



Zwei in einem: Das Display lenkt die Aufmerksamkeit der Shopper auf die limitierte invisibobble Kollektion mit Rúrik Gíslason und präsentiert auch Tangle Teezer-Produkte. Foto: Knappe + Lehbrink

Knappe + Lehbrink bringt Produkte der New Flag GmbH am POS groß raus

Vielfalt feiern

Genderneutralität wird heute immer mehr im Produktmarketing gelebt. Um alle Menschen unabhängig vom Geschlecht anzusprechen, präsentiert die New Flag GmbH mit der Marke invisibobble eine limitierte Kollektion mit einem bekannten Testimonial. Am POS zeigte sich passend dazu ein Display – mit wichtiger Message.

Marken greifen derzeit immer häufiger gesellschaftliche Themen auf, positionieren sich und zeigen damit Flagge. Ein aktuelles Beispiel dafür liefert invisibobble, die Haar-Accessoire Marke der New Flag GmbH. Im Sommer letzten Jahres hat die Brand eine limitierte Kollektion zusammen mit dem ehemaligen Fußballspieler Rúrik Gíslason auf den Markt gebracht. Mit einem männlichen, modeaffinen Testimonial bricht die Marke mit geschlechterspezifischen Rollenbildern und macht Haar-Accessoires zu einem Produkt für jeden. Mit dieser Kampagne demonstriert die New Flag GmbH nicht nur seine weltoffene moderne Haltung, sondern spricht auch eine junge Zielgruppe an, die Stereotypen zunehmend ablehnt. Wie es gelungen ist, Shopper für die Produktlinie zu begeistern und ein Display zu entwickeln, das am POS heraussticht, berichten Heike Schütterle, Associate Director Retail Marketing und Anna Hohenstein, Retail Marketing Manager der New Flag



„Das Display wird den beiden Marken invisibobble und Tangle Teezer gleichermaßen gerecht und setzt die Produkte ansprechend in Szene.“

Dennis Melchers, Leitung Vertrieb und Marketing Knappe + Lehbrink
Foto: Knappe + Lehbrink

GmbH und Dennis Melchers, Leitung Vertrieb und Marketing Knappe + Lehbrink, im Gespräch mit display.

DISPLAY: Welche Produkte wurden genau präsentiert?

HEIKE SCHÜTTERLE: Die Zweitplatzierung vereint den Auftritt zweier Marken. Zum einen finden Shopper die Produkte aus der #beyourtype-Kollektion, die zusammen mit Rúrik Gíslason entstand. Diese invisibobble-Produktlinie umfasst mehrere Haaraccessoires. Zum anderen präsentiert das Display unsere Haarbüsten der Marke Tangle Teezer.

DISPLAY: Welche Key Visuals verkörpern die Markenwerte und welche Botschaften vermittelt das Display damit?

ANNA HOHENSTEIN: Bisher haben invisibobble und Tangle Teezer vor allem eine weibliche Zielgruppe erreicht. Mit dem neuen Display ist es uns gelungen, auch Shopper geschlechterunabhängig für unserer Promotion zu begeistern. Denn Rúrik Gíslason gibt der neuen Kampagne ein Gesicht. Zusammen mit dem weiblichen Testimonial hatten wir einen genderneutralen Auftritt am POS, was dem Zeitgeist entspricht und auch unsere Unternehmensphilosophie widerspiegelt. Dieses Display-Design stammt aus unserer hauseigenen Designabteilung.



„Mit dem Display wollen wir nicht nur unsere bisher vorwiegend weibliche Zielgruppe ansprechen, sondern Shopper geschlechterunabhängig für unsere Produkte begeistern.“

Anna Hohenstein, Retail Marketing Manager
New Flag GmbH Foto: New Flag

DISPLAY: Welche Herausforderungen haben Sie bei der Konstruktion und Gestaltung des Displays bewältigt?

