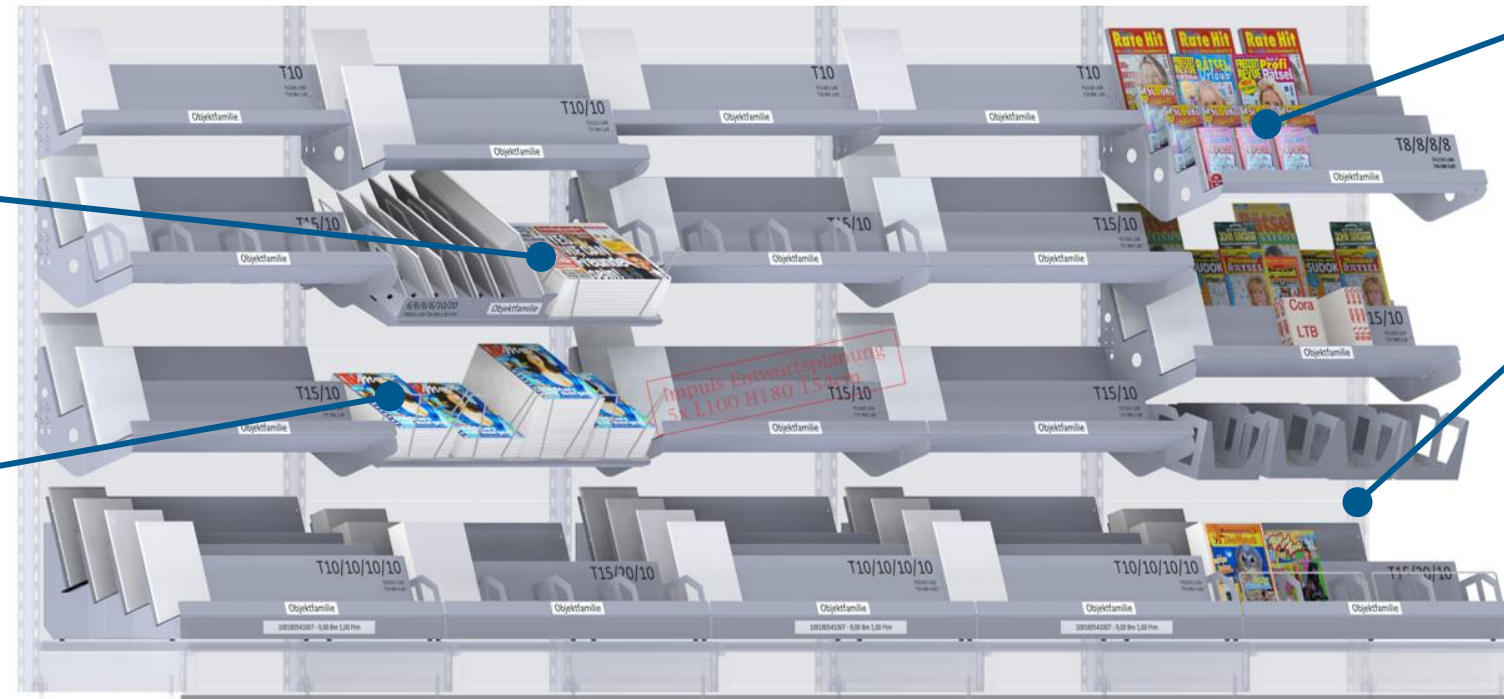
BESSERE ORIENTIERUNG FÜR
VERBRAUCHER UND PERSONAL
durch Unterbrechungen in der
Präsentation

STRUKTURELEMENTE NUTZEN

ATTRAKTIVE WARENPRÄSENTATION

FREQUENZBRINGER
UND TAGESZEITUNGEN
in Griffhöhe

STAPELMODULE
extra große Füllmenge



STUFENMODULE
optimale Nutzung aller
Regalabmessungen

SONDERFORMATE
aufgeräumt präsentieren



Inszenierung

SPOT AN FÜR DAS PRESSEREGAL

73%

der Kunden ist es wichtig, dass das Presseregal optisch ansprechend gestaltet ist. Eine freundliche und ästhetisch ansprechende Inszenierung des Warenssegments Presse bietet den Kunden ein positives Einkaufserlebnis.



