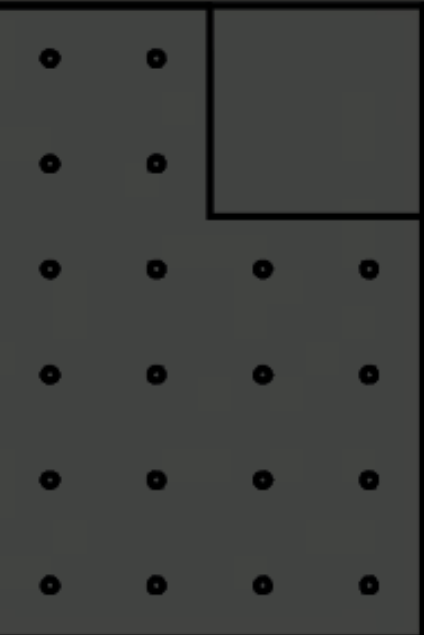


MOE
BEL
NEU




Mode lebt von der Veränderung. Jeden Tag etwas Neues, immer wieder ein überraschtes Aha bei den Kunden. Immer wieder ein neuer Kaufimpuls.

Die großen Fashionmarken wissen, warum sie alle zwei bis vier Wochen die nächste Haupt-, Zwischen- oder Sonderkollektion in den Handel bringen: Der Kunde will Innovationen sehen. Und kaufen.

Erfolgreiche Fachhändler für Mode- und Kurzwaren orientieren sich an diesem Konzept. So kommt dauerhaft Schwung ins Geschäft. Wer seinen Kunden stets durch den gleichen Laden führt, wird ihn nie positiv überraschen. Eintönigkeit macht blind, Gewohnheit erzeugt Gähnen.

Mehr Veränderung!

VENO und Rosink haben ein Ladenbaukonzept für den Fachhandel entwickelt, mit dem mehr Veränderung ins Geschäft kommt. Displays und Säulen wechseln regelmäßig den Standort und lassen die Kundin das Sortiment bei jedem Besuch neu entdecken. Sonderplatzierungen zu speziellen Themen ziehen das (Kauf-)Interesse auf sich. Wer ins Geschäft kommt, wird zur Shopping-Tour verführt. Das zahlt sich aus.

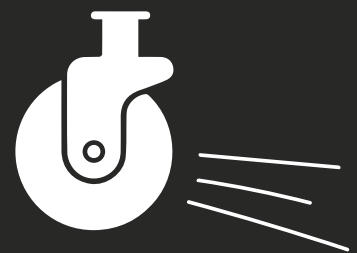


WIR WÜNSCHEN IHNEN VIELE GUTE
IMPULSE MIT DER INFO-BROSCHÜRE

„MEHR VERÄNDERUNG.

MEHR BEWEGUNG.

MEHR UMSATZ.“





AUF DER EINEN SEITE **VENO**. DER SPEZIALIST FÜR MODE- UND KURZWAREN BRINGT SEIT 1952 STETS AKTUELLE SORTIMENTE INS FACHGESCHÄFT. NUR INS FACHGESCHÄFT.

AUF DER ANDEREN SEITE **ROSINK**. SEIT 1975 ERFOLGREICH IN SACHEN OBJEKT- UND LADENEINRICHTUNG – VOM ERSTEN ENTWURF BIS ZUR ABSCHLIESSENDEN MONTAGE.

BEIDE UNTERNEHMEN GEHÖREN ZUR VENO-ROSINK-GRUPPE.

VENO

 **Rosink**
Objekteinrichtungen


Wer sein Geschäft beleben will, braucht zweierlei. Erstens ein bewegliches Mobiliar, dem es strikt verboten ist, für alle Ewigkeit und „unverrückbar“ am gleichen Platz zu verharren. Und zweitens ein wechselndes Warensortiment, das jeden Kunden bei jedem neuen Besuch zuruft: Hey, hier gibt es was, das kennst du noch nicht.

