

## PRESSENEWS

## ■ „Country“ mit Extra „Alles über Rosen“

„Country“, das Magazin für ländliche Lebensart aus dem Hamburger Jahreszeiten Verlag, feiert seinen zehnten Geburtstag.

Mit einem Special über Rosen startet das Magazin in die Gartensaison. Die Beilage präsentiert die schönsten Sorten, Züchter kommen zu Wort, eine Sammlerin führt durch ihren mit Kletterrosen bewachsenen Garten und ein Koch verrät seine Marmeladen- und Gelee-Rezepte. Profis erklären Regeln und geben Tipps für das eigene Beet. Und wer sich von der Natur inspirieren lassen will, findet die Adressen der 25 schönsten Rosengärten Europas. Das 52-seitige Special „Alles über Rosen – das Gartenthema“ erscheint zusammen mit Ausgabe 3/2009.



## ■ Springer löst „Frau von Heute“-Redaktion auf

Axel Springer löst die 20-köpfige Redaktion der Zeitschrift „Frau von Heute“ in Hamburg auf. Ab Mai kümmert sich das Team der „Bild der Frau“ um den Schwertitel. Durch die Zusammenlegung soll zwar die „Bild der Frau“-Mannschaft aufgestockt werden, ein Teil der „Frau von Heute“-Stellen wird den Angaben zufolge aber wegfallen. Genaue Zahlen nennt das Unternehmen nicht. Als Begründung für den Schritt nennt ein Springer-Sprecher Synergieeffekte, die vor allem der Qualität von „Frau von Heute“ zugute kommen sollen. Erst vor kurzer Zeit wurde bekannt, dass Axel Springer bei seinen Programmzeitschriften ähnliche Maßnahmen treffen werde.

## ■ Bayard gibt Tipps für Kindergeburtstage

Topf schlagen oder Blinde Kuh spielen – das reicht Kindern von heute längst nicht mehr: Bayard Media hat jetzt „Wir feiern Geburtstag“ an den Kiosk gebracht, ein 60 Seiten starkes, nutzwertorientiertes Sonderheft von „Leben & Erziehen“. Die Zeitschrift soll den Angaben nach Anregungen für die Gestaltung der Partys Zwei- bis Sechsjähriger geben, wie etwa Spielideen oder Rezepte. „Wir feiern Geburtstag“ hat einen Copypreis von 2,95 Euro und erscheint zunächst nur einmal.

## ■ „Wunderwelt Wissen“ erscheint künftig regelmäßig

Das Gruner + Jahr-Magazin „Wunderwelt Wissen“ kommt ab Ausgabe 2/09 alle zwei Monate auf den Markt. Die nächsten Ausgaben erscheinen den Angaben zufolge am 29. Mai, 31. Juli, 25. September und 27. November. Der Copypreis beträgt 3,30 Euro, der Heftumfang 100 Seiten.

## ■ Neu: Offertenzeitung „Gebrauchte Motorräder“

Passend zum Start der Motorradsaison bringt die Heisse Draht Verlagsgesellschaft (Hannover) die erste Ausgabe der Offertenzeitung „Gebrauchte Motorräder“ (EVT: 17. April) auf den Markt. Der monatlich publizierte Titel bietet auf 32 Seiten einen umfassenden und aktuellen Gebrauchsmarkt und damit eine Plattform, um Angebote zu sichten oder das eigene Zweirad zu verkaufen. „Gebrauchte Motorräder“ hat einen Copypreis von 2,80 Euro. IPS Pressevertrieb betreut den Einzelverkauf.

