



DER KLEINE DEKOARTIST

Gestalten Sie Ihren PoS
mit günstigen, groß-
formatigen Drucken mit
den imagePROGRAF
Systemen von Canon.

Canon

See the bigger picture

MEHR ALS NUR DEKORATION

Die Bedeutung der Dekoration des Schaufensters und einer ansprechenden Ladengestaltung ist vor dem Hintergrund der steigenden Beliebtheit des Onlineshoppings noch höher als früher.

Denn besser, als jeder Bildschirm es kann, bietet der reale Laden jede Menge Möglichkeiten zur Emotionalisierung des Kunden.

Für viele Menschen bleibt Shopping ein aufregendes Erlebnis, bei dem sie die Produkte in einer inspirierenden Umgebung erleben möchten.

Der stationäre Handel muss stets nach innovativen und interaktiven Möglichkeiten suchen, um auch die Aufmerksamkeit der Kundschaft zu gewinnen.



93,3% des Umsatzes werden
im realen Laden erzielt, nur
6,7% über den Onlinehandel.¹

Druckerzeugnisse spielen dabei nach wie vor eine große Rolle und eröffnen im Einzelhandel neue Chancen. Mit einer hochwertigen, gedruckten Außen- und Innendekoration kann man einem Ladenlokal auf einfache Weise ein neues, attraktives Aussehen verleihen.

Darüber hinaus können mittels QR-Codes auf Postern und Bannern Verlinkungen ins

Internet hergestellt und die Kommunikation zwischen Händler und Kunde perfektioniert werden.

Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einige Tipps an die Hand, wie Sie Ihr Schaufenster zu einem Aufmerksamkeitsmagneten machen, interessierte Besucher gezielt durch Ihren Laden führen können und sie damit zu zufriedenen Kunden machen.

¹Global Retail and E-Commerce Sales Forecast, 2013–2018, MarketingCharts.com, 2015.

IHRE VISITENKARTE: DAS SCHAUFENSTER

Die wichtigste Funktion des Schaufensters ist, die Aufmerksamkeit des Kunden auf sich zu ziehen, den Kundenlauf zu stoppen und auf das Schaufenster zu lenken. Außerdem trägt es zur Steigerung der Bekanntheit und Imagepflege, zum Hervorheben von Sortimenten sowie zum Auslösen von Impulskäufen bei. Dabei ist es wichtig, sich von der Masse abzuheben und individuelle Gestaltungen zu entwickeln.



7 DEKO-TIPPS

1 INSZENIEREN SIE IHR WARENANGEBOT

Präsentieren Sie Ihre Produkte in einem perfekten Umfeld und schaffen Sie damit Kaufanreize. Es gibt dabei drei Trends:

Die **Themenpräsentation** stellt saisonale Anlässe wie Ostern, Schulanfang oder Herbst in den Mittelpunkt, aber auch regionale Feste lassen sich gut inszenieren. Die Software PosterArtist liefert Ihnen hierfür jede Menge Vorlagen, Fotos und Schriften, die Sie einfach an Ihre Ideen anpassen können.

Der **Einsatz von Stilmitteln**, wie Malerei, Graffiti oder Fotografie, schafft eine trendige Umgebung für Ihre Produkte. Auch QR-Codes werden häufig in die Gestaltung eingebunden, um auf die Homepage zu verlinken. Eigene Fotos lassen sich leicht in die Postervorlagen einbinden.

Bei einer **Verbundplatzierung** steht die Farbe im Mittelpunkt. Bei dieser außergewöhnlich effektvollen Methode haben die Deko-Elemente und/oder die Waren komplett die gleiche Farbe. Bei auffälligen, leuchtenden Farben ist das besonders wirkungsvoll.



52% der Verbraucher betreten eher einen Laden, wenn im Schaufenster ein „Angebot“/„Sale“-Schild hängt.¹

¹ 5 Tips For More Effective In-Store Marketing, Retail Minded, 2014.

2 GESTALTEN SIE MIT LICHT
Verwenden Sie zur Beleuchtung neben Spots auch Leuchtmedien wie Leuchtsäulen und Leuchtwannen. Motive lassen sich schnell mit dem Großformatdrucker auf Backlit-Folie drucken und rücken so Ihre Werbebotschaft ins rechte Licht.