Keine Sorge. Als Fachhändler müssen Sie nicht jede Woche sämtliche Regale kreuz und quer durch ihr Geschäft wuchten. Aber einzelne Verkaufsstände, Displays, vielleicht auch der Schneidetisch sollten bitte nicht den Eindruck erwecken, dass sie mit dem Bodenbelag verwurzelt sind. Schieben Sie, verrücken Sie, geben Sie Ihrem Geschäft ein neues Outfit. Sie werden merken: Das macht Spaß und wirft immer wieder ein anderes Licht auf Ihr Angebot. Probieren Sie was aus! Mit dem mobilen Ladenbausystem von Rosink haben Sie alle Möglichkeiten der Welt. Machen Sie was daraus!

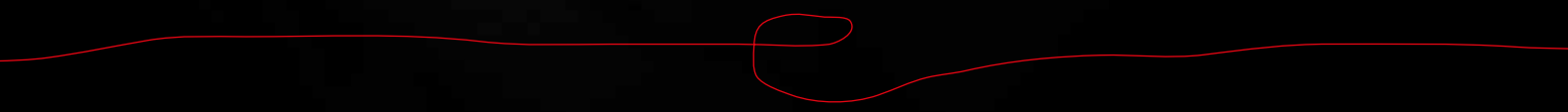
Und dann das Sortiment. Jede Saison rückt andere Wünsche in den Vordergrund. Mal denken die Kundinnen an wärmende Jacken und Dämmmaterialien. Mal an leichte Sommerblusen und Accessoires mit Sex-Appeal. Silvester und Badestrand rufen nach passender Deko, von Ostern und Weihnachten ganz zu schweigen. Muttertag will Geschenke in Herzform und so weiter. Sie kennen das.

Mehr Bewegung!

Gemeinsam mit dem VENO-Außendienst besprechen Sie Ihre nächsten Schwerpunktthemen. Und dann stellen Sie der Kundschaft die passende Ware buchstäblich „in den Weg“. Sie werden staunen, wie viele Kaufimpulse Sie damit setzen.

A close-up portrait of Michaela Kranz, a woman with dark hair and light eyes, smiling slightly and resting her chin on her hand. She is wearing a dark top and a ring on her finger. The background is dark and out of focus.

MICHAELA KRANZ, INNENARCHITEKTIN UND
MODESPEZIALISTIN (M3 RAUMSYSTEME): IN
IHREN SEMINAREN FINDET SIE GEMEINSAM MIT
VENO-KUNDEN DIE RICHTIGE **STRATEGIE FÜR
MEHR UMSATZ**. „DIE LÖSUNG IST EINE KOM-
BINATION AUS KLUGEM SORTIMENT, MOBILER
EINRICHTUNG UND CHARMANTEN EXTRAS, DIE
LEBEN INS GESCHÄFT BRINGEN – WIE ETWA
SITZECKE, BLUMEN UND MULTIMEDIA.“

A thin, red, wavy line that starts from the left edge of the page, curves upwards and then downwards, ending near the center of the bottom edge.

Zielkauf heißt: Ich gehe ins Geschäft und besorge mir genau das, was auf meinem Einkaufszettel steht: Nähgarn rot, Reißverschluss 40 Zentimeter, Schneiderkreide. Wenn die Kundin exakt mit diesem Warenkorb das Geschäft verlässt, hat der Verkäufer eine Chance verpasst.

Impulskauf bedeutet: Ich lasse mich zu Extra-Einkäufen hinreißen. Denn der Fachhändler bietet mir genau das an, was ich mir unterschwellig wünsche: eine Superidee zur nächsten Sommermode, Deko-Tipps passend zur Jahreszeit, die ergonomische Häkelnadel, die einfach besser in der Hand liegt.

Mehr Umsatz!

Und mehr noch. „Wo es mir gefällt, da verweile ich länger, da lasse ich mich inspirieren, da gebe ich ein paar Euro extra aus“, sagt Michaela Kranz. Das ist menschlich und ein Stück weit „typisch Frau“. Deshalb braucht jedes Geschäft einen **Konversationsbereich**. Dort unterhalten sich Freudinnen bei einer Tasse Kaffee über tolle Schnitte, hinreißende Stoffe und über ihre Erfahrungen mit dieser und jener Wolle.

