



schumacher

Pressemitteilung

Drei Tipps für die POS-Promotion vom Display-Spezialisten Schumacher Packaging

Mit Displays wird der Einkauf vor Ort wieder zum Erlebnis

Ebersdorf bei Coburg, 01. September 2020 +++ Der stationäre Einzelhandel hatte bislang kein einfaches Jahr: Hamsterkäufe, Abstandsregelungen und Maskenpflicht haben das Einkaufen in Ladengeschäften stark verändert. Viele Markenhersteller stehen jetzt vor der Herausforderung, ihr Absatzgeschäft im stationären Einzelhandel neu anzukurbeln und Kunden wieder für das Einkaufen vor Ort zu begeistern. Hier leisten Zweitplatzierungen für den Point of Sale (POS) einen wertvollen Beitrag. Schumacher Packaging, einer der größten familiengeführten Hersteller von papierbasierten Verpackungslösungen und Displays, zeigt, wie das in der Praxis aussieht – mit folgenden drei Tipps.

Tipp 1: Standard-Displays einfach verwandeln

Um die POS-Promotion möglichst unkompliziert wiederzubeleben, sind Displays im Baukastenprinzip besonders gut geeignet. Basierend auf der CHEP-Viertelpalette 600 x 400 mm, bietet das System-Display der Schumacher Packaging Gruppe am niederländischen Standort Breda dafür eine Vielzahl an individuell kombinierbaren Komponenten. Der Größe der Produkte entsprechend lassen sich Stapeltrays, Spenderboxen, Schütten oder Haken zusammen mit Mantel und Topschild variabel kombinieren. Somit eignet sich das System-Display für die Präsentation und den Mengen-Abverkauf fast aller Waren – ob leicht, schwer, stehend oder liegend. Auch hinsichtlich Preis und Lieferzeit weiß diese Art der Zweitplatzierung zu überzeugen, da Entwicklungszeiten und Werkzeugkosten entfallen. Je nach Produkt und Aktion wird das Display individuell bedruckt, weshalb es sowohl für Mittelständler als auch für große renommierte Marken als kostenoptimierte Zweitplatzierungsform infrage kommt.

Tipp 2: Passgenaue Aktionen durch Digitaldruck realisieren

Viele Markenhersteller arbeiten derzeit verstärkt an neuen Kampagnen, um den

Shopper beim Einkaufen im Ladengeschäft noch gezielter zum Kauf zu animieren. Mit der innovativen Digitaldrucktechnik bei Schumacher Packaging ist es möglich, baugleiche Display-Auflagen in Teilsereien zu splitten und für verschiedene saisonale, regionale und aktionsbezogene POS-Kampagnen mit unterschiedlichen Druckbildern zu versehen. Auf diese Weise werden auch kleinere Aktionen wie Gewinnspiele oder saisonale Mini-Events wie Halloween aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt. Durch unterschiedliche Display-Motive kann ein und dasselbe Produkt das ganze Jahr über beworben werden und so stets neue Aufmerksamkeit beim Käufer wecken. Von Valentinstag über Ostern und Muttertag bis hin zum Schulanfang und zur Weihnachtszeit: Schokolade hat so gut wie immer Saison und bietet zahlreiche Anlässe, um mithilfe eines Displays für Wow-Effekte zu sorgen. Markenartikler können bis Jahresende also noch viele kleinere POS-Aktionen durchführen: Sie wählen einfach ein Display-Modell und unterteilen es in kleinere Auflagen mit dem jeweiligen Aktionsmotiv. Da keine Druckplatten oder Klischees erforderlich sind, entfallen deren Herstellung und Entsorgung. Dies schont die Umwelt, senkt die Kosten und bringt neue Aktionen schnell in die Ladengeschäfte.

Tipp 3: Besondere Promotion-Aktionen durch Themenwelten und Lifesize-Displays

Viele Produkte aus den Bereichen Lebensmittel, Süßwaren und Getränke oder auch Grillzubehör und Haustierbedarf wurden während des Lockdown stark nachgefragt. Insgesamt hat die Kauflaune im stationären Handel aber signifikant nachgelassen. Obwohl das Einkaufen im Netz unpersönlicher ist und sie das Produkt nicht in natura sehen, anprobieren oder in die Hand nehmen können, sind viele Verbraucher auf Online-Shopping umgestiegen. Um diesen Trend wieder umzukehren oder ihm zumindest entgegenzuwirken, braucht es echte Werbeknaller am POS: Großinstallationen wie das Schokoladen-Schiff, die Coca-Cola-Flasche oder aufwendig gestaltete Displays, die ein besonderes Einkaufserlebnis vermitteln. Sie sind wichtige Markenbotschafter, die den Käufer am POS förmlich in ihren Bann ziehen. Geht diese Promotion dann zum Beispiel noch mit Online-Werbung in den Sozialen Medien einher, ist der erste Schritt in Richtung Laden womöglich nicht mehr weit. Entwickelt und hergestellt werden diese einzigartigen Displays in der Kreativschmiede von Schumacher Packaging in Breda. Ob Thekendisplay, Promotion-Kampagnen oder Display-Ladentheater: Mit individuell gestalteten Zweitplatzierungen hinterlassen Markenartikler einen nachhaltigen Eindruck beim Shopper und geben wichtige Kaufanreize.