3 DER RICHTIGE AUFBAU
Nutzen Sie Poster und Banner nicht nur im Vordergrund zur Kommunikation von Preisen, sondern auch als Hintergrundgestaltung für Ihre Themenpräsentation. Nehmen Sie Höhen- und Breitenstaffelungen vor, um Ihr Schaufenster interessanter zu gestalten. Auch Rückwände lassen sich mit selbst entworfenen und gedruckten Tapeten ausstatten. Hierfür bietet Canon spezielle Medien an.

4 WECHSELSPIEL
Tauschen Sie Ihre Schaufensterdekoration ungefähr alle vier Wochen aus. Egal, ob Sie sich für eine Themenpräsentation oder den Einsatz von Stilmitteln entscheiden – mit den Vorlagen von Poster-Artist lassen sich schnell aufmerksamkeitsstarke neue Dekorationen kreieren.

5 LAUF- UND BLICKRICHTUNG
Achten Sie auf eine übersichtliche Gestaltung, die der Passant schnell optisch erfassen kann. Die Blickrichtung läuft von links oben nach rechts unten – beachten Sie dies, wenn Sie mit Ihrem Schaufenster eine Geschichte erzählen. Wichtige Elemente oder Produkte platzieren Sie auf Augenhöhe bei ca. 1,60 m. Auch die Schrift sollte leicht lesbar und plakativ gedruckt sein.

Ein DIN-A1-Poster
auf beschichtetem
140-g-Papier kostet ca.
1,51 €
für Tinte und Papier
(netto).



95% der Einzelhändler verwenden Plakate für die Kommunikation im Ladengeschäft.¹



Plakate werden im Schnitt alle 4,5 Wochen ausgetauscht.¹



PREISSCHILDER

Sie sollten gut sichtbar angebracht und den Produkten eindeutig zugeordnet werden. Die Gestaltung der Preisschilder im Schaufenster führen Sie möglichst auch im Laden fort, damit sich der Kunde schnell zurechtfindet.



IMMER GUT AUSSEHEN

Es gibt ein paar Dinge, die jede Schaufenstergestaltung ruinieren. Dazu gehören verblasste Poster. Mit den Originalmedien und -tinten von Canon bleiben Ihre Drucke auch bei der stärksten Lichteinstrahlung in ihren brillanten Farben erhalten. Das neue Medium Water Resistant Matte Polypropylene ist sogar bis zu sechs Monate wetterfest.

¹ Opportunity for Large format printers (UK), Euromonitor International, 2014.

IHRE EINGEBAUTE VERKAUFSFÖRDERUNG: DIE LADENDEKORATION

Poster, Deckenhänger, Banner, Displays und Innendekore im Laden sind mehr als nur schöne Auslagen und korrekt platzierte Kundeninformation. Mit dem richtigen Design können Sie eine einladende, inspirierende Atmosphäre schaffen, sodass der Kunde manch zusätzlichen Artikel in den Warenkorb legt.

3 TRICKS
bei der Laden-
gestaltung und
Warenpräsentation
sorgen für mehr
Umsatz.



62% der Einkäufe sind nicht geplant. Der Käufer entscheidet sich spontan am PoS.¹

1 GEZIELTE NUTZUNG VON VERKAUFSAKTIVEN LADENZONEN

Wichtige Waren und Angebote sollten in den verkaufsaktiven Ladenzonen platziert werden. Dazu gehören

- rechte Wände (auf der rechten Seite des Kunden),
- Auflaufflächen bei Richtungswechsel,
- die Kopfseiten von Gondeln,
- Kassenbereiche und
- Gangbegrenzungen.

Mit aktuellen Aktionen und besonderen Highlights auf Postern, Bannern und Deckenhängern im Eingangsbereich schlagen Sie die Brücke vom Schaufenster zum Ladeninneren.

Wichtig: Achten Sie bei der Dekoration darauf, dass Ihre Angebotsaufsteller den Kunden in den Laden führen und ihm nicht den Weg verstellen.

