



**Kreatives
Spielhaus**

Das Display bietet einen spielerischen Überblick über die Pappbilderbücher. Das farbenfrohe Design greift beliebte Figuren auf und begeistert die jungen Leser.

Knappe + Lehbrink inszeniert POS-Auftritt für den Oetinger Verlag

Villa Kunterbunt

Pippi Langstrumpf, Petterson und Findus oder das Sams – diese Kultfiguren der Hamburger Verlagsgruppe Oetinger wecken Kindheits-erinnerungen. Knappe + Lehbrink konzipierte ein Display, das mehrere Charaktere unter einem Dach vereint und die Aufmerksamkeit der kleinen Leser gewinnt.

Seit Generationen beflügeln Bücher der Verlagsgruppe Oetinger die Phantasie von Kindern. 1949 erwarb der Verlagsgründer Friedrich Oetinger die Lizenz für „Pippi Langstrumpf“ und läutete damit eine Erfolgsstory ein. Bis heute erscheinen in dem Verlagshaus Klassiker von Erich Kästner und Astrid Lindgren. Hinzu kommen Werke von Cornelia Funke, Paul Maar, Kirsten Boie und vielen mehr. Aus den Erzählungen gehen Kinderlieblinge wie „Die Eule mit der Beule“, „Die Olchis“ oder „Mama Muh“ hervor. Um diese bunte Welt am POS zu präsentieren, entwarf der Verlag Friedrich Oetinger zusammen mit Knappe + Lehbrink ein Verkaufstool. Der Auftrag: Ein Display soll für etwa 90 Pappbilderbücher Platz bieten. Dabei soll es eine stabile Bauweise vorweisen und im Format gut handhabbar sein. Das Design soll Oetinger optisch repräsentieren und für den Handel attraktiv sein. Wie diese Aufgabe gelöst wurde, beschreiben Anne Petersen, Marketingleiterin der Verlagsgruppe Oetinger, und Jochen Rudat, Verkaufsleiter Knappe + Lehbrink, im Gespräch mit display.



Verlagsgruppe Oetinger

Das Familienunternehmen wurde 1946 von Friedrich Oetinger gegründet und befindet sich inzwischen in den Händen der dritten Generation. Die Verlagsgruppe besteht aus dem Verlag Friedrich Oetinger, dem Dressler Verlag, Oetinger Media und dem Verlag für Kindertheater Uwe Weitendorf. Das Sortiment bietet über 2.000 lieferbare Bücher. Pro Jahr erscheinen etwa 600 Neuheiten. Neben Büchern umfasst das Produktportfolio E-Books, Hörbücher, Audio-Downloads, Filme und interaktive Apps, ergänzt um ein Merchandising-Angebot. Momentan sind 155 Mitarbeiter bei der Verlagsgruppe tätig.

„Unsere Bodendisplays sind der Umsatzgarant im Handel. Das Design bildet die kindliche Pappbilderbuchwelt ab und integriert wichtige Charaktere aus unserem Verlagshaus.“

Anne Petersen,
Marketingleiterin Verlagsgruppe Oetinger

DISPLAY: Wie entstand die Grundidee für die POS-Aktion?

ANNE PETERSEN: Der Wunsch nach einem längerfristig einsetzbaren Display im Bereich Pappe stammt aus dem Buchhandel. Auch Mitantibietter setzen derartige Bodendisplays ein.

DISPLAY: Welche Schritte folgten daraufhin?

ANNE PETERSEN: In der hausinternen Marketingabteilung verlief die Entwicklung in Zusammenarbeit mit unserem Displayhersteller Knappe + Lehbrink. Da wir inzwischen eine feste Stanze entwickelt haben, starteten wir mit der Grundidee. Daraufhin ließen wir das Motiv zeichnen, brachten die Illustrationen auf die

Stanze, druckten und lieferten an Kunden aus. Diese Arbeitsschritte nahmen insgesamt etwa fünf Monate in Anspruch.

DISPLAY: Wie läuft die Zusammenarbeit mit dem Handel ab?

ANNE PETERSEN: Ein wichtiger Zwischenschritt im Projekt ist die Darstellung des Displays in sogenannter 3D-Optik. Diese Verlagsvorschau ist der Handelskatalog für unsere Buchhandelskunden. Dort finden sie alle Novitäten des kommenden halben Jahres und können diese auf Grundlage der Vorschauen bestellen. Zusätzlich besuchen unsere Verlagsvertreter die meisten Kunden.

DISPLAY: Welche Grundfläche nimmt die Zweitplatzierung ein?

ANNE PETERSEN: Es handelt sich um ein Display im Maß einer Viertelpalette. Die Palette aus Holz und Plastik bildet die Basis. Anfangs waren unsere Bodendisplays weitaus komplizierter, zum Teil auch größer. Durch das Feedback aus dem Handel haben wir unser Angebot verbessert. Damit haben wir jetzt ein Modell geschaffen, das in Ausführung und Standfestigkeit für uns das Optimum ist.