„Cleverer Fachhändler belohnen **Männer**, die ihre Partnerin ins Geschäft begleiten“, schlägt Kranz vor. Zum Beispiel eine Sitzzecke mit Zeitschriften über Autos, Yachten und Sport. Schon geben die Kerle Ruhe und lassen ihre Liebste ausgiebig stöbern. Und so viel ist klar: Wer sich Zeit fürs Einkaufen nimmt, der kauft auch tatsächlich mehr ein. – Gut für Ihren Umsatz!

MICHAELA RÄT:

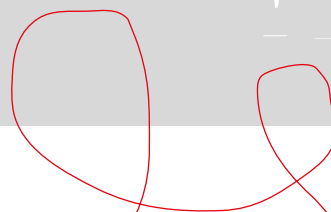
„Melden Sie sich an zu den zwei VENO-Seminaren **Finde deinen roten Faden** und **Wie viel Ware brauche ich?**“

Strategisch geplant

SITZECKE für die Kunden

jede Woche ein neuer
BLICKFANG

SAISONWARE
weckt Lust auf Spontankäufe





„STILLE VERKÄUFER“

Extra-Platzierung einer Marke
(regelmäßiger Wechsel)

ROLLTISCHE

wechseln alle zwei
Wochen ihre Position

Jedes Ladengeschäft besitzt einen eigenen
Zuschnitt. Mal kommt es mit 60 Quadrat-
metern aus, mal sind es 100 oder deutlich
mehr. Aber ganz gleich, wie es um die räum-
lichen Details bestellt ist: Sie wollen dort Umsatz
machen. Am meisten helfen die verkaufsfördernde
Einrichtung und ein ansprechendes Sortiment.

Planen Sie mit uns. Der Fachhandelspartner VENO,
der Ladenbauer Rosink und die Innenarchitektin
Michaela Kranz unterstützen Sie.

So
sieht's
aus ...

... IN UNSEREM **VORZEIGE-
SHOP** IN REGENSBURG.

DIE INHABERIN ANDREA
HORNAUER STELLT IHNEN
DEN SHOP „VON KOLLEGIN
ZU KOLLEGIN“ GERNE VOR.
ZUR TERMINVEREINBARUNG
WENDEN SIE SICH BITTE AN

VENO: 05924-7840









DAS CHARAKTERISTISCHE MARKENZEICHEN DER NEUEN LADENBAUELEMENTE SEHEN SIE „GANZ UNTEN“.

DIE ROLLEN! BEWEGLICHE TISCHE PLATZIEREN SIE HEUTE HIER, MORGEN DORT. SO ERLEBT DIE KUNDSCHAFT DAS GESCHÄFT UND SEIN SORTIMENT IMMER WIEDER AUS EINER ANDEREN PERSPEKTIVE.

Einladung zum Kaufen



Eine geräumige Ladentheke mit Platz für Impulsartikel. Zum Beispiel Reise-Nähsets oder pfiffige Nadelkissen.

Willkommen im Multimedia-Zeitalter: Auf dem Bildschirm wechseln sich Fotos, Zitate, Ideen ab. Auch ein paar Sonderangebote rücken ins Blickfeld.

- und Wiederkommen



MICHAELA RÄT:

„Verabschieden Sie jede Kundin so,
dass sie gerne wiederkommt.“

Geben Sie Ihrem Geschäft ein unverwechselbares Markenzeichen, ein typisches Merkmal, das zu Ihnen passt und an dem man Sie erkennt.