Ein DIN-A1-Poster auf beschichtetem 120-g-Papier kostet ca.
1,13 €
für Tinte und Papier (netto)



Backlit-Folie für die Leuchtsäule kostet ca.
10,92 €
für Tinte und Folie (netto)

2 OPTISCHE AUFWERTUNG VON VERKAUFSNEGATIVEN LADENZONEN

Außerdem findet man in jedem Verkaufsraum sogenannte verkaufsnegative Ladenzonen, die wenige oder keine Kaufreize für den Kunden bieten. Sie befinden sich

- an linken Wänden,
- im Eingangsbereich,
- in Mittelgängen,
- in Ecken und Dunkelzonen,
- in der Nähe von Treppen und Türen.

Diese Zonen lassen sich durch eine **optische Akzentuierung** attraktiver gestalten, mittels

- Strahlern oder einer besonderen **Beleuchtung**, mit bedruckten Backlit-Folien auf Leuchtsäulen,
- **farblicher Gestaltung** durch Banner, Deckenhänger und Panels oder Ähnlichem in auffälligen Farben,
- **Deko-Elemente**, die zum Marketingkonzept und zur aktuellen Werbung passen,
- **Ruhezonen** für den Kunden, zum Beispiel mit **stimmungsvollen Fotos** und ansprechenden Grafiken im Großformat.

¹ Mass merchant shopper engagement study, POPAI, 2014

3 OPTIMALE GESTALTUNG DER UNTERSCHIEDLICHEN GRIFFZONEN

Jede Griffzone hat einen Einfluss auf das Kaufverhalten des Kunden und kann werblich genutzt werden. Dafür wird die Höhe in einem Laden in vier Viertel geteilt:

- die $\frac{1}{4}$ -Zone oberhalb von 160 cm, die für **Top-Schilder** von Displays und **Deckenhänger** genutzt werden sollte, da dieses Werbematerial sehr gut aus größerer Entfernung vom Kunden gesehen wird und eine **hohe Signalwirkung** ausübt, besonders, wenn es gut lesbar und als Angebot gekennzeichnet ist,
- die $\frac{2}{4}$ -Zone im Bereich von 80 bis 120 cm lässt sich leicht mit **Plakaten** an Kopfseiten von Gondeln und Regalen in individuellen Größen und mit den aktuellen Designs gestalten,
- in der $\frac{3}{4}$ -Zone (0 bis 80 cm) kommen **Fußbodenaufkleber** zum Einsatz, die auf Angebote aufmerksam machen und den Kunden durch den Laden führen.
- die $\frac{3}{4}$ -Zone im Bereich von 120 bis 160 cm liegt in Augenhöhe des Kunden. Diese Zone ist die verkaufstärkste und kann einen **Abverkauf von 100%** verzeichnen. Hier können an den Regalböden Infos mit Hinweisen auf weitere Angebote befestigt werden,



85% der Kunden reagieren im Laden auf Produktdisplays und -anhänger.¹



Kunden schauen im Laden hoch, um oben hängende Werbetafeln lesen zu können.¹



Bau- und Gartenmärkte setzen am stärksten auf Druckerzeugnisse. Es hängen durchschnittlich 7,3 Plakate im Laden.²

Egal welches Werbemittel Sie in Ihrem Ladenlokal einsetzen möchten, auf den Großformatdruckern von Canon drucken Sie Ihre Werbemittel immer in höchster Qualität.

¹ Eye-Tracking Insights for Enhancing Shopper Marketing, Perception Research Services, 2014.

² Opportunity for Large format printers (UK), Euromonitor International, 2014.

BEEINDRUCKEND: DIE MEDIEN

Die Canon Medien für Großformatdrucker sind aufwändig hergestellte Verbundmaterialien, die aus mehreren Schichten aufgebaut sind. Es werden nur hochwertige Rohstoffe eingesetzt, die perfekte Materialeigenschaften gewährleisten.

Das Trägermaterial und die Schichten, die Tinte aufnehmen oder die Oberfläche schützen, werden speziell für die unterschiedlichen Anwendungsgebiete konzipiert.

