

---

TRENDSHOP KARTE VON TAURUS-KUNSTKARTEN, MODERN TIMES UND KRAUSE LADENBAU

# Neue Ideen für die Kartenpräsentation

Mit dem neuen Trendshop Karte präsentieren die Firmen Taurus-Kunstkarten, Modern Times und Krause Ladenbau auf der diesjährigen Tendence in Frankfurt ein innovatives Kartenmöbelsystem mit zahlreichen Veränderungsmöglichkeiten.



Eckhard Kühn, Claudia Raben (Firma Modern Times), Wolfgang Krause (Krause Ladenbau) und Stefan Hermann (Taurus-Kunstkarten) freuen sich über die gelungene Konzeption des Trendshop Karte

**Office&paper:** Herr Hermann, gemeinsam mit den Firmen Modern Times und Krause Ladenbau hat Taurus den Trendshop Karte entwickelt. Wie kam es dazu, bzw. welche Idee steckt dahinter?

**Hermann:** *Schon seit längerer Zeit haben uns Kunden immer wieder aufgefordert, als etablierte Kartenvertriebe sich mal über andere und flexiblere Präsentationsformen Gedanken zu machen. Im Austausch untereinander haben Eckhard Kühn von Modern Times und ich dann beschlossen, tätig zu werden. Als wir im Mai 2005 die Messe Frankfurt im Rahmen eines Arbeitsgesprächs über unsere Gedanken informiert haben, fanden diese das so interessant, dass sie uns gefragt haben, ob wir hier nicht eine Sonderschau auf der „Tendence Lifestyle“ 2007 machen möchten. Ab diesem Zeitpunkt haben wir uns dann hinter das Projekt geklemmt und ans Werk gemacht. Für unseren Erstentwurf sechs Monate später haben wir viel Lob bekommen und gemerkt, dass Interesse an neuen Präsentationsformen vorhanden ist. Das hat seither kontinuierlich zugenommen, bereits Ende April war es eine große zweistellige Zahl an interessierten*

*Fachhändlern aus verschiedenen Branchen, die Informationen angefordert haben – weit vor der offiziellen Vorstellung in Frankfurt.*

**Office&paper:** Unter welchen Kriterien gingen Sie die Neukonstruktion des

## TAURUS KUNSTKARTEN

Seit über 40 Jahren vertreibt Taurus-Kunstkarten Post- und Kuvertkarten im Familienunternehmen und zählt zu den größten und etabliertesten Vertrieben für Post- und Doppelkarten in Deutschland. Taurus zeichnet sich aus durch eine langjährige Erfahrung am Markt. Das Unternehmen bietet dem Fachhändler kleine Bestelleinheiten, eine hohe Vielfalt an Motiven und schnell drehenden Kartenkollektionen, eine hohe Neuheitenquote, Zuverlässigkeit durch kompetente und engagierte Mitarbeiter im Innen- und Außendienst sowie größtmögliche Flexibilität an. Maßgeschneidert für jedes Geschäft wird ein optimales Konzept erarbeitet.

Kartenmöbels an, und was galt es – insbesondere aus Sicht des Fachhändlers – zu berücksichtigen?

**Kühn:** *Mit dem ersten Prototyp sind wir bei der Papeterie vorbeigefahren, wo auch jetzt das Testmöbel seit 18. Mai 2007 steht, und haben unsere Ideen und deren Vorstellungen miteinander verglichen. Es kamen natürlich zig Verbesserungsvorschläge – von der Kassiererin bis zur Filialeiterin zu allen Punkten, bis ins kleinste Detail. Die haben wir dann berücksichtigt. Ganz wichtig war für die Damen im Verkauf, dass endlich die seitherigen acht Meter Verkaufsmöbel am Stück unterbrochen werden und dass es endlich Vollsichtfächer gibt. In punkto Vollsichtfächer haben wir an diesem Standort schon seit acht Jahren sehr gute Erfahrungen mit einer Wand im Eingangsbereich gemacht und setzen das jetzt mit dem Trendshop Karte fort.*

**Office&paper:** Welche Vorteile bietet der Trendshop Karte?

**Hermann:** *Das System hat, wie oben schon angedeutet, Vollsichtfächer für jedes Format, ist durch Modulbauweise in jeder Breite ab*

einem Meter lieferbar, durch freistehende Bauweise leicht in bestehende Ladeneinrichtungen zu integrieren, kann ohne Werkzeug schnell umgesteckt werden und – als ein weiterer Wunsch aus dem Einzelhandel – kann andere Papeterieprodukte mit präsentieren, um einfach und schnell Themen umzusetzen: Heute der Schwerpunkt Rose, morgen Schulanfang, übermorgen Sonnenblumen oder ein regionales Thema.

**Office&paper:** Wie beurteilen Sie die derzeitige Situation im Handel in punkto Kartenabverkauf, und welchen Rat geben Sie den Mitarbeitern?

**Hermann:** *Wir hören sehr Unterschiedliches. Fakt ist, dass der Verbraucher wählerischer geworden ist. Fakt ist auch, dass immer noch viele Geschäfte nicht wissen, in welchem Umfang sie überhaupt Karten verkaufen und somit auch nicht hinterfragen, wie sie mehr verkaufen können. Auch das wollen wir mit dem Trendshop Karte erreichen: Sich mal grundsätzlich Gedanken zu machen, wie man künftig Karten verkauft – also überspitzt gefragt: Mit „Wäldern“ von Kommissionsständern vor der Türe, innen Kartenmöbeln aus den 80er Jahren oder gezieltem Einkauf an den Bedürfnissen des Standorts orientiert und mit einer neuen Optik? Letztere Variante nimmt in unserem Kundenkreis jedenfalls definitiv zu – wie sonst soll man sich auch vom Drogerie- oder Lebensmittelmarkt um die Ecke abheben?*

**Office&paper:** Weshalb ist ein Großteil ihrer Kunden mit der bisherigen Präsentationsform der Karten im Ladengeschäft unzufrieden?