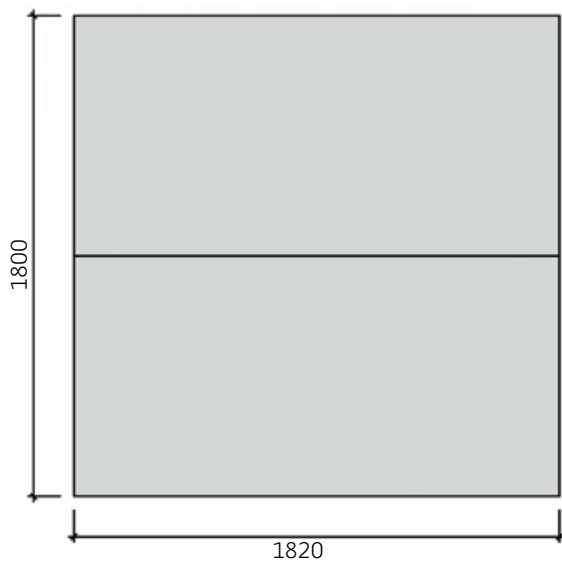
Der frische Blumenstrauß neben der Kasse macht es noch einmal deutlich: Dieses Geschäft ist quicklebendig.



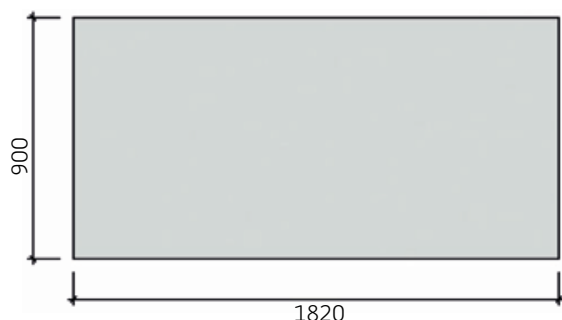
Doppelter Zuschneidetisch
Auf Rollen mit integriertem Lineal.



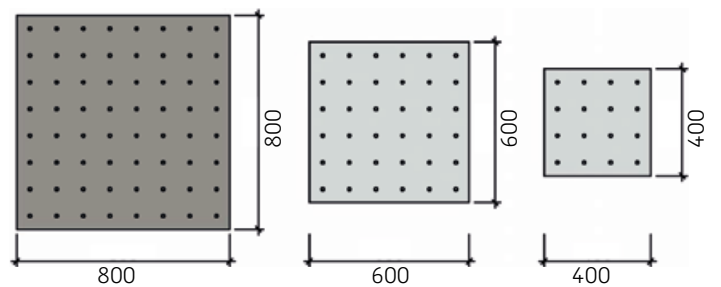
Fashion-Points
Flexibel verschiebbar.
Für regelmäßig wechselnde Aktionen.



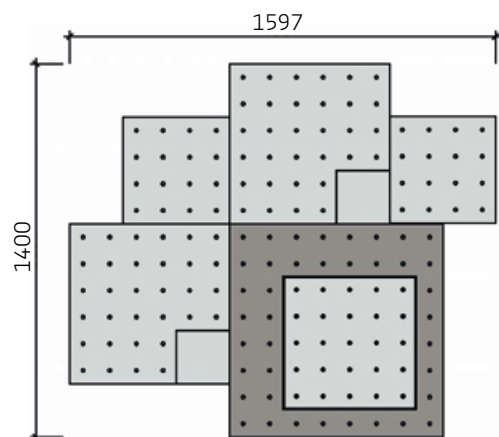
Doppelter Zuschneidetisch



Einfacher Zuschneidetisch



Fashion-Points als Einzelemente



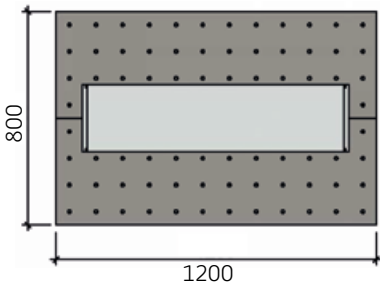
Fashion-Points als Gruppe



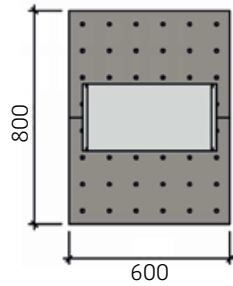
2 x doppelter Unterschrank mit SB-Wand
 Platz für Nachschub.
 Flexibel in Szene gesetzt.