Das Pressesortiment befriedigt das intellektuelle und emotionale Bedürfnis nach Unterhaltung, Information, Identifikation und Orientierung. Diesem Kundenanspruch sollte auch die Präsentation des Sortiments entsprechen.

KUNDEN LIEBEN PRESSE

UND WOLLEN EIN REGAL, DAS DEM GERECHT WIRD

DAS AUGE KAUFT MIT



nur Umfeld-Beleuchtung
dunkle Regalflächen



gleichmäßige Beleuchtung
Integration im Regal

Durch innovative Presseregal-Lösungen, stimmungsvolle Lichtkonzepte und eine kundenfreundliche Warenpräsentation verbinden sich Ästhetik, Atmosphäre und Funktionalität.

PRESSE IST WIE OBST

Presse ist eines der visuellen Aushängeschilder eines Marktes und hat nicht nur in diesem Punkt viele Gemeinsamkeit mit Obst:

- Es geht nicht um Frische, aber um Aktualität

- Auch Sonderfälle im Sortiment brauchen einen für sie passenden Platz

- Die Pflege entscheidet über die Attraktivität der Abteilung





Templates



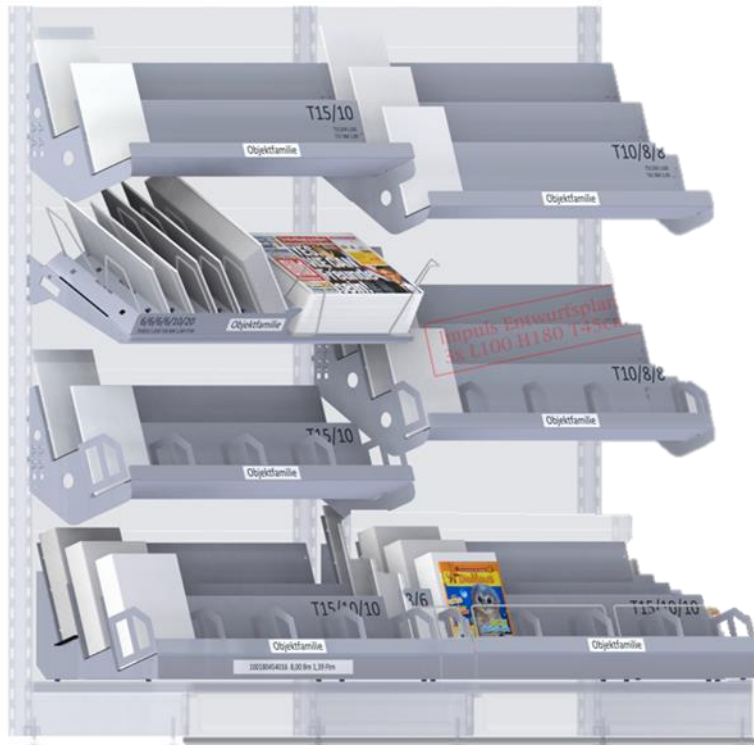
Die Praxis zeigt, dass insbesondere bei kleineren Sortimenten aus Effizienzgründen auch Standard-Bausteine sinnvoll sind.

Für diese Fälle haben wir zusammen mit Ladenbauern für Mustersortimente Best-Practice-Vorlagen entwickelt.

EFFIZIENZ MIT STANDARDS

FÜR JEDEN SORTIMENTSZUSCHNITT

MUSTERSCHNITT FÜR 2 EINHEITEN



Regalmaße: H 180 x T 50 cm

Bordmeter: 17

Titelanzahl: 160-190

Modulhighlights:

- 7 Stufenelemente
- Bügel für Sonderformate
- Zeitungsmodul
- Vollsicht-Unterteiler

MUSTERSCHNITT FÜR 3 EINHEITEN



Regalmaße: H 180 x T 50 cm

Bordmeter: 28

Titelanzahl: 270-300

Modulhighlights:

- 9 Stufenelemente, davon 1x mit extra Volumen, 1x 5-stufig
- Bügel für Sonderformate
- Zeitungsmodul
- Vollsicht-Unterteiler

MUSTERSCHNITT FÜR 4 EINHEITEN



Regalmaße: H 180 x T 50 cm

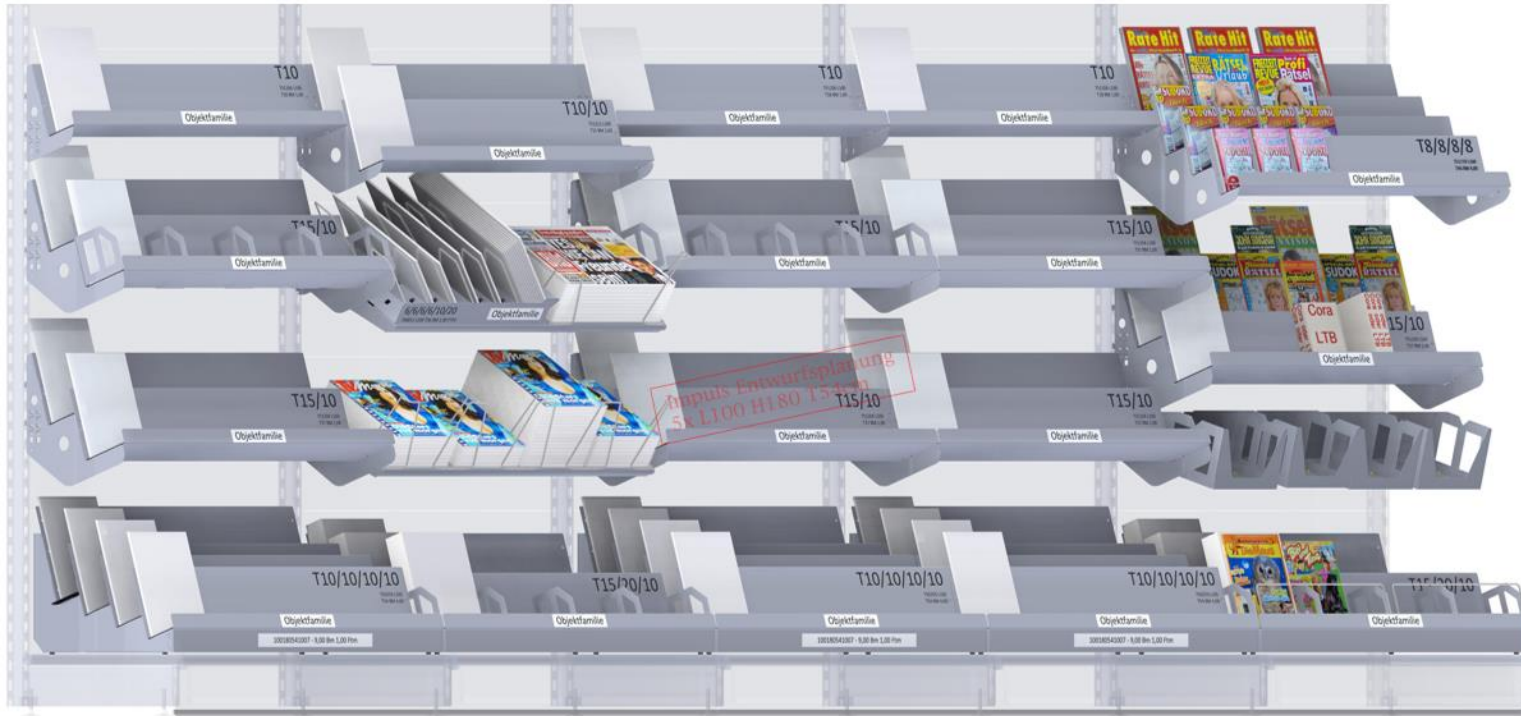
Bordmeter: 40

Titelanzahl: 380-440

Modulhighlights:

- 10 Stufenelemente, davon 1x mit extra Volumen, 2x 5-stufig
- 4-stufiges Rätselmodul
- Stapelmodul
- Bügel für Sonderformate
- Zeitungsmodul
- Vollsicht-Unterteiler

