



Nur was gut
präsentiert wird,
kann auch gut
verkauft werden!

Zeigen Sie die Vielfalt, die in Ihrem Pressesortiment steckt.

QUALITÄTSOFFENSIVE
Kostenfreie
POS-Beratung!

Bundesweite Marketingoffensive zur Optimierung der Pressepräsentation im Einzelhandel

Nur **was gut präsentiert** wird, **kann auch gut verkauft** werden!

Diesem Leitsatz folgend hat der Bundesverband Presse-Grosso e.V. die groß angelegte Qualitätsoffensive „**Grosso, die tun was**“ beschlossen. Eine Initiative, die sich seit 2008 erfolgreich weiterentwickelt. Auslöser der Qualitätsoffensive sind u. a. folgende Erkenntnisse, die im Rahmen **umfangreicher Käufermarktstudien** gewonnen wurden:



Verweildauer der Kunden am Regal sinkt

Die durchschnittliche Verweildauer ist innerhalb von fünf Jahren von 3 Min., 18 Sek. auf 2 Min., 36 Sek. gesunken.



Der Kunde wird zunehmend erst am Regal zum Käufer

Von ca. 5000 befragten Kunden sind 64 % flexible Spontankäufer sowie Ersatz- und Lustkäufer.



Die Anzahl der Nichtkäufer steigt

Die durchschnittliche Prozentzahl von Personen, die am Regal stehen und anschließend keine Zeitschrift kaufen, ist innerhalb von fünf Jahren von 19% auf 25% gestiegen.



Fehlende Orientierung am Regal

Käufer orientieren sich am Regal an den Titeln der Zeitschriften, um über bekannte Marken das gesuchte Segment zu identifizieren. Die Zeit bis zum Auffinden des gesuchten Titels ist bei strukturierten Regalen – unter gewissen Bedingungen – geringer als bei unstrukturierten Regalen!

Die Käufermarktstudie zeigt deutlich, dass eine qualitativ ansprechende Regalpräsentation des Zeitschriften- und Zeitungssortiments mit Orientierungshilfen und einem attraktiven Angebot immer wichtiger wird,



