

Die Trends 2012 für POS-Medien

Der Einsatz von Medien am POS wird sich in diesem Jahr überproportional gut entwickeln, sofern keine generellen Wirtschaftskrisen das Konsumklima insgesamt eintrüben. Das ist die klare Meinung von der VCR Display Systems GmbH und seit Jahrzehnten nicht nur ein profunder Kenner, sondern ein aktiver Mitgestalter der POS-Medienbranche.

„E-Commerce und Internethandel haben je nach Branche bis zu 40 Prozent des Warenverkehrs übernommen, das ist richtig. Auf der anderen Seite haben die tatsächlichen Verkaufsflächen ihre ganz besonderen Stärken des An- und Ausprobieren Könnens sowie in der direkten Verfügbarkeit der Waren. Für alle Branchen gilt: Der Kunde will am POS etwas geboten bekommen. Dann kommt er. Und dann kauft er. Beste Beispiele sind die neuen Lebensmittelmärkte, die zu richtigen Feinkost-Tempeln mutieren und von den Kunden entsprechend stark frequentiert werden oder Modegeschäfte mit thematischen Schwerpunkten sowie Outdoor-geschäfte, die oftmals richtige Freizeitparks mit Klettergarten und Fahrradparkour sind. In allen diesen Erlebniswelten können Produkte ganz anders, viel intensiver empfunden werden als nur als Abbildung auf dem Computerbildschirm.“

Moderne Medien unterstützen den Erlebnis- und Informationswert für die Kunden am POS sehr deutlich und führen maßgeblich die Kaufent-



© Christos Georgiou - Fotolia.com

Die wichtigen internationalen Analysten von Forrester bis IDC haben sich auf vier Mega-Themen für das Jahr 2012 eingeschworen: Mobile IT, Social Media und Datenflut-Analyse. Was heißt das für die POS-Medienbranche? VCR Display Systems GmbH, eines der führenden Unternehmen in Deutschland für den Einsatz von POS-Medien, sieht weitere Potenziale und eine zunehmend zentrale Bedeutung des klassischen Point of Sale.

scheidung herbei. POS-Medien bilden die Brücke zu allen anderen Kommunikationskanälen, denen sich die Hersteller oder Handelsunternehmen bedienen. Aussagen aus TV-Werbung, aus Internetportalen,

Blogs, Social Media, Außen- und Printwerbung oder auch Hörfunkspots werden am POS in ihrer Aussage verdichtet. Und weil POS-Medien in dieser Funktion als Erlebnis- und Informationsverstärker so wichtig sind, wird der Markt in diesem Jahr – und darüber hinaus – an Bedeutung gewinnen,“ so Werner Vogt, Geschäftsführer der VCR Display Systems GmbH.

Ein weiterer Trend setzt den POS ebenfalls weiter in den zentralen Fokus: Mobile IT. Die Zuwächse bei Smartphones (2011: über 10 Millionen Stück in Deutschland verkauft)



„In naher Zukunft wird echte Interaktivität zwischen dem Kunden, dem Handel und dem Produkt möglich sein werden. Dies eröffnet vor allem dem POS-Marketing ganz neue und vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten – und die POS-Medien sind die Transporteure der interaktiven Botschaften.“ Werner Vogt, VCR Display Systems GmbH, Rastatt

und Tablets (über 2 Millionen Stück in Deutschland verkauft) schießen durch die Decke und eine signifikante Abdeckung der kaufkräftigen Kundengruppen ist bereits in Sicht. „Das heißt nichts anderes, als dass in naher Zukunft echte Interaktivität zwischen dem Kunden, dem Handel und dem Produkt möglich sein werden. Dies eröffnet vor allem dem POS-Marketing ganz neue und vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten – und die POS-Medien sind die Transporteure der interaktiven Botschaften.“