Stoffregal mit Böden
 Böden können waagrecht
 oder mit Neigung eingelegt werden.



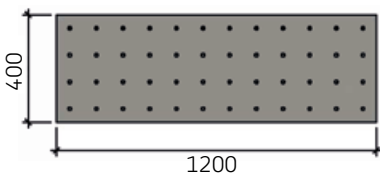
2 x doppelter Unterschrank
 mit SB-Wand



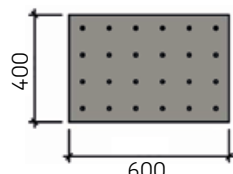
2x einfacher Unterschrank
 mit SB-Wand



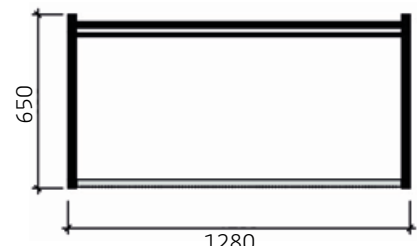
Stoffregal mit Stoffböden



Doppelter Unterschrank



Einfacher Unterschrank

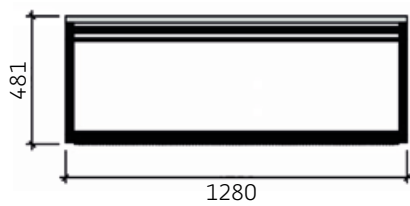


Stoffregal Vorderseite mit SB-Wand

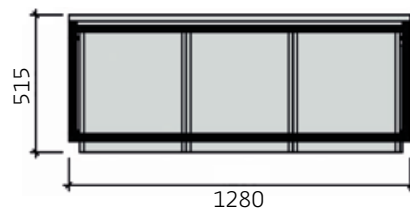


Kurzwaren-Wand mit Einsätzen
Glatte Rückwand, diverse Einsätze.

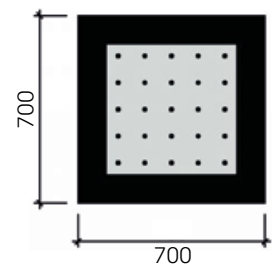
Kurzwaren-Säule
Von allen vier Seiten befüllbar.



Kurzwaren-Wand mit SB-Wand vorne
und rückseitig SB-Wand inkl. Blenden



Kurzwaren-Wand mit KW-Einsätzen
und rückseitig SB-Wand inkl. Blenden

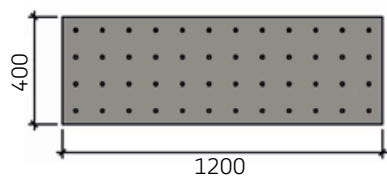


Kurzwaren-Säule

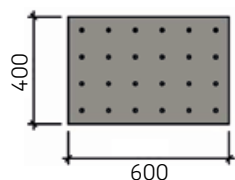


Doppelter Unterschrank
Auf Rollen.

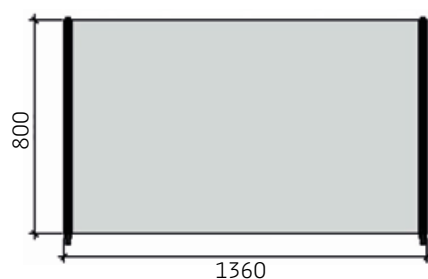
Stofftisch auf Rollen
Tische lassen sich ineinanderschieben.



