

Shop-in-Shop für Leseratten



Die Firma Kontur Design & Produktion mit Firmensitz in Darmstadt hat in den vergangenen zwei Jahren rund 150 Buch Shop-in-Shop Systeme u.a. für die Buchpartner AG Darmstadt mit verschiedenen, größtenteils selbstentwickelten Konzepten in Walmart-, Real-, Plaza-, Metro-, Familia-, Selgros-, Fegro und Hitmärkten etc. umgesetzt.

Gegründet 1993 von Uwe Stender, erfolgte 2005 der Einstieg der Firma Techno-Consult sowie von Andreas Becker. Kontur Design & Produktion deckt derzeit zwei Bereiche ab: Werbemittel und Shop-in-Shop bzw. Displaylösungen. Ein funktionierendes Netzwerk mit den Partnerfirmen Techno-Consult und Eremit erlaubt es den Hessen, ihren Kunden Lösungsansätze aus einer Hand zu bieten. Buchshops sind quasi eine Spezialität von Kontur Design, können sie dort doch besonders ihre Variabilität in der Verwendung und Verarbeitung der verschiedenen Werkstoffe ausspielen. „Außer Karton verarbeiten wir praktisch alle Materialien und alle möglichen und vielleicht sogar noch unmöglichen Kombinationen. Moderne Laseranlagen, Spritzguss- und Biegemaschinen, CNC-Fräsen sowie meh-

rere CAD-Konstruktionsanlagen stehen uns dabei hilfreich zur Seite, alles natürlich nach ISO 9001 zertifiziert.“

Die Realisierung der 150 Shop-in-Shop-Systeme zur Präsentation von Büchern kommt nicht von ungefähr: Sie geht Hand in Hand mit einer gestiegenen Kaufbereitschaft im sonst doch arg gebeutelten Buchhandel. Erfreulicherweise ist laut GfK-Gruppe im vergangenen Jahr 2007 der Buchumsatz in Deutschland das dritte Jahr in Folge gestiegen, wobei der Zuwachs bei immerhin 3 Prozent lag. Der Zuwachs kam zum Einen durch eine Steigerung des Absatzes zustande, obwohl die Anzahl der Buchkäufer gegenüber Vorjahr leicht rückläufig war. Langfristig scheint sich die Käuferreichweite bei etwa 35 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 10 Jahren zu stabilisieren. Zum Anderen ist das

Umsatzwachstum auf einen abermals gestiegenen Durchschnittspreis zurückzuführen: Während noch im Jahr 2004 fast jedes dritte Buch zum Preis von bis zu 5 Euro gekauft wurde, lagen 2007 nur noch ein viertel der gekauften Bücher in diesem „Billigsegment“. Damit einher geht der kontinuierliche Rückgang der Einkaufskanäle Kauf-/Warenhaus, Versandhandel und Verbrauchermarkt/Discounter, in denen am ehesten Bücher zum Schnäppchenpreis zu haben sind. Dagegen wachsen die Online-Umsätze im Buchmarkt noch immer stetig und nachhaltig, auch zu Lasten insbesondere der unabhängigen Buchhändler.

Praktisch verfolgen alle wichtigen Anbieter der Buchbranche heute Multi-Channel-Strategien. Neben dem Verkauf im stationären Handel sind die Großen der Branche gleichzeitig auch im Internet

präsent und erfolgreich. Dennoch bleibt für die Umsetzung einer Multi-Channel-Strategie der Verkauf im stationären Handel – also eben am POS – ein wichtiges Standbein. Hier sind Spezialisten wie Kontur Design & Produktion gefragt: „Unsere Serviceleistungen erstreckten sich über die Entwicklung, Musterbau, Serienfertigung (Holz-, Kunststoff- und Metall-elemente, Digitale Drucke, Elek-trik, Beleuchtung, etc.) Flächen-planung und die eigene Montage. Nur unsere Möglichkeit, alles aus einer Hand und aus eigener Ferti-gung inkl. Montage bieten zu können, hat es uns ermöglicht, in kürzesten Zeiten reagieren zu können.

Wie in allen Bereichen des POS sind die Vorlauf- und Planungszeiten extrem lang. Die Zeit für die Umsetzung der Projekte da-nach liegt jedoch teilweise in Be-reichen von lediglich 10 bis 14 Tagen. Das Hauptaugenmerk lag dabei bereits bei der Planung stets darauf, den Spagat zwischen ei-nem hochwertigen und funktio-nalen Erscheinungsbild und den knappen Budgets der Kunden zu schaffen. Die eingesetzten Shop-in-Shop-Systeme haben für unse-re Kunden sowohl eine nicht un-



Die Shop-in-Shop Systeme haben nicht nur umsatzsteigernde Wirkung, sondern sichern auch die zugeteilten Verkaufsfläche in den Märkten.

erhebliche umsatzsteigernde Wir-kung, als auch, und dies spielt eine immer größere Rolle, eine Sicherung der zugeteilten Ver-kaufsfläche in den verschiedenen Märkten. Darüber hinaus haben wir neben den Shop-in-Shop-Sys-temen auch noch Schaufenster-dekorationen, Boden- und The-kendisplays für verschieden Ver-lage produziert.“

Digitalisierung der Buch-branche bietet Chancen

„Die alte Angst, elektronische Medien könnten das Buch verdrängen und weite Geschäftsfelder der Verlage zerstören, sitzt den

Verlegern längst nicht mehr so tief in den Knochen“, sagt Juergen Boos, Direktor der Frankfurter Buchmesse, die dieses Jahr rund 70 Fachveranstaltungen zum Thema Digitalisierung im Angebot hat. „Bei nüchterner Betrachtung fällt gar auf: Elektronische Medien er-höhen den Umsatz, auch den mit Büchern.“ Gekauft wird also mehr und mehr im Internet, gelesen wird jedoch weiterhin eher offline. „Texte auf einem Display stellen für die Leserschaft keinen Genuss dar“, so Bodo Franzmann, Lese-forscher der Stiftung Lesen. „Ro-mane werden lieber in einer ruhi-gen Ecke, mit dem Buch in der Hand, geschmökert – da sind sich Befragte jeden Alters einig.“

Nicht das Buch wird von digita-len Informationsquellen gefährdet, sondern die seit vielen Jahren nahezu unveränderten Buchhan-delskonzepte stehen auf dem Prüf-stand. Mit der zunehmenden An-zahl an Quadratmetern Verkaufs-fläche, vorangetrieben durch die Konzentration der Buchhändler, werden heute neue Anforderungen an die Übersicht und Orientierung in der Buchpräsentation gestellt. Wir sind gespannt, was an Präsen-tationslösungen am POS noch zu-sehen sein wird. ♦