Im eigenen Institut unterwirft Canon die Medien sehr harten und kritischen Materialtests.



PERFECT MATCH

Das optimale Zusammenspiel zwischen den Großformatdruckern und den Medien von Canon garantiert hervorragende Druckergebnisse und lässt Ihre Werbung perfekt aussehen.

Für jeden von Canon hergestellten Medientyp verfügen die Großformatdrucker über Voreinstellungen. Außerdem unterstützen ICC-Profile eine exakte Farbabstimmung auf die gewählten Medien.

EIN KLEINER MEDIENÜBERBLICK

Genau so vielfältig wie die Einsatzgebiete sind auch die Medien. Canon bietet sie in zahlreichen Breiten, Längen und Stärken als **Rollen- oder Blattware** – für höchste Ansprüche und jede denkbare Anwendung an. Unter anderem sogar speziell für Roll-ups vorgesehene Material mit 841 mm Breite.

Beschichtete Papiere und Fotopapiere auf Polyesterbasis für Plakate, Werbebanner und Fotografien ziehen durch die hochglänzende Oberfläche und brillante Farbwiedergabe die Aufmerksamkeit auf sich.

Seidenmatte und matte Papiere sind die Lösung, um Beleuchtungsreflexe und Spiegelungen zu vermeiden.

Spezialmedien sind nicht nur sehr vielseitig für innen oder außen einsetzbar, sondern

werden von Canon auch auf unterschiedlicher Materialbasis angeboten – sei es als **Backlit-Film, Canvas, Fahnenstoff oder Scrim-Banner**. Für Vinyl als Medium für Plakate und Schilder spricht die Haltbarkeit und Reißfestigkeit.

Besonders wetterfest sind Poster und Banner, die auf **wasserfesten Medien** mit LUCIA TD-Tinte auf imagePROGRAF Druckern der TX- und TM-Serie von Canon gedruckt sind.

Außerdem können die Medien mit **ablösbarem Acrylklebstoff** ausgestattet sein, besonders geeignet für kurzfristige Angebote oder Überklebungen.

Medien mit **Permanent-Lösungsmittelkleber** eignen sich für haltbare und robuste Outdoor-Beschilderungen.



Wasserfeste Medien verfügbar als Rollen- oder Bogenware



Hohe Beständigkeit gegen UV-Strahlung und Nässe



Canon Pigmenttinte liefert auf den Druckern der TM- und TX-Serie wetterfeste Poster und Banner



Spart Zeit und Geld, denn die Laminierung entfällt



Kein lästiges Schneiden, sondern direkt randlos drucken und dann einfach mittels selbstklebender Rückseite aufbringen

DIE EIGENSCHAFTEN DER WETTERERFESTEN MEDIEN VON CANON

Egal ob starker Regen oder pralle Sonne, Werbemittel aus wasserfesten Medien von Canon bleiben im Outdoor-Bereich bis zu 6 Monate brillant und haltbar – ohne zusätzliche Laminierung.

Die wetterfesten Medien für Großformatdrucker von Canon sind aus mehreren Schichten als Verbundmaterial aufgebaut und gewährleisten durch den Einsatz hochwertiger Rohstoffe **perfekte Materialeigenschaften**.

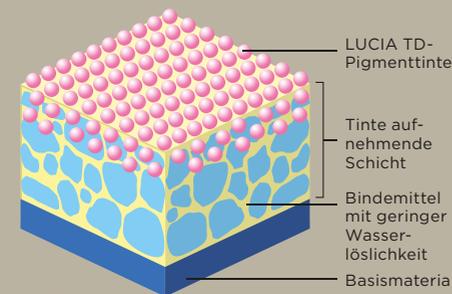
Das Trägermaterial und die Schicht, die Tinte aufnimmt, sind speziell für **Wetterfestigkeit** konzipiert. Die Tinte aufnehmende Schicht bietet der pigmentbasierten LUCIA TD-Tinte von Canon Schutz vor den ultravioletten Strahlen des Sonnenlichts und verhindert gleichzeitig den Alterungsprozess des darunter liegenden Basismaterials.