MUSTERSCHNITT FÜR 5 EINHEITEN



Regalmaße: H 180 x T 50 cm

Bordmeter: 46

Titelanzahl: 460-500

Modulhighlights:

- 16 Stufenelemente, davon 1x mit extra Volumen, 3x 4-stufig
- 4-stufiges Rätselmodul
- 2 Stapelmodule
- Bügel für Sonderformate
- Zeitungsmodul
- Vollsicht-Unterteiler

Praktische Tipps

OPTIMIERUNG DES PRESSE-ANGEBOTS

■ Standort

Platzieren Sie das Presse-Regal im Ausgangsbereich mit ausreichend Platz für den Konsumenten in Laufrichtung.

■ Regalgröße

Beachten Sie für die Dimensionierung Ihres Presse-Regals die Empfehlungen des Presse-Grosso, die auf repräsentativen Marktdaten beruhen.

■ Belegung

Sortieren Sie die Zeitschriften nach zielgruppenorientierten Kategorien und halten Sie die vertikale Blockbildung nach Maßgabe des pressespezifischen Belegungsschemas ein, um es den Kunden leichter zu machen, das zu finden, wonach sie suchen.

■ Orientierung

Die Regale angepasst an die Belegung sollten klar beschriftet sein, um es den Kunden und dem Personal zu erleichtern, sich im Presseregal zurecht zu finden.

Full facing-Platzierung der Marktführer als „Leuchttürme“ für das Themengebiet unterstützt bei der Orientierung.

OPTIMIERUNG DES PRESSE-ANGEBOTS

■ Regalmodule

Nutzen Sie die Beratungsangebote Ihres Presse-Grossisten für die standortspezifische Planung Ihres Presse-Angebots – er verfügt über die relevanten Daten und das warengruppenspezifischer Know how.

Gestalten Sie das Presse-Regal mit segmentspezifischen Präsentationsmodulen für eine optimale Warenplatzierung und Strukturierung des Waren-Angebots

■ Inszenierung

Inszenieren Sie das Presse-Angebot für Ihre Kunden – insbesondere die direkte Beleuchtung hat sich als maßgeblicher Erfolgsfaktor herauskristallisiert.

Bedienen Sie sich zudem der vielfältigen Angebote des Presse-Grosso zur Verkaufsförderung.

■ Regalpflege

Schaffen Sie verbindliche personelle Zuständigkeiten für die Bearbeitung des Presse-Sortiments, für die Verräumung der Neutitel am Morgen mit dem Tausch „neue Ausgabe gegen alte Ausgabe“, für die Pflege über den Tag und für die Remissionsbearbeitung. So vermeiden Sie umsatzschädliche Früh- und Spätremissionen.



Nutzen Sie die App-Angebote des Presse-Grosso für die Unterstützung des Warenhandlings am POS im Interesse der Effizienzsteigerung. – OPTIPRESS als Regalpflege-App für den Einzelhandel ist flächendeckend verfügbar.

Unser Angebot

IHR CATEGORY ADVISOR FÜR PRESSE

Dimensionsanalyse

Sortimentsableitung

Belegungsempfehlung

Modulberatung

**Ihr
optimales
Presseregal**

KONTAKTDATEN ZU POTENZIELLEN ANBIETERN IM LADENBAU

IMPULS LADENBAU GMBH

- Hans-Böckler-Straße 2, 47877 Willich
- Telefon: +49 2154 605 120
- E-Mail: m.hahnefeld@impuls-ladenbau.de



WERBA PLAST GMBH

- Stuttgarter Straße 28, 90574 Rosstal
- Telefon: +49 9127 90 30 400
- E-Mail: buero@werbaplast.com



BALKE-SHOP-DESIGN GMBH

- Lenzener Straße 40a, 19322 Wittenberge
- Telefon: +49 3877 950 9680
- E-Mail: info@balke-shop-design.de



GRÜNWALD LADENEINRICHTUNG GMBH

- Blankenhainer Strasse 27, 99441 Magdala
- Telefon: +49 36454 57 0
- E-Mail: info@gruenwald-ladeneinrichtung.de