DENNIS MELCHERS: Die Herausforderung bestand darin, sowohl die Produkte als auch die beiden Key Visuals ansprechend zu platzieren. Dafür haben wir neben dem Topschild auch die große Kommunikationsfläche im Sockelbereich genutzt. Zudem sollte die Zweitplatzierung den beiden Marken invisibobble und Tangle Teezer gleichermaßen gerecht werden. Abgerundete Ecken im Topschildbereich und die auffällige Gestaltung in Lila sorgen letztendlich für einen absoluten Hingucker.

HEIKE SCHÜTTERLE: Letzten Endes wollten wir mit dem Display den Shopper auf der Verkaufsfäche stoppen und an der Platzierung halten, über Benefits informieren und zum Kauf animieren – getreu dem Ansatz „Stop, Hold and Close“. Zusätzlich wecken limitierte Editionen Begehrlichkeiten, da die Produkte nur für kurze Zeit erhältlich sind.

DISPLAY: Welche Materialien wurden für die Herstellung des Displays verwendet und welches Druckverfahren haben Sie gewählt?

DENNIS MELCHERS: Die POS-Lösung besteht komplett aus Wellpappe und kann somit nach dem Abverkauf über das Altpapier recycelt werden. Alle sichtbaren Komponenten wurden im Offset vierfarbig bedruckt und mit Lack veredelt. Auf speziellen Wunsch eines Händlers hin, wurde auch die Rückseite komplett eingefärbt. Somit konnte das Display, je nach Platz im Handel, freistehend platziert werden.

DISPLAY: War die Bestückung für jeden Distributionskanal gleich oder variabel?

DENNIS MELCHERS: Kundenspezifische Bestückungsvorgaben haben wir in der Produktion

beim Stanzvorgang mit Wechselklötzen gelöst. Auf diese Weise konnten wir für die unterschiedlichen Varianten die identische Grundkonstruktion einsetzen und somit das vom Kunden vorgegebene Budget einhalten.

DISPLAY: Welche Prozesse durchlief das Vorhaben und wie viel Zeit haben die Projektpartner bis zur Auslieferung der Displays benötigt?

DENNIS MELCHERS: Der Startschuss erfolgte im Herbst 2021. In den ersten Monaten haben wir in Form von 3D-Gestaltungen die optimale Konstruktion entwickelt. Im Januar 2022 wurde dann der erste Prototyp in Form >>

Knappe + Lehbrink Promotion GmbH

Die Knappe + Lehbrink Promotion GmbH setzt Marken am POS individuell, kreativ und professionell in Szene. 1996 gegründet, beschäftigt das Unternehmen heute über 110 Mitarbeiter. Die Geschäftsführung bilden Simone Knappe und Oliver Lehbrink. Am Standort in Bünde werden aufmerksamkeitsstarke Verkaufsförderungskonzepte in den Bereichen Displays und Verpackungen aus Wellpappe und Vollkarton sowie Werbemedien aus Stoff (Fahnen, Banner und Palettenhussen) entwickelt und produziert. Diese sorgen regelmäßig für Wow-Effekte im Handel und werden jährlich mit Awards ausgezeichnet. Wichtige Erfolgsfaktoren von Knappe + Lehbrink sind die Produktqualität, die Liefertreue und die konsequenten Investitionen in einen modernen Maschinenpark. Zu den langjährigen Kunden zählen bekannte Markenunternehmen aus unterschiedlichsten Branchen.

Durchdacht bis ins Detail: Auch die Fronten der Regalböden sind mit Informationen zu den Produkten versehen. Diese erleichtern Shoppern die Auswahl und tragen zum Branding bei.

Foto: Knappe + Lehbrink



»» eines Weißmusters gebaut. Zwei weitere Musterrunden später war das Ergebnis perfekt und bereit für die Produktion. Diese lief im April/Mai 2022, so dass wir ab Anfang Juni mit der Auslieferung beginnen konnten.

DISPLAY: Wie lief die Bestückung und Logistik der Displays ab?