Die Drucke müssen nicht mehr, wie bei normalen Posterpapieren, aufwändig laminiert werden – das **spart Kosten und Zeit**.

Die Produktpalette der wetterfesten Medien wurde um die mit **selbstklebender Rückseite** erweitert, wodurch die Anwendungsmöglichkeiten in der Außenwerbung extrem vielseitig sind.

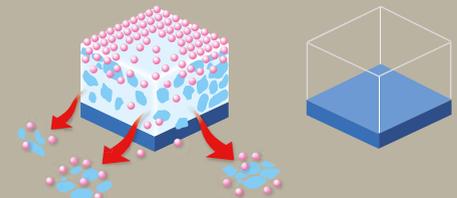
Das Material lässt sich auch für Nicht-Profis sehr leicht auf jedem **beliebigen Untergrund** aufbringen und sorgt für eine aufmerksamkeitsstarke, makellose Präsentation der Werbebotschaft.

Wasserfeste Medien von Canon



Konventionelle Medien

Die Tinte aufnehmende Schicht enthält keine Bindemittel, die wasserabweisend sind. Die Schicht wird zusammen mit den **Farbpigmenten bei Regen ausgespült**. Zurück bleibt nur das Basismaterial – die Drucke sind schon nach wenigen Wochen ausgebleicht.



Die Farbpigmente dringen in die Tinte aufnehmende Schicht ein und verbinden sich fest mit ihr. Da diese Schicht ein Bindemittel mit geringer Wasserlöslichkeit enthält, werden die Drucke wetterbeständig.

DAS SIND DIE WETTERFESTEN MEDIEN VON CANON



Water Resistant Matte Polypropylene, 115 g/m²

Dieses überaus leistungsstarke Medium aus matt beschichtetem Polypropylen ist für den vielseitigen Einsatz bei Wind und Wetter sowie in Innenräumen geeignet. Beim Druck setzen Sie einfach die wasser- und pigmentbasierte LUCIA TD-Tinte ein und erhalten wasserfeste und UV-beständige Poster.

- Hohe Druckqualität, brillante Farben
- Matte Oberfläche verhindert Blendeffekte
- Rollenware von 137 cm (54"), 107 cm (42"), 91 cm (36") und 61 cm (24") Breite
- Bogenware in den Formaten DIN A0, DIN A1 und DIN A2

Water Resistant Adhesive Matte Polypropylene, 290 g/m²

Mit diesem Medium ist es einfach, große Poster zu befestigen – ganz ohne professionelles Werkzeug oder Vorkenntnisse. Das wasserfeste und UV-beständige Material ist ideal für Anwendungen, bei denen häufig Poster auf dieselbe Fläche aufgebracht werden, denn die graue Klebeschicht verhindert das Durchscheinen von Untergründen jeglicher Art. Luftblasen sind leicht zu entfernen, da die Luft durch feinste Rillen im Material entweichen kann.

- Selbstklebend mit mäßiger Klebekraft
- Einfache und schnelle Montage ohne Falten oder Luftblasen
- Hohe Opazität
- Rollenbreiten: 137 cm (54"), 107 cm (42"), 91 cm (36") und 61 cm (24")



Water Resistant Matte Banner Vinyl, 480 g/m²

Das Basismaterial dieses Druckmediums besteht aus einer Polyesterfaserschicht, die zwischen zwei Vinylschichten eingelegt ist, was ihm Formbeständigkeit und Festigkeit verleiht, die für Banner und Wandverkleidungen notwendig sind. Die Polyesterfasern sind opak und schirmen das Licht ab.

- Keine Spezialtinte oder Laminierung notwendig
- Pigmenttinten erzeugen wasserfeste Drucke
- Reißfest, formbeständig und leicht zu ösen
- Ideal für große, frei hängende Beschilderungen und Werbetafeln
- Rollenbreiten: 137 cm (54"), 107 cm (42"), 91 cm (36") und 61 cm (24")



Water Resistant Adhesive Matte Vinyl, 330 g/m²

Dieses wasserbeständige Medium aus Vinyl eignet sich für das formschlüssige Aufbringen von Postern, Displays und Aufklebern auf unebenen oder gekrümmten Oberflächen. Es überzeugt durch das einfache Entfernen von Luftblasen und seine hervorragenden Transparenzeigenschaften. Es sind keine professionellen Fähigkeiten oder Werkzeuge beim Aufkleben erforderlich.

