

Dynamische Werbebotschaften

Digital Signage: Individueller, zentral gesteuerter Content stärkt Markenpräsenz am POS

Digital Signage – Bewegtbilder, die individuell an Standorte und Kundenpräferenzen angepasst sind – steigern die Aufmerksamkeit erheblich im Vergleich zu herkömmlichen Plakaten und maximieren so das Umsatzpotenzial im Fachhandel massgeblich. Die ANWR-GARANT SWISS AG, als führende Retail-Serviceorganisation in der Schweiz, setzt auf diese innovative Lösung, um die Markenpräsenz zu stärken und eine konsistente Bildsprache am POS zu schaffen. Dieses zukunftsweisende Angebot steht nun auch Fachhändlerinnen, Fachhändlern sowie Lieferantinnen und Lieferanten aller Branchen offen, unabhängig von einer Zugehörigkeit zur ANWR-GARANT SWISS AG.

Der Handel wird zunehmend digitaler, und erfolgreiche Unternehmen – egal ob online oder stationär – zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich vom Wettbewerb abheben und eine starke Bindung zu ihren Kundinnen und Kunden aufbauen. Digital Signage schafft für den stationären Fachhandel eine neue Möglichkeit die Kundenansprache am Point of Sale zu optimieren. Im Jahr 2024 betreut die Retail-Serviceorganisation 25 Sportfachhändlerinnen und Sportfachhändler bei der Bewirtschaftung und Vermarktung über Digital Signage und stellt ihre Dienstleistungen mittlerweile auch Optikerfachgeschäften zur Verfügung. Die ANWR-GARANT SWISS AG hat ihr Digital Signage-Angebot erweitert und bietet es nun auch interessierten Lieferantinnen und Lieferanten an, um ihre eigenen POS-Gestaltungen umzusetzen. «Immer mehr Händler und Lieferanten suchen nach einem verlässlichen Partner, der Fachwissen, umfassenden Support und ein zuverlässiges System bietet – genau diese Kombination finden sie bei uns», so Roland Felder, CEO der ANWR-GARANT SWISS AG.

Innovative Lösung zur Optimierung der Kundenerlebnisse am POS

Das Konsumverhalten verändert sich aktuell sehr dynamisch durch die fortschreitende Digitalisierung und die steigende Vernetzung der Konsumentinnen und Konsumenten.

Kunden erwarten heute vom stationären Handel nahtlose, personalisierte Einkaufserlebnisse, die digital gestützt sind und unmittelbar auf ihre individuellen Bedürfnisse eingehen. Sie suchen nicht nur Produkte, sondern auch Inspiration, Interaktion und Mehrwert – alles am besten in Echtzeit und über verschiedene Kanäle hinweg verknüpft. Daher erkennen auch immer mehr Lieferantinnen und Lieferanten, wie CHRIS sports, die Chancen, Kundenerlebnisse am Point of Sale mittels Digital Signage an die neuen Kundenerwartungen aufzuladen: «Das Konsumverhalten verändert sich rasant, und damit steigen auch die Anforderungen an den Handel. Als Lieferant ist es für uns unerlässlich, Einkaufserlebnisse neu zu definieren und aktiv zu gestalten. Wir befinden uns daher in intensiven Gesprächen mit der ANWR-GARANT SWISS AG, um das Potenzial ihres Digital Signage Angebots auch für unsere Verkaufsflächen zu nutzen,» erklärt Andreas Guglielmo, Geschäftsführer von CHRIS sports AG. Er fügt hinzu: «Mit diesem Tool können wir unsere Kampagnen flexibel steuern und in Echtzeit anpassen. Es eröffnet uns völlig neue Möglichkeiten, unsere Markenbotschaften gezielt am Point of Sale zu platzieren und unsere Markenpräsenz nachhaltig zu stärken.» Sowohl für Lieferantinnen und Lieferanten als auch Händlerinnen und Händler bietet die ANWR-GARANT SWISS AG verschiedene, individuelle Lösungen. «Lieferanten erhalten Zugang zu unserem System, einschliesslich unserer unterstützenden Dienstleistung im Hintergrund. Dadurch können sie ihre Inhalte gezielt in ihrem Netzwerk verbreiten. Händlern bieten wir hingegen an, die Bespielung der Screens mit qualitativ hochwertigen und Videos und Bewegtbildern zentral zu steuern. Dies maximiert die Effizienz in der Anwendung und entlastet die Mitarbeitenden vor Ort», so Felder.

