



# Überzeugende POS-Lösung

Laut einer Shopper- und Händlerbefragung der Unternehmensberatung Bormann & Gordon ist der 2014 eingeführte Edding POS-Shop die beste Erstplatzierung im Bereich Schreiben und Markieren.

Hoch ist die Weiterempfehlungsbereitschaft: 84 Prozent möchten ihren Berufskollegen den Premium-Shop von Edding weiterempfehlen.

Für die europäische Studie wurden allein in Deutschland 186 Endkonsumenten sowie 26 Inhaber von Schreibwarenfachgeschäften befragt. Die Shopper bewerteten vor allem die Orientierung als sehr gut und über 80 Prozent gaben zudem an, dass ihnen das Einkaufen am Edding-Shop Spaß bereitet. Für viele Käufer steigert dieser sogar die Attraktivität des Geschäfts insgesamt, was sich auch an den Kassen des Handels durch positive Absatz- und Umsatzeffekte bemerkbar macht.

## Topbewertungen

Die Ergebnisse zeigen, dass der Edding POS-Shop sowohl Käufer als auch Fachhändler überzeugt und Topbewertungen erzielt. So gefällt 94 Prozent der Endverbraucher und 81 Prozent der Shopinhaber die neue Lösung insgesamt sehr gut oder gut. Für 58 Prozent der Ladeninhaber bietet Edding sogar die mit

großem Abstand beste Erstplatzierung im Bereich Schreiben und Markieren. 41 Prozent der Verbraucher sagen, dass der POS-Shop das Geschäft insgesamt attraktiver macht, um dort Stifte zu kaufen. Fast ein Viertel der Befragten findet sogar, dass der neue Edding-Shop das Geschäft für sie generell attraktiver macht, um dort öfter einzukaufen.

## Schnelle Orientierung

Insbesondere beim Thema Orientierung kann Edding punkten. Rund 91 Prozent der Shopper finden schnell, was sie suchen. Und: 70 Prozent der befragten Verbraucher halten die Ordentlichkeit, Übersichtlichkeit und Kategorisierung für herausragende Elemente im Vergleich zu Wettbewerbsplatzierungen. Dafür sorgt besonders die durchdachte Strukturierung nach Anwendungsbereichen. Eine erste Orientierung bietet das Kopfschild mit Hinweisen zu Anwendungen und Oberflächen, die beschriftet werden sollen. Detailinformationen und spezifische Produkteigenschaften findet der Verbraucher auf den Schildern zu jedem Produkt. Davon profitiert auch der Handel, denn der hochwertig ausgestattete und mit LEDs beleuchtete Shop übernimmt die Funktion des „stillen Verkäufers“.

## Zusatzumsätze für Händler

Mit dem Ziel, Zusatzkäufe zu generieren, hat sich Edding bei seiner neuen Regallösung nicht nur auf die Kernprodukte wie Lack- und Permanentmarker konzentriert, sondern eine Idealbestückung entwickelt, die nahezu alle Bereiche abdeckt. Ein Konzept, das aufgeht. Fast die Hälfte der Verbraucher hat für sich neue Produkte entdeckt, die ihm vor der Einführung des neuen POS-Shops noch unbekannt waren. Die damit verbundenen Neulistungen stellen die befragten Shopbetreiber nahezu allesamt zufrieden. Mehr als 90 Prozent gaben an, sowohl mit neuen Produkten als auch mit neu gelisteten Farben oder neuen Produktkategorien wie den Edding Funstastics vollkommen zufrieden, sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. Laut Studie verzeichnen sogar 69 Prozent der befragten Händler einen Mehrverkauf von Edding Produkten von bis zu 30 Prozent und mehr. Entsprechend geben 81 Prozent der Befragten an: Ja, meine Erwartungen wurden erfüllt. Dreiviertel aller Shopbetreiber stellen sogar einen positiven Gesamteffekt für ihr Geschäft fest – und das nur durchschnittlich sieben Monate nach Installation des Edding-Shops.

[www.edding.de](http://www.edding.de)

Studienquelle: Bormann & Gordon im Auftrag der Edding International GmbH: POS Shopper & Händler-Studie „Edding POS-Shop Test“, Ergebnisse Dezember 2014.

