



Intersport-Händler Jochen Kiegele (links) im Beratungsgespräch



In Heilbronn präsentierten Anbieter vielen Facetten der Ladengestaltung



Thomas Römer, Leiter Mitglieder/MCR bei Intersport, informiert sich

Ladenbau

PoS-Messe, die zweite

2014 hatte die Intersport das erste Mal im Rahmen der September-Ordermesse auch zu einer Ausstellung rund um den PoS eingeladen. Nun fand die Neuauflage statt

Nicht nur Ladenbau stand im Fokus der zweiten PoS-Messe der Intersport in den Räumen der Redblue. Ein 360-Grad-Ansatz sollte im Rahmen der Ordermesse vom 20. bis 22. September abgebildet werden. „360° PoS – Ihre Spezialmesse für den Erfolg am Point of Sale“ war dementsprechend das Motto der Veranstaltung. Anspruch der Intersport-Zentrale war, alle wichtigen Dienstleister für die Verbandsmitglieder hierzu nach Heilbronn zu bekommen. 45 Aussteller fanden sich auf der Fläche im Obergeschoss des Messe- und Ordercenters ein. Die Organisatoren hatte sich im Vergleich zur Vorjahresveranstaltung ein Novum einfallen lassen: Parallel zur Ausstellung fanden Fachvorträge rund um das Thema statt. Eine Energie-Fragestunde stand hier auf dem Plan, ebenso die Digitalisierung am Point of Sale. Die Intersporthändler konnten sich ebenfalls darüber informieren, wie sich durch Storytelling Kunden gewinnen lassen und wie der Altbestand im Geschäft in neuem Glanz erscheinen kann. Ein Schwerpunkt der diesjährigen Ausstellung war laut Thomas Römer, Leiter Mitglieder/MCR, die Digitalisierung der Verkaufsfläche. Ein System namens Interstock zeige per digitalem Bildschirm die Lagerverfügbarkeit von Produkten an. Dieses System sei insbesondere für Filialisten interessant. „Auf Sicht wollen wir hier auch die Lagerbestände der Lieferanten anzeigen“, verriet Römer. Ein virtuelles Schaufenster fand sich ebenfalls unter den Exponaten auf der PoS-Messe. Generell werden digitale Lösungen laut Römer sehr gut von den Mitgliedern angenommen. Deutlich über 400 Instore-TV-Lösungen seien bei den Intersportlern aktiv. Der Kunde erwarte heutzutage, dass sich das Bild auf der Fläche häufiger ändere. „In der Vergangenheit galt die Faustregel, dass der Händler alle fünf bis zehn Jahre größer umbauen sollte, aktuell sollte dies alle drei bis längstens fünf Jahre passieren“, führte Römer aus.

Ast



Die PoS-Messe zeigte Lösungen rund zu allen Aspekten von Geschäften auf



Die Aussteller konnten im Redblue großzügige Ausstellungsflächen belegen



Austausch am konkreten Projekt im Rahmen der PoS-Messe



Beleuchtung gewinnt für den Handel immer mehr an Bedeutung