

Umsatz mit Büchern

Kraftstoff für den Kopf

Bücher sind nicht automatisch die Renner im Shop. Erst das richtige Konzept und die richtige Präsentation machen sie zum guten Geschäft – auch in der Tankstelle.

Bücher sind – allen Unkenrufen zum Trotz – immer in Mode. Und das Buch verliert auch nicht an das Internet, es profitiert von ihm. Bücher für rund 9,6 Milliarden Euro wurden 2007 in Deutschland verkauft: Das ist ein Plus von 3,4 Prozent.

Allerdings: Während der typische Leser früher im Buchhandel und erst nach eingehender Beratung oder der Lektüre eines Probekapitels kaufte, sind Bücher heute zum „Mitnahmeartikel“ geworden: „Der Buchtitel klingt interessant – den nehm’ ich mit!“

Das „Lesen im Vorbeigehen“ ist eine Chance für den Tankstellenshop,

welche immer mehr Betreiber nutzen. Schon an vielen Stationen wird neben Kraftstoff fürs Auto auch Lesestoff getankt. Kein Wunder: Alt-Kanzler Helmut Schmidt bezeichnete Bücher einmal als „geistige Tankstellen“. Und er liegt damit durchaus richtig. Als immer wichtiger werdender Nahversorger gewinnt die Tankstelle auch an Bedeutung für die „geistige Nahrung“ Buch.

Konzentration auf die Bestseller

Der Wettbewerb im Buchgeschäft ist härter geworden. Vor allem durch Online-Verkäufer und Zeitungsverlage geraten kleine Sortimentsbuchhandlungen in die Klemme. Anders die Tankstellenshops mit Buchangebot. Sie können sich auf die Renner unter den Titeln konzentrieren, von ihnen erwartet der Käufer keine Exoten und Bestellen ist auch eher selten. Was zählt, ist das schnelle und bequeme Lesevergnügen. Daher rät Cuno Götz von Olenhusen von der Firma Hannecke Display Systems dazu, sich auf die Bestseller zu konzentrieren, über die jeder spricht. Das sorgt für schnellen Absatz und steigert die Chance auf gute

Gewinne. Zwar „drehen sich auch sichere Renner unter den Büchern vielleicht nicht so schnell wie Chips oder Cola, aber von jedem Buch bleibt eben auch ordentlich was beim Händler hängen.“

Um so wichtiger ist die Präsentation des Angebots, passend zur Größe und den Typ des Shops. Nur so können Umsatz und Rendite auf die verfügbare Fläche abgestimmt werden.

Hannecke Display Systems ist mit über 30 Jahren Erfahrung ein Spezialist für das Design und die Herstellung von Displays und Verkaufsmöbeln speziell für Bücher. Die Firma steht für die Drehsäulen, an denen sich im Wortsinn der Umsatz beispielsweise mit HB-Bildatlanten oder Reiseführern dreht.

Vor diesem Hintergrund entstanden jetzt für Taschenbücher drei weitere Lösungen:

Anzeige

www.waschmarken.de

Als Buchmobil für kleine Verkaufsstellen empfiehlt sich das „Bestseller Mobil Top 10“, das schnell und einfach zu fahren und somit höchst flexibel einsetzbar ist. Es fasst bis zu 112 Taschenbücher, 16 Titel sind gleichzeitig sichtbar. Das „Display Top 15“ ermöglicht die zweiseitige Präsentation mit frontaler Titelanzeige der aktu-

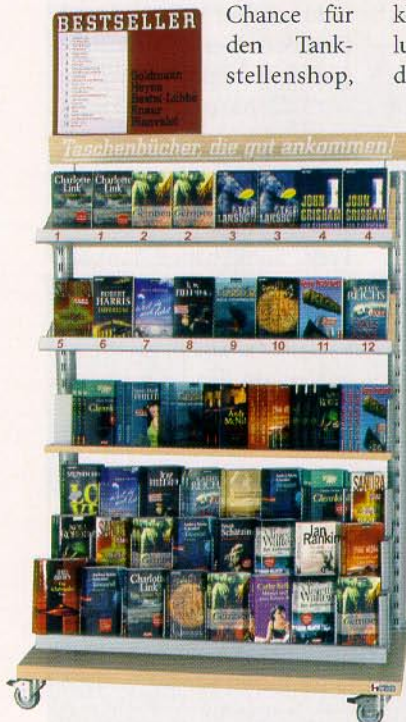


16 Titelcover auf einen Blick: Das rollbare Display Mobil Top 10 ist ideal für kleine Shops.

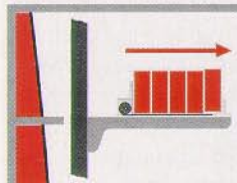
ellen Top 15 im Taschenbuchbereich zur einen Seite und weitere populäre Buchtitel auf der anderen. Das Präsentationsmöbel fasst insgesamt etwa 240 Bücher.

Ein Mittelmöbel – besonders für den Gastro- und Shopbereich – ist die „Verkaufsgondel Top15“. Auch bei diesem Möbel werden Bestseller frontal in Titelanzeige in Verbindung mit einer Auswahl populärer Buchtitel gezeigt. Die Gondel fasst 240 Bücher, von 30 sind Titel und Rücken lesbar. Alle Spezialregale und Displays passen in alle gängigen Standardregalsysteme.

„Wir sind Profis für die Präsentation der Bücher – der einzelne Shopbetreiber sollte sich bei der Auswahl seiner Buchtitel ebenfalls auf Profis verlassen“, rät Cuno Götz von Olenhusen. Der Präsentationsexperte rät den Shopbetreibern daher, sich auf Buchmessen oder direkt bei den Verlagen zu informieren.



Die „Bücher-Gondel“ Top 15 macht die Tankstelle zum kleinen Buchladen.



POS T. - Warenvorschub- und Fachteiler-Systeme

... millionenfach erfolgreich am Point of Sale bewährt

POS TUNING Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG • Am Zubringer 8 • 32107 Bad Salzuffeln - Deutschland
Fon +49 (0) 5222-36965-0 • Fax +49 (0) 5222-36965-20 • info@postuning.com • www.postuning.com

POS TUNING
Udo Voßhenrich

Foto: Hannecke Display Systems