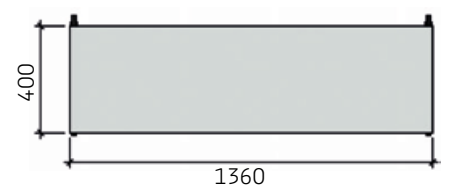
Doppelter Unterschrank



Einfacher Unterschrank



Großer Stofftisch mit 2 Böden



Kleiner Stofftisch mit 1 oder 2 Böden

HERZLOS UND KALT DIE ATMOSPHÄRE IM INTERNET. NUR DER PRÄSENZHAN- DEL KANN DIE GEFÜHLE ANSPRECHEN. TUN SIE'S!

Eine verkaufsfördernde Atmosphäre spricht Kundinnen ganzheitlich an. **Hände** begreifen und begutachten das Material. Dezentere Hintergrundmusik umschmeichelt das **Ohr**. **Blicke** wollen gelenkt werden. Natürliche Raumdüfte wecken den **Geruchssinn**. Und was ist mit dem **Schmecken**? In der Entspannungszone gibt es einen guten Kaffee.



MICHAELA RÄT:

„Keine schweren Sprays in geschlossenen Räumen verwenden, sondern ausschließlich natürliche Düfte aus Aromafläschchen.“

Fünf Sinne





MICHAELA RÄT:

„Pflanzen sind gut und wichtig. Aber verteilen Sie nur so viele im Geschäft, wie Sie auch pflegen können.“

EIN PLATZ IM GRÜNEN. OB ÜPPIG, WILD ODER ZIERLICH: PFLANZEN UNTERSTREICHEN DIE INNEREN WERTE DES GESCHÄFTES, SEINER MITARBEITER UND SEINER KUNDEN: NACHHALTIGKEIT, NATUR, GESUNDES LEBEN. PFLANZEN SIND NICHT NUR DEKO. SIE BEWEISEN VITALITÄT.







WER AUCH IMMER EIN MODEWAREN-
FACHGESCHÄFT AUFSUCHT: ER LEGT
WERT AUF SOLIDE HANDARBEIT, AUF
HERAUSRAGENDE QUALITÄT UND
MÖCHTE **SEINE WELT EIN STÜCK WEIT
VERSCHÖNERN**. ZEIGEN SIE, DASS SIE
DAS GENAUSO SEHEN!



MICHAELA RÄT:

„Vergessen Sie nie: Es ist Ihr Ge-
schäft, das Sie mit Ihrer Persön-
lichkeit und Ihrem individuellen
Geschmack gestalten. Beweisen
Sie Sinn fürs Detail.“