DISPLAY: Das Display bietet für etwa 90 Bücher Platz. Wie ist es Knappe + Lehbrink gelungen, für eine stabile Bauweise zu sorgen?

JOCHEN RUDAT: Die Grundkonstruktion besteht aus einer intelligenten Lösung in Form eines innenliegenden Dreiecks, das maßgeblich zur Stabilität beiträgt. Verkleidet wird das Grundgerüst von einem Mantel und Trays. Da Shopper erfahrungsgemäß gerne in den Displays durch das Angebot stöbern, ist eine robuste Bauweise unverzichtbar. >>



„Das Display zeichnet sich durch eine hohe Stabilität aus, damit Shopper durch das Angebot stöbern können.“

Jochen Rudat,
Verkaufsleiter Knappe + Lehbrink

Knappe + Lehbrink Promotion GmbH

1996 gegründet, blickt das Unternehmen auf langjährige Erfahrung in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Produktion zurück. Dieses ist bis heute die wichtigste Basis, um Präsentationslösungen für den POS zu konzipieren und individuelle Ideen umzusetzen. Produziert wird bei Knappe + Lehbrink mit einem hoch automatisierten Maschinenpark, bei gleichzeitig höchster Präzision. Geführt wird das Unternehmen von Simone Knappe und Oliver Lehbrink. Mit Sitz im ostwestfälischen Bünde und drei Vertriebsbüros ist das Unternehmen bundesweit vertreten. Derzeit sind 105 Mitarbeiter beschäftigt.

»» **DISPLAY:** Welches Material wurde für die Zweitplatzierung verwendet?

JOCHEN RUDAT: Das gesamte Display ist aus kaschierter Pappe hergestellt, die einfach zusammenzustecken ist. Der Aufsteller ermöglicht eine flexible Bestückung, sodass Bücher in verschiedenen Formaten Platz finden.

DISPLAY: Welche Botschaften vermittelt das Design des Displays?

ANNE PETERSEN: Unser Design bildet die kindliche Bilderbuchwelt ab. Dabei bestimmen wir immer ein Thema, das wir in einer möglichst klaren, leicht „skandinavischen“ Bildersprache transportieren. Wichtige Charaktere aus unserem Verlagshaus wie Petterson und Findus,

Mama Muh und die Eule mit der Beule werden darin integriert.

DISPLAY: In welchen Vertriebskanälen wird das Konzept umgesetzt?

ANNE PETERSEN: Das Display wird im Buchhandel und in den sogenannten Nebenmärkten, im Spielwarenhandel, angeboten und platziert. Unsere Kunden befinden sich im deutschsprachigen Raum. Daher wird die Promotion in Deutschland, der Schweiz und in Österreich ausgerollt.

DISPLAY: Wie lief die Logistik ab?

ANNE PETERSEN: Das Display wird aufgebaut in einer Papp-Umverpackung geliefert. Nur der

Crowner muss noch vom Buchhändler angeklebt werden. Die Ware wird separat geliefert und vom Händler selbst eingeräumt.

DISPLAY: An welchen Zielen orientiert sich die Promotion?

ANNE PETERSEN: Unsere Displays sind der Umsatzgarant für den Bereich Pappbilderbücher. Damit wird deutlich, dass wir in diesem Buchsegment einer der wichtigsten Player im deutschen Markt sind. Aufgrund unseres umfangreichen und attraktiven Bilderbuchsegments lässt sich solch großes Angebot mit Bodendisplays rechtfertigen.

DISPLAY: Welche Vorteile ergeben sich daraus für den Handel?

ANNE PETERSEN: Der Händler bekommt in einem Paket eine sehr gut verkäufliche Auswahl an Novitäten und Backlisttiteln. Zusammen mit einem attraktiven Display kann er den Bereich Pappbilderbücher schnell abarbeiten und ist gut aufgestellt. Das Bodendisplay ist dank seiner hochwertigen Gestaltung ein Kundenmagnet im Ladenraum.

DISPLAY: Besteht die Zusammenarbeit mit dem Projektpartner bereits seit längerem?

ANNE PETERSEN: Die Verlagsgruppe Oetinger und Knappe + Lehbrink kooperieren seit 2002.

JOCHEN RUDAT: Wir sind sehr stolz darauf, den Kunden Oetinger über Jahre hinweg betreuen zu dürfen. Denn meiner Meinung nach ist es sehr anspruchsvoll einen Kunden langfristig zu begeistern.

DISPLAY: Vielen Dank für das Interview. <<



Der Adventskalender in Form der Villa Kunterbunt hat 24 Schubfächer und wird jedes Jahr aufs Neue in der Vorweihnachtszeit aufgebaut.