Dynamische Werbebotschaften schaffen modernes Einkaufserlebnis

Die Dynamik ist der entscheidende Vorteil von Digital Signage: Anders als gewöhnliche Werbeplakate können Screens diverse Inhalte in wechselnder Abfolge zeigen. Werbebotschaften, Event-Ausschreibungen oder Teamvorstellungen sind stets aktuell, werden regelmässig wiederholt und sind in der Ausstrahlung wesentlich kostengünstiger als die Produktion von Werbeplakaten und Inseraten. Besonders positiv nehmen befragte Kundinnen und Kunden diverse Produkteinführungen und Image- sowie Servicethemen wahr. «Mit Digital Signage platzieren wir jegliche Werbebotschaften abgestimmt auf die Saison und Service-Dienstleistungen», erläutert Felder einen weiteren grossen Vorteil der digitalen Werbeplakate: «Je exakter die Themen der Videos zu ihrem Standort passen, umso effektiver sind sie. Bei der Planung der Kampagnen berücksichtigen wir das Sortiment des

jeweiligen Geschäfts und spielen nur jene Marken aus, die am POS verfügbar sind.» Individualisiert sehen Kundinnen und Kunden auf den Screens nur Werbung für jene Produkte, die der jeweilige Fachhandelsstandort auch tatsächlich im Sortiment bzw. auf Lager hat.

Bewegtbilder steigern den Umsatz

Durch die Integration von Bewegtbildern wird nicht nur die Aufmerksamkeit der Kundschaft gesteigert, sondern auch Emotionen effektiv angesprochen, was das Umsatzpotenzial deutlich erhöht. Studien zeigen, dass Digital Signage den Umsatz massiv steigern kann. «Emotionen sind ein wesentlicher Faktor bei Kaufentscheidungen. Digital Signage, also der Einsatz von Bewegtbildern und Videos, kann diese besonders gut ansprechen und Werbebotschaften am POS dynamisch und zielgerichtet kommunizieren», erklärt Roland Felder, CEO von ANWR-GARANT SWISS AG und er führt weiter fort: «Unternehmen, die Digital Signage effizient einsetzen, können ihren Umsatz steigern.» Eine Studie von M-Cube zeigt, dass 91% der befragten Fachhändlerinnen und Fachhändler, die Digital Signage nutzen, eine Umsatzsteigerung verzeichnen. Ein Drittel der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer hat bereits in digitale Werbebotschaften am POS investiert.

Die ANWR-GARANT SWISS AG bietet ihren Service nun auch nicht angeschlossenen Fachhändlerinnen und Fachhändlern aller Branchen an. Die Bildschirme am POS bieten nicht nur das Potenzial für Umsatzsteigerungen, sondern vermitteln den Kundinnen und Kunden auch ein modernes und zukunftsorientiertes Image. So wird der POS zu einem emotionalen Ankerpunkt, der die Kaufentscheidung positiv beeinflusst und den Fachhandel für die Herausforderungen der digitalen Zukunft stärkt.

Weitere Informationen zu Digital Signage: <https://www.agsag.ch/de/digital-signage/>

ANWR-GARANT SWISS AG

Die ANWR-GARANT SWISS AG ist eine Schweizer Retail-Serviceorganisation mit Sitz in Spreitenbach. Als Tochtergesellschaft der ANWR GROUP versteht es die ANWR-GARANT SWISS AG traditionelle Werte und fortschrittliche Strategien höchst effektiv im Interesse des selbstständigen Fachhandels zu verbinden. Durch jahrzehntelange Erfahrung im

Dienstleistungsbereich reagiert die gesamte ANWR GROUP auf Marktveränderungen und entwickelt Visionen für die Zukunft.

Das breite Service- und Dienstleistungsangebot richtet sich an eigenständige Unternehmen im Schuh-, Sport- und Fahrradbereich. Dahinter stehen die Retail-Serviceorganisationen SPORT 2000, ANWR Schuh und Bike Profi, die Unternehmerinnen und Unternehmer im Marketing, der Warenbeschaffung und vielen weiteren Dienstleistungen unterstützen.

Weitere Informationen unter: www.agsag.ch



Bild 1:

Bildtext 1: Die ANWR-GARANT SWISS AG setzt auf innovative Digital Signage-Lösungen, um die Kommunikation im gesamten stationären Handel zukunftsorientierter zu gestalten.

Credits: ANWR-GARANT SWISS AG

Pressekontakt: Impuls Kommunikation GmbH | Katharina Brunnmayr
katharina@impulskommunikation.at

Tel.: +43 732 234940 | Mobil: +43 676 9505311

Die Presseaussendung und weitere Bilder in digitaler Form finden Sie zudem in unserem Media Room:

<http://www.impulskommunikation.at/DE/media-room>