

PRESSEMITTEILUNG

Stiga unterstützt den stationären Handel

Mit Investitionen in ein erweitertes Shop-in-Shop-System stärkt der Gartengerätehersteller die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Handelspartnern

Straelen, Juli 2019 – (fpr) Um sein umfangreiches Sortiment an Gartengeräten weiterzuentwickeln und kontinuierlich an aktuelle Verbraucherbedürfnisse anzupassen, bündelt Stiga seit jeher langjährige Erfahrung und fachmännisches Know-how. Ein wichtiger Baustein für den Erfolg des Unternehmens ist dabei die vertrauensvolle und fruchtbare Zusammenarbeit mit dem stationären Handel. Daran anknüpfend baut der Hersteller seine verkaufsunterstützenden Maßnahmen nun noch weiter aus – und stärkt seine Handelspartner in der kommenden Saison durch zielgerichtete Investitionen am POS.



Die ersten Prototypen der neuen Elemente wurden brandaktuell auf der demopark in Eisenach präsentiert. (Foto: Stiga)

Erweiterung des Shop-in-Shop-Systems

„In 2017 haben wir ein neues Shop-in-Shop System entwickelt, das der Handel seit der Saison 2018 aufmerksamkeitsstark in seine Verkaufsflächen einbindet“, erläutert Matthias Schrewe, Geschäftsführer der Stiga GmbH. Das System ermöglicht dank seines modernen Designs in Holz-Optik sowie der farblichen Akzente in den typischen Stiga-Farben eine auffällige Präsentation der Produkte. „Zu unserem Shop-System haben wir zahlreiches positives Feedback aus dem Handel erhalten“, führt Schrewe weiter aus. „Das hat uns in der Entscheidung gestärkt, das POS-Konzept um zusätzliche Elemente zu erweitern.“ Wurde bisher vor allem die Vielfalt der Aufsitzmäher und Handgeräte in Szene gesetzt, schenken die neuen Elemente vermehrt den Rasenmähern gebührende Aufmerksamkeit. Einladend und sehr offen gestaltet ergänzen die Präsentationsregale und

Podeste das bestehende System somit optimal. „Durch die moderne Darstellung unseres Sortiments im Handel wollen wir Interesse der Kunden wecken, dadurch eine hohe Nachfrage generieren und den Abverkauf unserer Produkte weiter forcieren.“



Matthias Schrewe, Geschäftsführer der Stiga GmbH.
(Foto: Stiga)

„Händler, die unser Stiga Shop-System einsetzen, konnten das Einkaufserlebnis für ihre Kunden deutlich verbessern. Unsere Analysen zeigen klar, dass die Unterstützung des Handels bei der POS-Gestaltung positive Auswirkungen auf generierte Umsätze zur Folge hat.“ Nachdem in 2018 und 2019 bereits rund 40 % der Stiga-Händler mit einem Shop-in-Shop System ausgestattet werden konnten, wird Stiga auch zukünftig massiv in den

Ausbau des Systems investieren. „Damit möchten wir unsere Handelspartner zum einen natürlich aktiv unterstützen, ihnen zum anderen aber auch unsere Wertschätzung zeigen“, resümiert Matthias Schrewe. „Der Markt ist ständig in Bewegung, die Anforderungen der Verbraucher im Wandel. Auch in Zukunft setzen wir voll auf die Beratungs- und Verkaufskompetenz des stationären Handels – und möchten dafür bestmögliche Voraussetzungen schaffen.“ Auf der demopark 2019 konnte die Branche einen Blick auf das erweiterte Shop-in-Shop-System werfen – denn hier stellte Stiga exklusiv erste Prototypen vor, die für durchweg positives Feedback sorgten.

Zur Verfügung stehen die neuen Elemente für die Saison 2020.
Mehr unter www.stiga.de.

Über Stiga:

STIGA S.p.A. ist ein führender europäischer Hersteller und Lieferant von Rasenmähern und Gartenmotorgeräte. Mit dem Hauptsitz in Castelfranco Veneto, in der Nähe von Venedig, hat das Unternehmen rund 1600 Mitarbeiter. Es gibt 13 Länderniederlassungen in Europa und Produktionsstätten in Italien, der Slowakei und in China.

Die Gruppe verfügt mit der Premiummarke Stiga und den vier weiteren renommierten Marken Mountfield, Atco, Alpina und Castalgarden über 90 Jahre Erfahrung im Markt und ist zudem ein erstklassiger Partner für OEMs und die Private Label Industrie.