DENNIS MELCHERS: Wir bei Knappe + Lehbrink haben die Palettendisplays komplett aufgerichtet, mit den zur Verfügung gestellten Produkten bestückt und versandssicher verpackt. Im Handel muss somit lediglich die Versandhaube abgenommen und das Topschild aufgesteckt werden. Damit ist ein einfaches Handling gewährleistet. Zum Schutz des Displays und der Produkte wurden speziell dafür entwickelte

Versandpolster eingesetzt. Deren Funktion wurde selbstverständlich im Vorfeld der Produktion durch einen Testversand geprüft.

DISPLAY: In welchen Märkten wurde das Display platziert?

ANNA HOHENSTEIN: Die POS-Lösung kam deutschlandweit vor allem bei dm und Rossmann zum Einsatz. Kleinere Mengen sind an Müller und Rewe gegangen, sodass wir die Kampagne auch dort präsentieren konnten.

DISPLAY: Wie viele Displays wurden im Handel eingesetzt?

ANNA HOHENSTEIN: Insgesamt haben wir etwa 1.400 Displays versendet.

DISPLAY: In welchem Zeitfenster ist die Kampagne gelaufen?

ANNA HOHENSTEIN: Die POS-Aktion ging Mitte Juli an den Start und wurde je nach Wünschen der teilnehmenden Märkte zwei bis vier Wochen platziert.

DISPLAY: Welche Werbemaßnahmen haben die POS-Aktion begleitet?

ANNA HOHENSTEIN: Um die Zielgruppe auf mehreren Kanälen zu erreichen, haben wir sowohl Out-of-Home Medien genutzt als auch Online-Marketing betrieben und viele Beiträge wie Reels sowie Behind-the-Scenes vom Making-of auf Social Media gepostet. Zusätzlich konnten wir uns auch über einige Postings auf den Social Media Kanälen unserer Handelspartner freuen. Auf diese Weise fand die Aktivierung sowohl im Handel direkt als auch online statt.

DISPLAY: Welche Ziele hat New Flag GmbH mit der POS-Kampagne verfolgt?

HEIKE SCHÜTTERLE: Das Display sollte in erster Linie die Blicke der Shopper auf unsere Limited Edition lenken, Impulskäufe auslösen und damit den Abverkauf steigern. Außerdem haben wir unsere Brand Purpose in Bezug auf Genderneutralität repräsentiert und damit Position bezogen. Den Handel mussten wir von unserer Idee zunächst überzeugen, da solche Konzepte noch nicht Standard sind. Gerade deswegen wollen wir auf das Thema aufmerksam machen und unter Beweis stellen, dass Haaraccessoires nicht an ein Geschlecht gebunden sind.

DISPLAY: War die Aktion erfolgreich?

ANNA HOHENSTEIN: Absolut! An den Abverkaufszahlen haben wir gesehen, dass sich vor allem unsere limitierten Produkte der Kollektion sehr gut abverkauft haben. Ebenfalls wurde das Thema der Genderneutralität bei unserer Zielgruppe positiv aufgenommen. Damit haben wir aus unserer Sicht unsere Ziele erreicht.

DISPLAY: Besteht die Zusammenarbeit der Projektpartner Knappe + Lehbrink und New Flag GmbH bereits seit Längerem?

HEIKE SCHÜTTERLE: Wir arbeiten schon seit Längerem mit Knappe + Lehbrink zusammen und sind begeistert. Denn wir arbeiten als Team zusammen, um unsere Marken am POS erlebbar zu machen. Dabei sind wir besonders dankbar für den kreativen Austausch. 2022 haben wir beispielsweise 15 Display-Aktionen gemeinsam entwickelt und umgesetzt. Aus den Projekten konnten wir immer Learnings ziehen, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<

New Flag GmbH

Die New Flag GmbH ist ein international agierendes Unternehmen, das auf die Bereiche Brand Building und Distribution von Beautylabels spezialisiert ist. Der Hauptsitz befindet sich in München. Zum Portfolio gehören Haarpflege-, Beauty- und Stylingprodukte – unter anderem von den Marken invisibobble und Tangle Teezer. Seit der Gründung 2010 ist die Firma in mehr als 80 Länder expandiert. Derzeit sind über 300 Mitarbeiter an acht Standorten in Europa und den USA tätig.