**Kühn:** *Die Hauptursache liegt wohl darin, dass Karten meist immer noch so verkauft werden wie man das seit Jahren praktiziert hat: Möglichst viele Titel, möglichst viele Anlässe auf kleinster Fläche – oft kommt noch hinzu, dass das Möbel durch externe Betreuung nach den Interessen des Lieferanten bestückt wird – was zuweilen von den Interessen und dem Kaufverhalten der Kartenkunden erheblich abweicht – und schnell überall gleich aussieht. Verschärft wird das Ganze durch den „Verkauf“ des Möbels an die Lieferanten, eine Änderung des Systems und damit des Angebotes wird daher fast unmöglich – über Jahre hinweg. Auch das war immer wieder ein Punkt, der die Kunden massiv stört. Mit dem Trendshop Karte hat der Kunde nun die Gelegenheit, seine Konzepte anzuschauen und mit neuen Impulsen gegebenenfalls zu verändern.*

## MODERN TIMES, BIELEFELD

Seit 1990 ist modern times eines der führenden Handels- und Serviceunternehmen für Humorpostkarten in Europa und wird als kompetenter Partner für den



Eckhard Kühn

Fachhandel geschätzt. Ein einzigartiger Mix aus über 60 Verlagen und 2.000 ständig wechselnden Motiven prägt das Erscheinungsbild von modern times und macht das Unternehmen zum Trendsetter auf dem deutschen Postkartenmarkt. Die Sortimente werden auch zukünftig nach den Bedürfnissen der jungen und junggebliebenen Zielgruppe ausgerichtet werden.



Firmsitz in Bielefeld

**Office&paper:** Was unterscheidet den Trendshop Karte von den bisherigen auf dem Markt gängigen Kartenmöbeln?

**Kühn:** *Wir haben uns bei der Entwicklung unseres Möbels ausschließlich an die Vorgaben und Anregungen des Einzelhandels gehalten und da war einer der größten Wünsche eine möglichst flexible Kartenwand zu bekommen, die anders aussieht – und Zuwächse bringt. Eine große Herausforderung an beide Kartenvertriebe!*

**Office&paper:** Auf der diesjährigen Frankfurter Messe Tendence Lifestyle werden Sie mit Ihren Partnern im Rahmen einer Sonderschau Ihr neues Konzept einem breiten Publikum präsentieren. Was erwartet den Besucher?

**Hermann:** *Im Trendshop Karte können sich Interessenten über diese andere Sichtweise und Form des Verkaufs von Karten zu informieren. Wir können natürlich Informationen über die Erfahrungen des Pilotladens anbieten. Zudem wird mit der Firma Kassaline auch ein Anbieter von Warenwirtschaftssystemen mit am Stand sein. Als einen weiteren, interessanten Partner haben wir die Deutsche Leasing*

*mit ins Boot genommen, die Angebote zur alternativen Finanzierung von Ladeneinrichtungen anbietet. Natürlich wird es auch Informationen über Kartenständer oder Musik im Geschäft geben. Und warum nicht mal mit den Kollegen einfach fachsimpeln? Vorbeischauen lohnt sich also!*

**Office&paper:** Können Sie unseren Lesern abschließend die alternative Finanzierung mit der Deutschen Leasing genauer erläutern?

**Hermann:** *Die Deutsche Leasing bietet das e-Leasing an, bei der unser Ladenbauer, die Firma Krause, binnen weniger Stunden ein Angebot und einen Vertrag online erstellen lassen kann. Die Deutsche Leasing bietet zwei Modelle an: Das Amortisationsleasing mit Schlusszahlung und den Finanzkauf, jeweils mit unterschiedlichen Laufzeiten. Wir werden Rechenbeispiele am Stand haben, ich denke, das ist eine interessante Alternative zu anderen Finanzierungsformen.*

**Office&paper:** Herr Hermann, Herr Kühn, vielen Dank für die interessanten Ausführungen!

## KRAUSE LADENBAU, CLEBRONN

Seit der Unternehmensgründung von Krause Ladenbau vor mehr als 40 Jahren, hat sich die ehemalige Möbelschreinerei zu einem modernen und vielfältigen Ladenbau-Unternehmen entwickelt. Ein Zeichen für die Beständigkeit ist die Tatsache, dass Krause nach wie vor Inhaber-geführt ist. Krause Ladenbau hat im Laufe der Jahrzehnte ein beeindruckendes Know-how aufgebaut und kann heute in verschiedenen Branchen (Textil, Heimtextil, Grüner Bereich, Direktvermarktung) umfassende Dienstleistungen anbieten. Die Philosophie ist geprägt durch eine absolute Kundenorientierung. Für eine detailgenaue Umsetzung sorgt eine eigene Planungsabteilung sowie die Zusammenarbeit mit namhaften Innenarchitekten. Zu den Stärken bei Krause Ladenbau zählen Qualität, Flexibilität und Termintreue.



Wolfgang Krause