



Ihr zuverlässiger Partner für P.O.S. Multimedia und Digital Signage

Permaplay Media Solutions GmbH

Aschmattstraße 8 D-76532 Baden-Baden | Tel. +49 (0) 7221 7022220 | Fax. +49 (0) 7221 7022229 | Email info@permaplay.de

Jetzt mit POS-Media das Weihnachtsgeschäft sichern



In den Wäldern färben sich die ersten Blätter, im Lebensmittel-Einzelhandel türmen sich die ersten Lebkuchen- und Spekulatius-Angebote: Die Weihnachtszeit und damit die in vielen Branchen umsatzstärkste Periode steht vor der Tür.

Jetzt gilt es, aus dieser Phase zwischen Oktober und Dezember am POS das Optimum herauszuholen - mit verkaufsaktiven, speziell für den POS entwickelten Medien wie Displays und Info-Leisten von Permaplay. Der Spezialanbieter verfügt über mehr als 50 Jahre Erfahrung mit POS-Medien und hat europaweit über 100.000 Geräte ständig im Einsatz.

Die aktuelle Bedeutung von POS-Medien wird im Übrigen in der neulich veröffentlichten „Trendanalyse Medien am Point of Sale 2025“ bestätigt. Mit der aktuellen Analyse setzt der Fachverband Aussenwerbung (FAW) seine Beobachtung von Wahrnehmung und Wirkung der Medien am POS fort (nach 2018).

Mit 86 bzw. 85 Prozent (2018) ist die Beachtung der Werbeträger am POS konstant hoch. Zugleich hat sich die Aufmerksamkeit für digitale Screens an und in der Verkaufsfläche von 34 (2018) auf 66 Prozent nahezu verdoppelt. Die Wirkung der Werbung am POS auf die Konsumenten ist ebenfalls nach wie vor groß:

Bei knapp drei Viertel der Befragten wecken Displays und Co. das Interesse an den beworbenen Produkten oder animieren gleich zu deren Kauf. Das zeigt die Offenheit der Verbraucher gegenüber werblichen Impulsen unmittelbar vor einer Kaufentscheidung - umso mehr, als bis zu 85 Prozent aller Einkäufe (besonders im LEH) nur teilweise geplant oder gänzlich ungeplant stattfinden.

Und: Menschen schätzen Werbung im direkten Umfeld ihres Einkaufs vor allem für Hinweise auf Aktionen oder Sonderpreise (60 Prozent und mehr). Dazu geben rund 40 Prozent der Verbraucher an, dass sie durch die Infos an eine bestimmte Marke erinnert werden. In der Zielgruppe der 25- bis 34-Jährigen sagt dies heute sogar fast jeder Zweite.



Tisch/Regal LCD Bildschirm 10“ – Mod. P 10 KD 04 L

Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay: “Es gibt also viele gute Gründe, um die Verkaufsförderungs-Power der POS-Medien von Permaplay in den kommenden umsatzstärksten Wochen und Monaten zu nutzen und jetzt gemeinsam mit unseren POS-Spezialisten die auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene POS-Strategie zu sichern, zu planen und optimal umzusetzen. Rufen Sie uns einfach an: 07221- 7022 220 oder schreiben Sie uns: info@permaplay.de”