

FOTOBUCH UND GESCHENKE

# Touch & Try

Fotobücher und personalisierte Fotogeschenke boomen ungebrochen. Zeit, das Thema im Shop offen zu präsentieren. Ladenbauer Albsteiger & Trümper hat eine spezielle Lösung im Fotofachhandel bereits umgesetzt

Die „Photo-Connection“ aus Süddeutschland hat das Potenzial besonders früh erkannt: „Wenn die Fotobücher und Fotogeschenke weiterhin so stark nachgefragt werden sollen, müssen wir sie mehr ins Blickfeld der Kunden rücken.“ Wolf-Dieter Frenzel (Ulm), Michael Räther (Ludwigsburg) und Klaus Mehrkorn (Stuttgart) engagierten die Ladenbauer Albsteiger & Trümper sowie Unternehmensberater Breuer, um die Trend-Themen im Ladenbau markanter zu platzieren.

## Drei Meter Regalwand reichen für die optimale Präsentation

Als Lösung schufen die Architekten eine drei Meter breite Regalwand, die „alles enthält, was eine würdige Präsentation ausmacht“, so Michael Trümper. Zwei Meter gehören davon den Fotobüchern: In Plexiglas-Haltern werden die angebotenen Typen als Musterbücher offen präsentiert. „Die barrierefreie Gestaltung soll die Kunden bewusst zum Durchblättern und Testen auffordern“, so Trümper. Der letzte Meter der Regalwand zeigt die ganze Palette an Fotogeschenken. Auch hier ist „Touch and try“ ausdrücklich erwünscht.

## Terminals optisch in den Ladenbau integrieren

Die Investition in die neuen Shopelemente hat sich für die Mitglieder der „Photo-Connection“ bereits ausgezahlt. Der Umsatz mit Fotobüchern und -geschenken steigert sich kontinuierlich. Nicht zuletzt unterstützen auch die zum Ladenbau gehörigen Terminals die erhöhte Nachfrage. Bequem können die Kunden sich am Bildschirm den Prozess der Fotobuch-Produktion genau erklären lassen und dann auch gleich selbst bestellen. „Das Problem der mangelnden Integrität von Terminals haben wir lösen können, indem wir drei Terminals quasi rund um eine Säule herum positioniert haben“, erklärt Trümper.



Vorbildlich ins Ladenlayout integriert haben die Mitglieder der „Photo-Connection“ die Produktbereiche Fotobücher und -geschenke. Kunden haben von nun an die Möglichkeit, die Produkte ihrer Wahl ausgiebig zu testen. Darüber hinaus wurde eine „Terminal-Insel“ auf nur vier Quadratmetern realisiert, die den Kunden ein entspanntes und intimes Bilder-Bestellen ermöglicht