## ■ „Merian“ informiert über das „Allgäu“

Dem Urlaubsklassiker „Allgäu“ ist das neuste „Merian“-Heft gewidmet. „Die landschaftliche und kulturelle Vielfalt des Allgäus ist beeindruckend, die Menschen dort sind herzlich und gastfreundlich“, heißt es dazu in einer Pressemeldung. „Kein Wunder, dass das Land zwischen Lech und Bodensee mit jährlich dreieinhalb Millionen Feriengästen mit an der Spitze deutscher Ziele zu allen Jahreszeiten steht.“ Die Autoren und Fotografen von „Merian“ erkunden das Allgäu gründlich. Sie begeben sich zu einer Fünftages-Tour auf den Maximilianweg, entdecken das Allgäu als Landschaft der Kunst, sind zu Gast bei den Benediktinern im Kloster Ottebeuren, besuchen eine Sennerfamilie hoch oben auf der Alpe und erleben dabei, wie ein erstklassiger Bergkäse entsteht. „Merian“ berichtet auch über die prächtigen Schlösser des Märchenkönigs Ludwig II., Neuschwanstein und Hohenschwangau, aber ebenso interessant ist eine Stippvisite bei der Besitzerfamilie des Schlosses Kronburg. Das Heft ist seit Donnerstag, 26. März zum Copypreis von 7,95 Euro erhältlich. Die nächsten Ausgaben informieren über Mallorca (EVT: 23. April), Düsseldorf (EVT: 28. Mai) und Tessin (EVT: 25. Juni).



Anzeige

## FÜR GUTE GESCHÄFTE

RAUMKONZEPTE LADEN-/MÖBELBAU LICHTPLANUNG

Seit über 50 Jahren realisieren wir individuelle Fachgeschäfte, die sich im Markt behaupten. Profitieren Sie von unserem Know-how: [www.knoeppel-gmbh.de](http://www.knoeppel-gmbh.de)

knoeppel

## Beleuchtung spielt eine wichtige Rolle

Energieeffiziente Lampen im Branchen-Fokus

## LADENBAU

MAINZ (DTZ/fnf/kh). Bei den Komponenten der Ladeneinrichtung wird sich der Trend zu standardisierten, multifunktional einsetzbaren Produkten fortsetzen, die durch flexible, untereinander kompatible Komponenten jederzeit problemlos dem jeweiligen Präsentationsanlass angepasst werden. Es besteht weiter eine Tendenz zu einer großzügigen und übersichtlichen Ladengestaltung mit möglichst breiten Gängen. „Wohlfühleffekte schaffen



Die richtige Beleuchtung eines Geschäftes kann großen Einfluss auf die Warenpräsentation, die Atmosphäre und letztlich auf den Umsatz haben – hier Beispiele auf der vergangenen EuroShop-Messe. Foto: fnf

und einfaches Einkaufen“ – auf diese Formel lassen sich die gegenwärtigen Trends bei Laden-Layout und Warenpräsentation nach wie vor bringen. Elektronische Werbedisplays mit LCD- oder Plasmabildschirmen liegen ebenfalls im Trend.

Händler haben schon länger erkannt, welche Bedeutung die richtige Beleuchtung ihres Geschäftes für die Warenpräsentation, Atmosphäre und letztlich die Umsätze hat. Vor allem der Einsatz von LED liegt weiter im Fokus. Der verstärkte Einsatz von Ladenbeleuchtung sowie steigende Energiepreise lassen auch den Bedarf nach energieeffizienten und umweltfreundlichen Lichtelementen steigen.

Auch das Thema Bodenbeläge ist wichtig, nicht zuletzt weil die Auswahl des richtigen Bodens ein wichtiger Baustein eines ganzheitlichen Laden-Auftritts ist. Helle Fliesen, Holz oder Beläge mit Holzoptik sind besonders beliebt.

Das Schaufenster ist die Visitenkarte eines Ladens. Deshalb werden diese heute mit viel Durchsicht in den Laden gestaltet. Eine helle Beleuchtung im Schaufenster zeigt dem Kunden, dass das Geschäft geöffnet ist.

Den Angaben zufolge werden vor allem wieder natürliche Materialien eingesetzt. Zum Beispiel Holz, Granit und Stahl. In Zukunft werden vermehrt auch dunklere Holzarten im Ladenbau anzutreffen sein. Zum Beispiel Nussbaum oder Wenge. Helle, warme Farben sind immer noch im Trend. Eisen- und Anthrazitfarben von Anthrazit bis Weißaluminium werden sehr viel mit Holz kombiniert.

## Neue Optik für Tabacon-Geschäft

Großzügig, offen und im typischen Rot gestaltet



Grünwald realisierte die neue Ladengestaltung des 40 Quadratmeter großen tabacon-Geschäftes in Meerane. Foto: fnf

## LADENBAU

MAGDALA (DTZ/fnf). Der Ladenbauspezialist Grünwald meldet eine weitere Projektrealisierung für die tabacon Franchise GmbH & Co. KG in Nürnberg. Ende 2008 ist der Umbau des tabacon-Shops von Betreiber Matthias Plischke im Kaufland SB-Warenhaus in Meerane fertig gestellt worden. Verantwortlich für die Gesamtausführung mit Planung, Umsetzung und Montage inklusive Koordination der Gewerke war der Grünwald-Standort im thüringischen Magdala.