Mehr Einkaufserlebnis durch POS-Medien

Kommunikation in Lichtgeschwindigkeit verändert die Erwartungshaltung des Nutzers – so kann er beispielsweise alle Vorteile auch des Internets oder seiner sozialen Gruppen nutzen, ohne auf die POS-Vorteile verzichten zu müssen. „Markenartikler müssen dieses neue Echtzeit-Informationsbedürfnis bedienen können. Wer hier schnellen Zugang bieten kann, gilt bei den Zielgruppen als relevanter. Und je schneller es Unternehmen gelingt, Daten aller Art von der Demografie über Kaufhistorie bis hin zur Psychografie zu verarbeiten und daraus Muster für zukünftiges Kaufverhalten abzuleiten, desto höher steigt die Chancen auf erfolgreiche Kundeninteraktionen.“

Neben allen technologischen und marketing-soziologischen Aspekten können die POS-Medien aber vor allem einen weiteren Trend nachhaltig verstärken: Den Wunsch der Kunden nach Emotionen. Rationale Gründe wie Funktionalität und Preis liegen bei den Faktoren zur Auslösung des Kaufimpulses vorne, wachsen aber nicht mehr. Im Gegensatz zu Emotionen: Anglo-amerikanische Textilunternehmen wie Hollister oder Abercrombie & Fitch werden nicht primär wegen ihrer reinen Produkte von den jugendlichen Zielgruppen in aller Welt geliebt sondern vielmehr für das ganz besonders zelebrierte Einkaufserlebnis am POS. „Auch zur Verstärkung emotional geprägter Strategien spielen POS-Medien eine große Rolle, da über die Sinnesorgane Augen und Ohren emotionale Botschaften am besten empfangen werden.“

Um die kaufrelevanten POS-Trends optimal zu unterstützen, müssen die eingesetzten Medien bestimmte Qualifikationen aufweisen. „Der größte Faktor für den Erfolg liegt dabei nicht im zwangsläufigen Einsatz der jeweils neuesten Medien, sondern in der klaren Analyse, welches Medium für welchen Zweck das geeignete ist.“ In der Vergangenheit ist es schon häufig vorgekommen, dass die neuesten Technologien am POS versagt haben, da sie einfach nicht für einen Dauereinsatz konzipiert waren oder ihre Kosten in keinem Verhältnis zum zu erwartenden Nutzen standen. Deshalb legt VCR Display Systems größten Wert nicht nur auf die Eigenentwicklung der eingesetzten Medien, sondern auch in einer lückenlosen Planung der POS-Einsätze bis hin zu jederzeit bereitem Kundenservice vor Ort am POS. ♦ *Werner Vogt*



WILLSON & BROWN

Als erfolgreiches und weiter aufstrebendes Unternehmen für die Entwicklung und Herstellung von Displays und Shop in Shop Systemen haben wir ehrgeizige Ziele und suchen für unsere Verkaufstätigkeiten im deutschen Markt

Verkaufsberater für Displays (m/w)

Der Firmensitz ist Warschau. Von hier aus beliefern wir unsere namhaften und anspruchsvollen Kunden in ganz Europa und darüber hinaus. Wir verarbeiten Kunststoff im Vakuum- und Spritzgußverfahren, Metall, Holz, Karton und Kombinationen daraus.

Sie tragen Verantwortung für die Betreuung bestehender und die Gewinnung neuer Geschäftsverbindungen in unseren expandierenden Verkaufsgebieten Deutschland Nord, NRW und Bayern.

Sie haben Freude an selbständigem Arbeiten.

Ihr Profil:

- Sie sind einsatzfreudig und mögen den Umgang mit Menschen;
- Sie verfügen über langjährige Verkaufs- und Aussendienstenerfahrung; ideal wären Kenntnisse in der Displaybranche;
- Sie haben Kenntnisse in der Kunststoffverarbeitung und Druck.

Wir bieten Top-Design - ein eingespieltes Team in Warschau zu Ihrer pers. Unterstützung.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an unsere Generalagentur:

Herrn Michael Beckmann
 michael.beckmann@wbdisplays.de
 Tel.: 07131 / 20 60 90 3
 Mobil: 0172 / 71 555 43

Wir freuen uns Sie kennen zu lernen!

www.wbdisplays.de



isenberg

Warenpräsentation




gut präsentieren

besser verkaufen
www.isenberg-display.de
facebook.com/isenberg.display 