Detail- verliebt



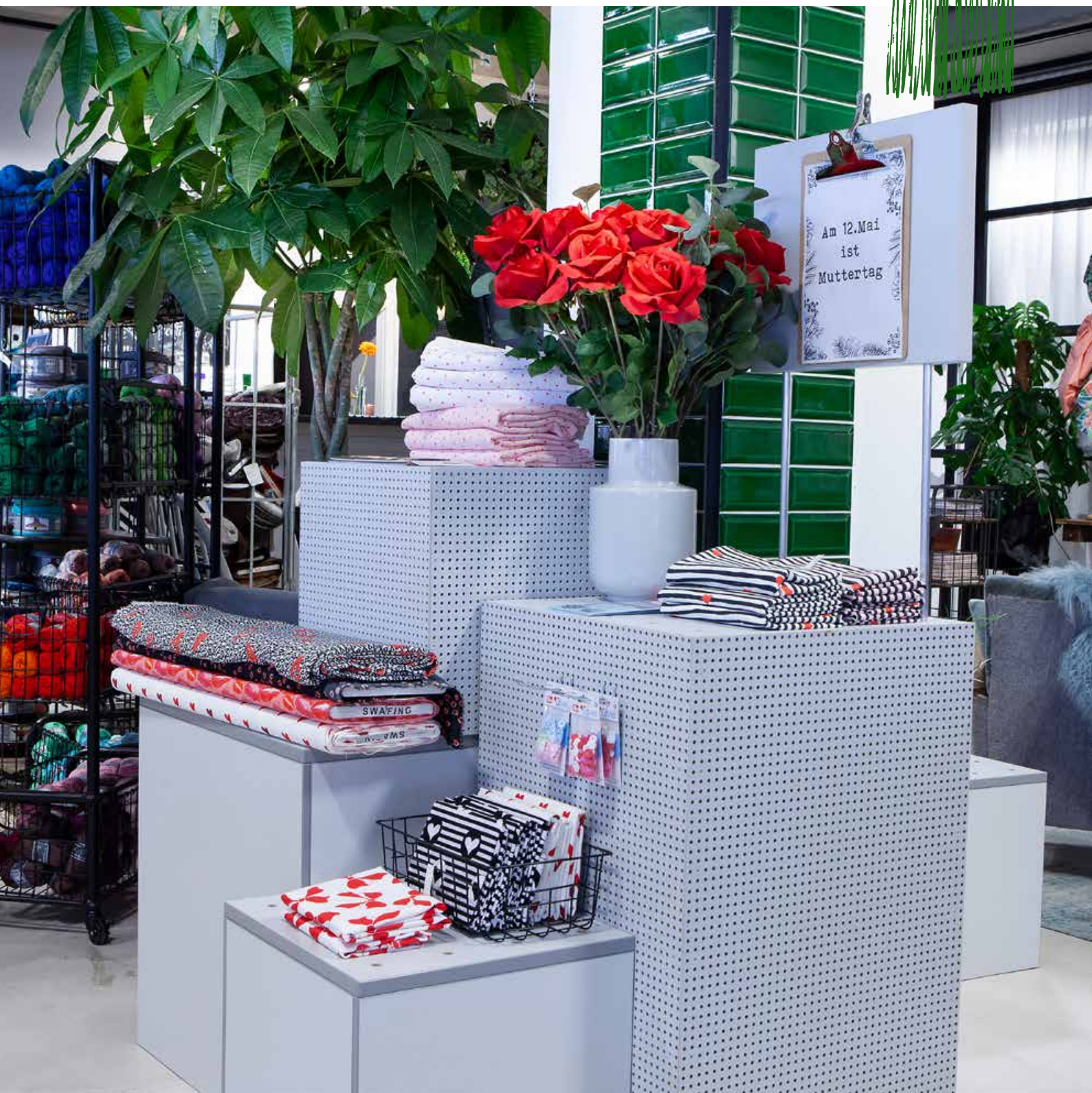
Ein putziges Bild an der Wand, eine kleine Nettigkeit auf dem Tisch. Selbst die Einrichtung der Kundentoilette lässt erkennen: Hier besitzt jemand Sinn fürs schöne Detail. Das muss nichts Teures sein. Ein Gänseblümchen, das man morgens auf dem Weg zum Geschäft pflückt, hält in der Vase bis zum Abend durch. Am besten auf der Ladentheke. Kluge Verkäufer platzieren daneben ein paar Gänseblümchen-Applikationen.





Als Inhaber können Sie es nicht beeinflussen, in welcher (Kauf-)Laune eine Kundin Ihr Geschäft betritt. Aber es liegt an Ihnen, in welcher Stimmung sie wieder geht.

Menschen lassen sich anregen und gerne ein bisschen umgarnen. In Werbung und Geschäftsleben gilt „neu“ nach wie vor als motivierendes Zauberwort. Zeigen Sie Ihren Kunden stets etwas, das sie noch nie gesehen haben. Das passende Sortiment liefert VENO.





