



Am Küchentisch: Entwurf zu einem von zwölf „Lieblingsplätzen“ bei „Mr. Books & Mrs. Paper 2016“

Zwölf Serviervorschläge zum Nachkochen

Wie lassen sich Bücher und passende Zusatzprodukte am PoS so in Szene setzen, dass einzigartige Sortimente „mit Gesicht“ entstehen? Diese Frage beantwortet Angelika Nistrath mit der Sonderschau „Mr. Books & Mrs. Paper“ erneut in überraschender Weise.

„LIEBLINGSPLÄTZE“ HEISST das diesjährige Konzept, zu dem Kuratorin Angelika Nistrath zwölf außergewöhnliche Wareninszenierungen in Form individueller Leseorte gestaltet – wohnliche Szenen, in denen die Kunden der Buchhandlung sich emotional und inhaltlich wiederfinden können. Klingt aufwändig, soll es aber nicht sein: „Die Sonderschau präsentiert Best-Practice-Beispiele, die sich auf kleinem Raum und mit überschaubarem Wareneinsatz in schnellem Wechsel

realisieren lassen“, erläutert Nistrath. „Wir möchten Reproduzierbarkeit für die Praxis bieten, allerdings ohne der Kreativität allzu enge Grenzen zu setzen. Es bleibt viel Spielraum für Inspiration und eigene Ideen.“

Individuelle Homestories

Grundlage jeder Themenwelt ist jeweils dieselbe Situation, die an einem festen Platz im Verkaufsraum oder auch im Schaufenster leicht herstellbar ist: Ein neutraler Tisch, ein bequemer Stuhl, eine Wandfläche mit Regal. Diese Szene wird mal als Kreativ-Werkstatt, mal als verträumtes Teenagerzimmer oder als repräsentatives Home-Office ausgestaltet und je nach Thema mit passenden Büchern und Produkten gefüllt – idealerweise alle vier Wochen neu. Anders als

in der „Jahreszeitenbuchhandlung“ von 2015 stellen „Mr. Books & Mrs. Paper“ bei den „Lieblingsplätzen“ jedoch nicht saisonale Themen in den Mittelpunkt, sondern die verschiedenen Zielgruppen. So geht es in den Szenen beispielsweise um DIY-Trends, um Jugendromane oder um Businessinhalte; aber auch Musik, Natur, Kochen, Mutter & Kind und weitere Themen werden aufgegriffen. Immer in Verbindung mit den passenden Zusatzprodukten entstehen so zwölf individuelle „Homestories“, die ihre Zielgruppe emotional ansprechen und spontane Wünsche wecken. „Was und wo wir stationär einkaufen, ist immer mehr auch Ausdruck persönlichen Lebensstils. Mr. Books & Mrs. Paper zeigen, wie man anspruchsvolle Kunden an genau diesem Punkt abholen und ihnen ein nachhaltiges Einkaufserlebnis vermitteln kann.“

Einkaufliste inklusive

Trotz der Vielfalt der Themen und Warengruppen, die in den Inszenierungen der Sonderschau angesprochen werden, lässt sich das gesamte Sortiment fast ausschließlich aus Produkten der Paperworld, Christmasworld und Creativeworld zusammensetzen. Mit Ausnahme der Bücher und weniger Anleihen von der Ambiente können alle gezeigten Produkte direkt vor Ort live begutachtet und natürlich auch geordert werden. Dabei helfen die Lieferantennachweise, die „Mr. Books & Mrs. Paper“ zu jedem Thema bereitstellen. Neben den Buchtiteln und Verlagen werden dort alle Produkte mit den dazugehörigen Ausstellern und ihren Standorten auf der Messe aufgelistet. „Wer die Serviervorschläge der Sonderschau am PoS nachkochen möchte, bekommt hier also nicht nur das Rezept mit passendem Einkaufszettel, sondern auch gleich alle relevanten Adressen“, bestätigt Angelika Niestrath.

Rezepte für die Praxis

Was „Mr. Books & Mrs. Paper“ für die Messe unter „Laborbedingungen“ entwickeln, stellt für den Handel im Sortimentsalltag natürlich eine weitaus größere Herausforderung dar: Wer eigene professionelle Wareninszenierungen gestalten will, braucht viele Informationen und eine effiziente Arbeitsweise, um Produkte zu finden, die nicht nur inhaltlich ins Thema passen, sondern sich zu einem überzeugenden Gesamtbild fügen, das auch emotional funktioniert. Farb- und Designwelt, verschiedene Preis- und Produktkategorien, alles muss stimmen – und soll dabei mit möglichst wenigen Lieferanten auskommen, damit sich auch der Einkauf effizient gestalten lässt. „Die richtigen Produkte zu finden ist eine Mischung aus sehr gutem Marktüberblick, aktuellen Informationen der Anbieter und Internetrecherchen“, bestätigt „Mr. Books“-Macherin Angelika Niestrath. „Es ist aber zum Glück auch kein Hexenwerk.“

Tatsächlich lässt sich am Bildschirm nicht nur ein großer Teil der nötigen Informationen sammeln, sondern auch die kreative Aufgabe bewältigen, die hinter einer gelungen Themenwelt steckt: Jede „Mr. Books“-Inszenierung beginnt mit einer virtuellen Pinwand, an der passende Buchtitel, Ideen für konkrete Produkte, aber auch einfach Stimmungsbilder gesammelt werden. Wer Ausdrücke dieser Thementableaus beim Messebesuch dabei hat – egal, ob sie sich noch im „Moodboard-Stadium“ oder schon in einer sehr konkreten Phase befinden – hat im Prinzip seine Suchfelder abgesteckt und kann gezielt nach den richtigen Produkten, Farben, Materialien Ausschau halten. Mindestens für sechs Monate im Voraus sollte man deshalb seine Themen planen, rät Angelika Niestrath. „Genauso arbeiten wir für Mr. Books. In der Praxis hat das den zusätzlichen Vorteil, dass man für mehrere Themen gleichzeitig einkaufen kann. Dadurch lassen sich nicht nur Mindestauftragswerte der Anbieter leichter knacken, man behält auch besser im Auge, wie sich Reste aus dem einen Thema eventuell in einem späteren wieder einsetzen lassen.“

www.nonbook.de

Leistungsbausteine

Bundesweite Marktabdeckung

Eigenmarke milan®

Informationsdienst für Gesellschafter

Eigene Herstellermesse

Sammelbestellungen und Kontrakte

Verbundgruppen

Vereinbarung von Grund- und Zentralregulierungskonditionen

Zentralregulierung

Shop-Systeme

Zielgruppenorientiertes Marketing

Ertragsverbesserung und Entlastung

JETZT
Mitglied werden
und die Vorzüge
der Kooperation
nutzen.

InterES

Die **InterES Handels- und Dienstleistungs GmbH & Co. KG** ist die größte Einkaufs- und Marketinggesellschaft selbständiger PBS-Fachgroßhändler in Deutschland.

Die **Gründung im Jahr 2001** erfolgte durch den Zusammenschluß der beiden Verbundgruppen **Europakontor, Köln** und **schreipa, Nürnberg**.

Dank der nun initiierten **Kooperation mit dem BÜRORING, Haan**, werden sich die Leistungsbausteine der InterES für seine Mitglieder vor allem im **Streckenhandel** nochmals deutlich erweitern.

InterES GmbH & Co. KG
Edisonstraße 15 · 90431 Nürnberg
www.inter-es.de