Klare Linien, moderne Warenpräsentation und die unverkennbare Corporate Identity des Systemeinzelhändlers tabacon prägen die Ladengestaltung. Charakteristisch am neuen Auftritt ist das „tabacon-rot“, das dem großzügig und offen wirkenden Laden eine unverwechselbare Note verleiht, heißt es von Grünwald. Wandregalierungen

mit dunklen Rückwänden stehen im Kontrast zu einem satten roten Holzdekor. Der Shop ist mit einem modernen, flexiblen Ladenbausystem aus Metall ausgestattet. Wie in allen tabacon-Läden dienen Blenden mit integrierten Leuchtkästen als oberer Regalabschluss. Kombiniert wurde das Farbkonzept mit einem energiesparenden, direkten Beleuchtungssystem. Die Gestaltung des Ladenlokals ist individuell auf Sortiment, Standort und Kundenstruktur zugeschnitten.

Der 40-Quadratmeter-Shop bietet Tabakwaren, RBA, Lotto, Geschenkartikel und Schreibwaren. Zeitschriften und Taschenbücher finden auf 58 Bordmetern Platz. Die Presseregale sind genau in Blickrichtung des Kundenstroms angeordnet. Der im vorderen Bereich platzierte Lottoschreibplatz besitzt durch seine Farbgebung Signalwirkung. Im Thekenbereich wurden Impulswaren angeordnet.

## Frühjahrsaktion mit RM-Ermuri-Touch-Kasse

RM Systems und Ermuri bieten gemeinsam modernes Produkt an

## LADENBAU

## NIEDERKRÜCHTEN (DTZ/fnf).

In enger Zusammenarbeit mit der Ermuri Einkaufsverband eG hat die RM-Systems GmbH eine Frühjahrsaktion gestartet. Circa 1.500 Ermuri-Mitgliedern wurde das Angebot unterbreitet. „Schon nach kurzer Zeit war die Resonanz sehr positiv. Die Vermarktung läuft für uns sehr zufrieden stellend. Wir freuen uns, dem Tabakwareneinzelhandel mit unserer neuen Touch-Kasse ein Top-Produkt zu präsentieren. Ein stark modularisiertes Konzept, das durch seine konsequent objektorientierte Implementierung Zukunftssicherheit verspricht. Damit ist die RM-Systems Touch-Screen-Kasse ein Technologieprodukt nach dem aktuellen „State of Art“, teilte Rolf Middeldorf von RM Systems mit. Die Einbindungsfähigkeit in verschiedene Warenwirtschaftssysteme, sowohl von RM-Systems als auch von anderen Anbietern lässt die Kasse zu einem flexiblen Produkt werden. Das System beherrscht die Kommunikation per Netzwerk, Internet oder direkt zum Datenaustausch mit Zentralen, Verbänden und Lieferanten.

Im Rahmen der Frühjahrsaktion ist das Produkt den Angaben zufolge schon ab 95 Euro im Monat zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich. Das RM-Touch-Kassen-System beinhaltet Herstellerangaben zufolge RM-Ermuri Touch-Kassen-Software, RM-Warenwirtschaft, kompakte Touch-Kasse Toshiba ST-A10 inklusive Peripherie und die Installation, Einweisung, Schulung und Wartung vor Ort, sowie optional Backoffice PC für Warenwirtschaft. Die RM-Touch-Kassen-Software bietet alle Kassengrundfunktionen, eine innovative Benutzeroberfläche, übersichtliches Touch-Layout, schnelle Ar-