- Leichte Verarbeitung
- Keine Fachkenntnisse oder spezielles Werkzeug beim Aufbringen erforderlich
- Formschlüssig – sogar bei Spalten und Wölbungen
- Rollenbreiten: 137 cm (54"), 107 cm (42"), 91 cm (36") und 61 cm (24")



Die imagePROGRAF TX- und TM-Serie sind die perfekten Drucksysteme für Werbematerialien am PoS.



So einfach gehts:
Bekleben Sie schnell und mühelos Ihre Werbeflächen mit wasserfesten und selbstklebenden Medien von Canon.

Blasen- und faltenfreies Aufkleben



ANWENDUNGSGEBIETE

Werbepbanner

Sie sind vielseitig einsetzbar: als Roll-up-Banner, X-Banner, Banderolen, Decken- und Wandhänger oder Panorama-Banner.

Poster

Die einfachste Lösung für flexible Poster sind Klapprahmen mit einer perlierten Schutzscheibe. Es gibt sie in verschiedenen Größen und Ausführungen, zum Aufstellen oder Aufhängen.

Um Posterdrucke lange haltbar an die Wand zu bringen, ist eine Kaschierung auf Kappaflex, Forex oder Alu-Dibond ideal. Mit den neuen wetterfesten Medien kann man die Drucke auch ohne sie mit einer Schutzfolie zu laminieren im Außenbereich und bei jedem Wetter einsetzen. Sie sind unempfindlich gegen UV-Strahlung und Nässe und sehen lange brillant aus.

Aufkleber

Aufkleber lassen sich schnell und einfach selbst produzieren – mit Adhesive-Vinyl-Material. Egal ob in kleinen, mittleren und sogar riesigen Größen. Und das sogar wetterfest dank der neuen wasserfesten Medien von Canon.



Ein Poster in DIN A1 selbst gedruckt im Fast Economy Mode auf Normalpapier kostet ca. 0,68 € für Papier und Tinte (netto).

Bilder

Als echter Blickfang Ihrer Ladendekoration können Leinwanddrucke in beeindruckender Größe erstellt und auf Keilrahmen gezogen werden. Die Leinwand (Canvas) gibt es in verschiedenen Qualitäten – von grob bis fein, hochweiß oder leicht gelblich, matt oder glänzend. Auf den Druckern der PRO-Serie erhalten die Drucke ein Finish mit der Klartinte Chroma Optimiser, die Bronzing verhindert und den Druckern einen besonderen Glanz verleiht.

Hinterleuchtete Poster

Auf Backlit-Folie gedruckte und in Leuchtdisplays eingefügte Poster machen die Werbung besonders brillant und aufmerksamkeitsstark. Damit lassen sich Schaufensterdekorationen, aber auch unattraktive Ladenbereiche aufwerten und ins rechte Licht rücken.

AUSSERGEWÖHNLICH HOCHWERTIG

Genauso wichtig wie die Papiere sind die Tinten für exzellente Drucke. Die LUCIA-Pigmenttinten von Canon liefern ein breites Farbspektrum, weiche Farbübergänge und verringerte Körnigkeit.

Dabei sind die LUCIA Tinten **sehr lichtbeständig – bis zu 100 Jahre** lang verblasen sie nicht.¹

