

Permaplay auf der Euroshop 2014: Mitten in der Bildschirm-Welt



Die zu Ende gegangene EuroShop 2014 in Düsseldorf war für Permaplay ein voller Erfolg. „Mitten in der Bildschirm-Welt und somit im direkten Wettbewerb aller Anbieter von POS-Dienstleistungen konnten wir uns auf unserem Stand optisch, produktseitig und auch preislich sehr gut positionieren“, zieht Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay Media Solutions GmbH, ein positives Fazit. Im Fokus der zahlreichen Gespräche auf dem Permaplay-Stand standen vor allem die leistungsstarken Touchscreen-Modelle und Android, aber auch Barcode-Geräte. „Digital Signage-Geräte und -Systeme sind nach wie vor ein großes Thema. Wo aber früher eher das theoretisch Machbare im Vordergrund der Diskussionen stand, bemerken wir jetzt einen klaren Trend zur Praxis sowie zu einem gesunden Preis-Leistungsverhältnis“, so Werner Vogt. Permaplay präsentierte auf der EuroShop das gesamte Spektrum an neuen, speziell für den harten Dauereinsatz am POS entwickelten Monitoren in den Größen 7“, 10“, 16“, 19“, 21,5“, 27“ und 32“. Alle Geräte zeichnen sich durch ein modernes Design mit hoher Bildschirmauflösung, Sensor für Tonzuschaltung und USB-Update mit Videoclip-Anwahl aus. Ab Bildschirmgröße 21,5“ sind alle Geräte mit Full-HD-Technologie ausgestattet. Im harten POS-Einsatz liegen die bewährten Permaplay Linear-Geräte umsatz- und stückmäßig weiterhin vorne. Permaplay zeigte auf der EuroShop auch die neuen, preisgünstigen 4“, 7“ und 10“-Monitore mit professioneller Technik. Die Besucher zeigten sich überaus interessiert an dieser besonderen Art der POS-Kommunikation und ihren zahlreichen Vorteilen, wie zum Beispiel der sehr nahen Verbindungsmöglichkeit des Monitors an das Produkt im Verkaufsregal. „Erste Test-Einsätze belegen“ so Vogt, „dass durch diese Art der konzentrierten, fokussierten Verkaufsförderung erhebliche Umsatzzuwächse zu erreichen sind“. Bestätigt auch durch die zahlreichen Gespräche auf der EuroShop 2014 blickt Permaplay motiviert und zuversichtlich in die Zukunft: „Die Markenidentitäten und produktbezogenen Bilderwelten aus Internet und Smartphone brauchen ihre anknüpfende und verkaufsaktive Weiterleitung im Ladengeschäft – durch intelligentes POS-Marketing auf der Basis leistungsstarker Technik“, betont Vogt abschließend.

Bodendisplay ANNY LED GEL POLISH

Für eine völlig neue Produktlinie aus dem Hause ICB GmbH entwickelte und produzierte die andres GmbH das Bodendisplay ANNY LED GEL POLISH. Ein Bodendisplay welches an den Erfolg der Marke ANNY und den bereits von der andres GmbH gelieferten ANNY Basis-Displays anschließen soll. ANNY vereint die angesagten Farben der Stars aus den Mode-Hot-Spots Amerikas: New York, Los Angeles und Miami. Das coole Display-Design korrespondiert mit dem Look der amerikanischen Metropolen. Entsprechend dem Markenauftritt mit schwarzem Hintergrund werden die Lackfarben betont. Blaue Seitenelemente mit elegant lumineszenten Schnittkanten weisen auf das LED-Licht hin. Die Trays für die Starterkits sind später mit einem Griff austauschbar und werden für weitere Trendfarben genutzt. Die intelligente Aufhängung der Etagenböden ermöglicht einseitigen Wand- und auch doppelseitigen Standalone-Einsatz aus einer Grundkonstruktion – viel Wachstumspotenzial inklusive. Im zentralen Sichtbereich oben lässt sich eine austauschbare Plakattasche durch einen gleich großen Monitor ersetzen. Zur Erklärung der vier einfachen Schritte in der Anwendung der Nagellacke, bleibt genügend Informationsfläche rechts und links davon. Für den mehrjährigen Einsatz wurde als Materialmix eine Metallbasis mit Acrylglas- und Kunststoffelementen gewählt.



Das ANNY LED GEL POLISH-Display ist die Fortsetzung einer echten Erfolgsstory. Und das Display hat das Potential für weiteres Wachstum bereits eingebaut.