

'Marge machen' – Marken-Rahmen und -Alben

„Gerade in der immer schwieriger werdenden Handelslandschaft mit sinkenden Handelsspannen brauchen unsere Kunden erfolgreiche Produkte, mit denen sie hohe Margen erzielen können und die ohne großen Aufwand über die Ladentheke verkauft werden können.“

F 26/2015 Seite 2

Dieses Statement aus dem Munde von **Walter Lorenz**, Geschäftsführer **walther design/Nettetal-Kaldenkirchen**, dürfte wohl jeder von Ihnen als einer der genannten 'Kollegen' unterschreiben. Alben und Rahmen fallen von jeher in die Kategorie Margenbringer, und die beiden Segmente sind nach wie vor wichtige Ertragssäulen in zahlreichen Foto-Fachgeschäften. Zwar sind die Printraten längst nicht mehr auf dem Niveau vergangener Jahre, aber Alben und Rahmen sind keine Relikte aus analogen Zeiten. Vielmehr sind sie immer noch die 'Speicher' und 'Displays' für Papier-Prints – allerdings nicht mehr im Jumbo-Format, sondern als bildaffine Wohn-Accessoires und emotional aufgeladene Lifestyle-Produkte. **So sollten hochwertige Fotoalben und Wechsel- sowie Portraitrahmen eines Markenlieferanten im digitalen Zeitalter auch präsentiert werden, ist sich der eingangs zitierte Geschäftsführer eines der führenden Anbieter in Europa mit rund 60 Mitarbeitern und mehr als 3.000 Kunden in über 50 Ländern sicher.**

1933 als Fotoalbenfabrik in Dresden gegründet und seit 1958 strategisch günstig in unmittelbarer Nähe zum Ballungsraum Rhein-Ruhr und zu den Niederlanden ansässig, legt das Unternehmen seit über 80 Jahren großen Wert auf Qualität. Das beschränkt sich nicht nur auf die Produkte, sondern gilt auch für deren Präsentation! Deshalb hat walther design in Zusammenarbeit mit Ladenbau-Spezialisten und Innenarchitekt **Michael Trümper**, der auch bei der Umbau-Offensive der **Europafoto** den Hut auf hat, ein Präsentations- und Ladenbaukonzept entwickelt. Zeitgemäß setzt es weniger auf Blech als mehr auf viel Holz und Glas. Anfang 2015 ist der Rollout gestartet – 'mi' befragte **Dirk Morawski**, **Dirk-Morawski-Fotografie/Lauenburg (Elbe)**, der seit April drei der Shopelemente in seinem Geschäft stehen hat (siehe Foto), nach ersten Erfahrungswerten:



Foto: D. Morawski

„Unsere Kunden sind vollaufbegeistert, weil wir 'jetzt mehr Rahmen zur Auswahl' hätten. Die Warenmenge ist aber gleich geblieben. Augenscheinlich lässt die offene Frontal-Präsentation die gleiche Menge an Alben und Rahmen als 'mehr' wirken, während sie in den bisherigen Regalen scheinbar untergegangen ist. Mit der Unterstützung **Dirk Morawski** von walther bin ich in jeglicher Hinsicht sehr zufrieden. Wir hatten uns das bei einem **Tag der offenen Tür** in Nettetal angeschaut und waren von dem schönen und zweckmäßigen Design überzeugt. Die großen Schubladen unten bieten eine gute Lagermöglichkeit, aber man hat alles griffbereit. Auf dem kleinen Ausziehtisch können dann bei der Auswahl verschiedene Modelle verglichen werden.

Auch die Installation hier im Geschäft ging reibungslos und wie geplant. Insgesamt ist das ein stimmiges und gutes Konzept – und es wirkt sich spürbar auf die Verkäufe aus!“ – 'mi'-Fazit:

Ergebnisrückgänge beim Waren- und Dienstleistungsportfolio machen es für den Foto-Fachhändler unausweichlich, neue Felder für ertragsstarke Zusatzumsätze zu finden bzw.

den Ackerbau auf bekanntem Terrain zu optimieren. Mit dem Themen-Schwerpunkt 'Marge machen' zeigen wir in Serie solche Möglichkeiten auf. Damit wir die Ebene von theoretischen Gedankenspielen verlassen, setzt 'mi' wie gewohnt auf Praxis-Relevanz und dabei auf den Erfahrungsschatz von etablierten Marktteilnehmern.

Eine ansprechende Präsentation am PoS ist im Wettbewerb mit Großvertriebsformen und dem eCommerce wichtiger denn je! Um Foto-Fachhändler von der Notwendigkeit zu überzeugen, jetzt in die Zukunftsfähigkeit ihrer Geschäfte zu investieren, bieten die Kooperation und Lieferanten, wie hier walther design, dem stationären Handel hilfreiche Lösungen an. Mit Michael Trümper setzen die Nettetaler auf ein ausführendes Organ mit Foto-Fachhandels-Erfahrung. **Das Ladenbaukonzept ist jedoch nur ein Pfeil im Köcher des Traditionslieferanten – welche weiteren darin stecken, erklärt Walter Lorenz ausführlich im heute beiliegenden 'mi'-Themenschwerpunkt 'Marge machen' – lesen lohnt!**

Marge machen

www.walther-design.de

Dirk Morawski