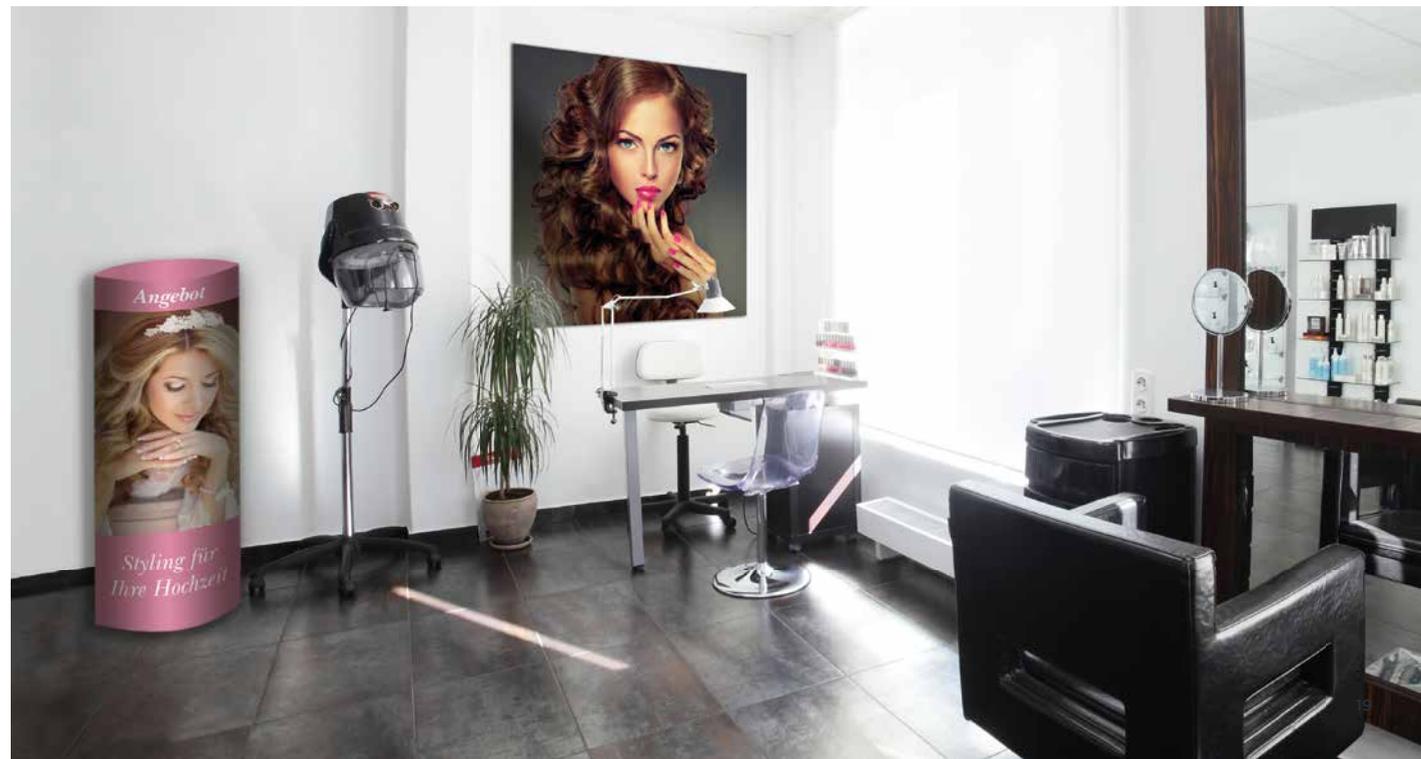
Auch bei Einfluss von Feuchtigkeit, UV-Licht und Ozon sowie mechanischer Belastung haben Drucke mit LUCIA TD-Tinten ihre Haltbarkeit bewiesen.

Wenn Sie wissen wollen, wie viel Tinte die hochproduktiven Großformatdrucker von Canon verbrauchen und was der Spaß kostet, können Sie das ganz einfach ausrechnen unter:

canon.de/lfp_kalkulator



¹ Wilhelm Imaging Research (WIR). Der komplette WIR-Bericht unter: wilhelm-research.com/canon/ipf8300.html.



**WIR STEHEN IHNEN
NATÜRLICH GERNE
FÜR WEITERE FRAGEN
ZUR VERFÜGUNG:
TEL. +49 2151 345445
LFP@CANON.DE
CANON.DE/LFP**

Canon Deutschland GmbH
Europark Fichtenhain A10
47807 Krefeld

Tel. +49 2151 3450
Fax +49 2151 345102

canon.de

Stand: Oktober 2018

Diese Broschüre entstand mit Unterstützung der Cadvertising GmbH.