tikelerfassung durch Scanner oder über Schnell Tasten, Kassenabschluss, Kassenabrechnung, Kassiererberichte, Umsatzstatistiken nach Verkäufer, Warengruppen etc., Stundenberichte und VMP zur Anbindung an Grossisten. Die RM-Warenwirtschaft beinhaltet Lizenz, Stammdatenverwaltung, Bestellwesen, Bestandsführung, Statistiken/Auswertungen, Inventur, automatische Artikelpflege über Zentrale sowie die Übertragung der Presse-daten (VMP). Die Touch-Kasse Toshiba ST-A10 ist ausgestattet mit einem 15" Touchdisplay und integriertem Rechner. Die kleinste Stellfläche beträgt 366 (B) x 251 (T) x 360 (H) Millimeter. Anschlüsse für alle Peripherie Geräte sind vorhanden, der Stromverbrauch ist durch Low-Power gering. Mögliche Peripheriegeräte sind eine Geldschublade, die Kundenanzeige Liust-A10-FAK, Bondrucker, Scanner, PC-Tastatur, PC-Maus und das Betriebssystem Windows XP Pro. Das Modell ST-A10 ist wie alle Toshiba TEC POS Systeme speziell für einen 24 Stunden beziehungsweise sieben Tage Betrieb konzipiert. Durch das besondere TFT ist das Bedienerfeld

aus nahezu jedem Blickwinkel einsehbar, die zweizeilige Kundenanzeige ist durch eine leuchtstarke Punktmatrix-anzeige jederzeit klar lesbar. Toshiba Tec gewährt eine Ersatzteilgarantie für das Modell ST-A10 von sieben Jahren nach Abkündigung des Produktes. Der Komplettpreis pro Kassenplatz beträgt 3.650 Euro. Hinzu kommen 390 Euro für die Installation des ersten Systems. Jeder weiterer Arbeitsplatz kostet 89 Euro. Die Schulung ist inklusive und für die Softwarewartung kommen 25 Euro pro Monat und pro Filiale hinzu.

Der Backoffice PC für RM-Warenwirtschaft (optional) mit Dual-Core Prozessor, Festplatte, Betriebssystem WXP, 17" TFT Bildschirm, Standard PC Tastatur und Maus und Datensicherung kostet 579 Euro. Die RM-Warenwirtschaft kann auf einem separaten PC im Büro installiert werden. Alle im Angebot genannten Preise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Die Lieferzeit beträgt je nach Vereinbarung – jedoch nicht unter zwei Wochen. Das Angebot gilt den Angaben zufolge bis zum 31. Mai.



Gemeinsame Aktion von Ermuri und RM Systems: Die RM-Ermuri-Touch-Kasse. Foto: fnf

## POS-Seminar über Trends im Ladenbau

BAD SALZUFLEN (DTZ/kh). Aufgrund des Erfolges der letzten Veranstaltung, dem „Tag der Warenpräsentation“, führt POS Tuning seine Workshop-Reihe „P.O.S. Expert“ mit unterschiedlichen Themenangeboten zur Verbesserung der Warenpräsentation für die Bereiche Industrie, Handel und Ladenbau weiter.

Die nächste Veranstaltung, ein Workshop für Ladeneinrichtungsprofis, mit Vorträgen von Experten im Ladenbau findet am 18. Juni, von 10 bis 18 Uhr bei POS Tuning, Am Zubringer 8, Industriegebiet Meerbrede in Bad Salzungen statt.

„Retail ist Detail!“ – Diese Handelsweisheit trifft insbesondere für die verkaufsfördernde Präsentation von Produkten zu. Verkaufsraum, Einrichtungssystem und eine intelligente Planung mit dem optimalen „Loop“ bilden die Basis für eine erfolgreiche Ladeneinrichtung. Dort, wo in aller Regel die „klassische Ladenplanung“ aufhört, setzt der POS-Workshop an: Bei der optimalen Gestaltung und Ausrichtung des Point of Sale. Hier fallen die Entscheidungen und es gilt: „Der erste Eindruck hat keine zweite Chance!“

Experten und Praktiker spannen bei der Veranstaltung den Bogen von den aktuellen Trends im Ladenbau über die psychologischen Grundlagen am Point of Sale bis hin zu praxisbewährten, konkreten technischen Lösungen.

Vorgesehen sind Vorträge zu den Themen „Trend im Ladenbau“, „Psychologische Grundlagen für mehr Erfolg am POS“, „Diebstahlvermeidung am Regal“ oder „Licht und Werbung am Regal“ und viele weitere.

Die Teilnahmegebühr beträgt 280 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer. Weitere Informationen und Anmeldung bis zum 1. Juni auf der Homepage [www.postuning.com](http://www.postuning.com). Für die Organisation ist POS-Mitarbeiterin Elke Reineke ([e.reineke@postuning.com](mailto:e.reineke@postuning.com)) zuständig.