Mit nachhaltigen Displays den Verkauf wieder ankurbeln

Um jetzt den Umsatz durch „analoges“ Einkaufen wieder zu steigern, braucht es mehr als eine Mehrwertsteuer-Senkung. Es gilt, den Kunden die Vorteile des stationären Handels in Erinnerung zu rufen und sie emotional zu adressieren. Ziel sollte es sein, sie von der Produktvielfalt zu überzeugen, sie zu inspirieren und ihrem Nachhaltigkeitsbewusstsein nachzukommen. Schließlich bietet ihnen der Vor-Ort-Einkauf die Möglichkeit, Produkte live zu erleben. Ansprechend gestaltete Displays ziehen viel mehr Aufmerksamkeit auf sich als Regalware, die immer in Konkurrenz zu anderen Produkten steht. Sind erstere dann noch aus recycelter Wellpappe gefertigt, punktet eine Marke zusätzlich bei all jenen Kunden, die bewusster und verantwortungsvoller leben wollen. Schumacher Packaging unterstützt Markenartikler gemäß dem Verpackungsgesetz bei der „erweiterten Produktverantwortung“ und sorgt dafür, dass die Displays dem Rohstoffkreislauf wieder zugeführt werden können. Im Gegensatz zu anderen Materialien lassen sich papierbasierte Displays nämlich problemlos und umweltfreundlich dem Recycling zuführen, was die Entsorgungskosten reduziert. Zudem sind sie aufgrund ihres geringen Gewichts leicht zu transportieren und einfach aufzubauen. Dank ihrer stabilen Konstruktion und robusten Oberfläche halten sie über den Aktionszeitraum zuverlässig stand. Modernster Digitaldruck gestattet natürlich anmutende Designs in höchster Qualität, wie etwa Flechtstrukturen, Holz- oder Steinoptik. So lassen sich originelle Designs kreieren, welche auf saisonale oder regionale Besonderheiten abgestimmt sind und gleichzeitig den Aspekt der Nachhaltigkeit unterstreichen. Dadurch fühlen sich Verbraucher besonders angesprochen und identifizieren sich eher mit einem Produkt.

Verpackungsspezialist bietet Display-E-Book zum kostenfreien Download an

Als Experte in Sachen Displays und Copacking stellt Schumacher Packaging das E-Book „Auf Platz eins mit Zweitplatzierungen – Warum Displays und Promotionverpackungen am POS punkten“ inklusive neuester Trends und Checklisten unter https://schumacher-packaging.com/verpackungen/displays/verkaufsfoerderung#E-Book_zum_Download zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Über Schumacher Packaging

Die Schumacher Packaging Gruppe (www.schumacher-packaging.com) mit Stammsitz im bayrischen Ebersdorf bei Coburg ist ein Experte für maßgeschneiderte Verpackungslösungen aus Well- und Vollpappe. Schon seit Jahren zählt das inhabergeführte mittelständische

Unternehmen zu den Produktivitäts- und Technologieführern der Verpackungsbranche. Ein wichtiger strategischer Vorteil ist es, dass Schumacher Packaging eine breite europäische Marktpräsenz mit einheitlich hohen Technik-, Qualitäts- und Service-Standards an allen Standorten verbindet. Das umfassende Produktspektrum deckt die Verpackungsbedürfnisse verschiedenster Branchen ab und reicht von Transport-, Automaten- und Verkaufsverpackungen über Faltschachteln und Trays bis hin zu Präsent-Verpackungen und Displays. Schumacher Packaging entwickelt und fertigt zudem kundenspezifische, schlüsselfertige Verpackungslösungen und bietet als Full-Service-Lieferant umfangreiche Serviceleistungen für alle Stufen der Supply Chain.

Seit seiner Gründung im Jahr 1948 ist das Unternehmen in Ebersdorf in der Nähe von Coburg angesiedelt. Weitere deutsche Produktionsstandorte von Schumacher Packaging befinden sich in Bielefeld, Forchheim, Greven, Hauenstein, Schwarzenberg und Sonneberg. Fünf weitere Betriebsstätten liegen in Polen: jeweils eine in Bydgoszcz und Grudziądz sowie zwei in Breslau. In Myszków hat die Gruppe 2016 eine Papierfabrik übernommen. Im niederländischen Breda gibt es einen Produktionsstandort für Displays, im tschechischen Nýrsko entstehen Spezial- und Verbundverpackungen, und der deutsche Standort Lehrte bietet Co-Packing-Services. Zuletzt, im November 2019, hat die Gruppe ein Verpackungswerk im englischen Birmingham übernommen. Im Geschäftsjahr 2019 erwirtschaftete Schumacher Packaging einen Jahresumsatz von 648 Millionen Euro. Die Mitarbeiterzahl der Gruppe beträgt derzeit rund 3.500.

Kontakt:

Schumacher Packaging GmbH
Catrin Martin
Friesendorfer Straße 4
96237 Ebersdorf
Deutschland
Telefon: +49 (0)9562-383-155
E-Mail: catrin.martin@schumacher-packaging.com
Internet: www.schumacher-packaging.com

Pressekontakt:

Möller Horcher Kommunikation GmbH
Julia Schreiber
Heubnerstraße 1
09599 Freiberg
Deutschland
+49 (0)3731-2070-915
julia.schreiber@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de