STAY IN CONTACT

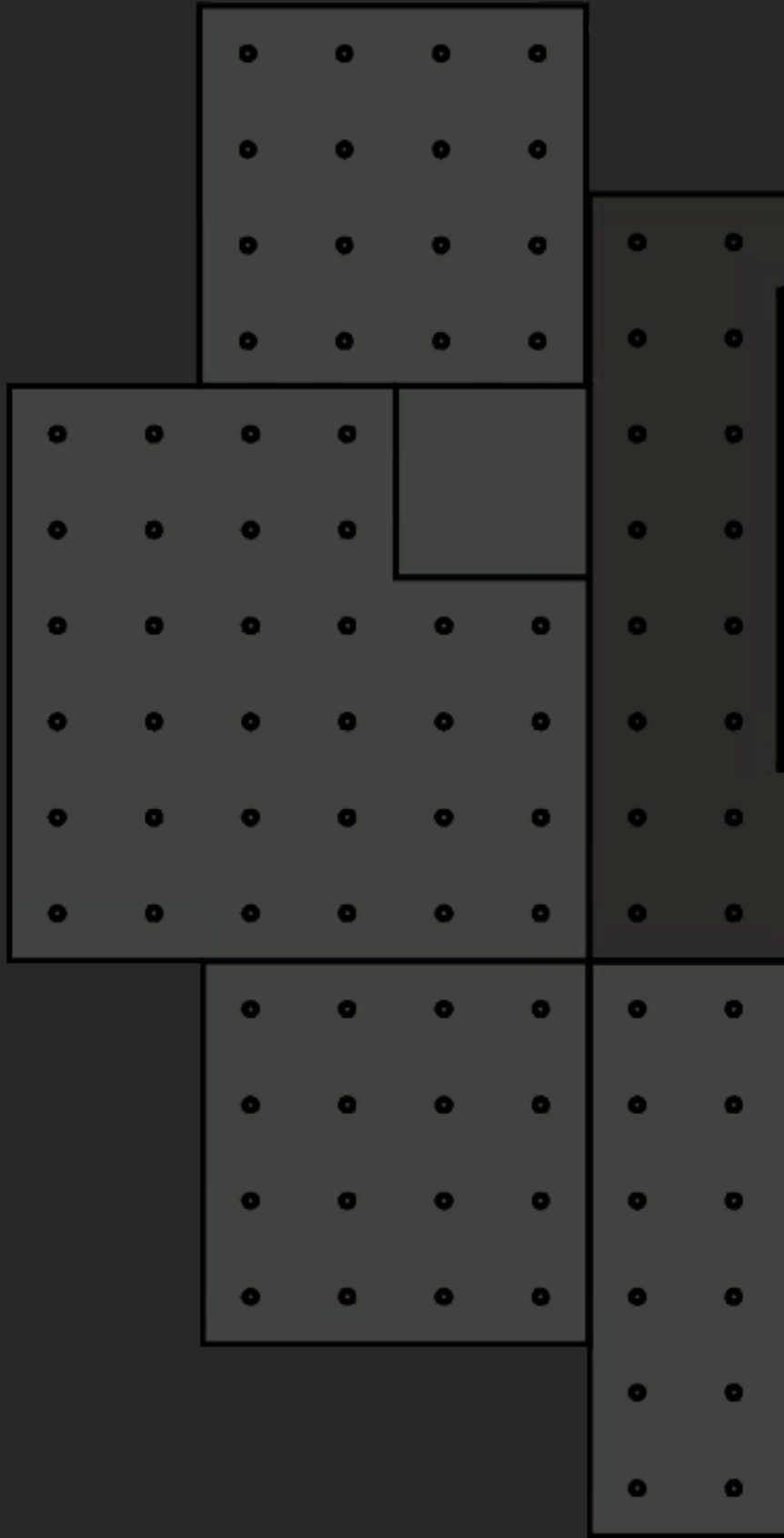
MIT VENO UND ROSINK ALS PARTNER GEBEN SIE IHREM GESCHÄFT KRÄFTIGE IMPULSE. AM ENDE WINKT DER GESCHÄFTLICHE ERFOLG. ES GILT DER DREIKLANG:

„MEHR VERÄNDERUNG. MEHR BEWEGUNG. MEHR UMSATZ.“

VEREINBAREN SIE NOCH HEUTE EINEN BERATUNGSTERMIN MIT IHREM GEBIETSLEITER VON VENO:

05924-7840





veno

VENO GmbH
Bentheimer Straße 65
48455 Bad Bentheim

Telefon +49 5924 784-0
Telefax +49 5924 784-100
E-Mail info@veno.com
Web www.veno.com