

## Schlüssige Anzeigen, höhere Verkaufserfolge.

Eine gezielte Anzeigenkampagne ist einer der passenden Schlüssel zum Steigern des Verkaufserfolges. Um den Verkaufserfolg unserer Kunden mit den KILSGAARD Weißlacktüren Typ 20 und Typ 25 sowie den massiven Kiefer- und Fichtetüren Typ 02 zusätzlich zu unterstützen, haben wir unsere bewährten Werbemaßnahmen um eine ausgefeilte Anzeigenkampagne erweitert. Seit dem April bis zum kommenden November schalten wir unsere aufmerksamkeitsstarken Print-Anzeigen in hoher Frequenz in den Top-Medien der Fachpresse und erstmals auch in den wichtigsten Endverbraucher-Zeitschriften rund um die Themen Bauen, Renovieren und Selbermachen. Auf diesem Wege erzeugen wir bundesweit eine gleichbleibend hohe Präsenz, die klassische KILSGAARD-Gestaltung sowie das bewusste Beschränken auf zwei Anzeigenmotive birgt den Höchstgrad an Wiedererkennung und stärkt die Marke KILSGAARD nachhaltig.

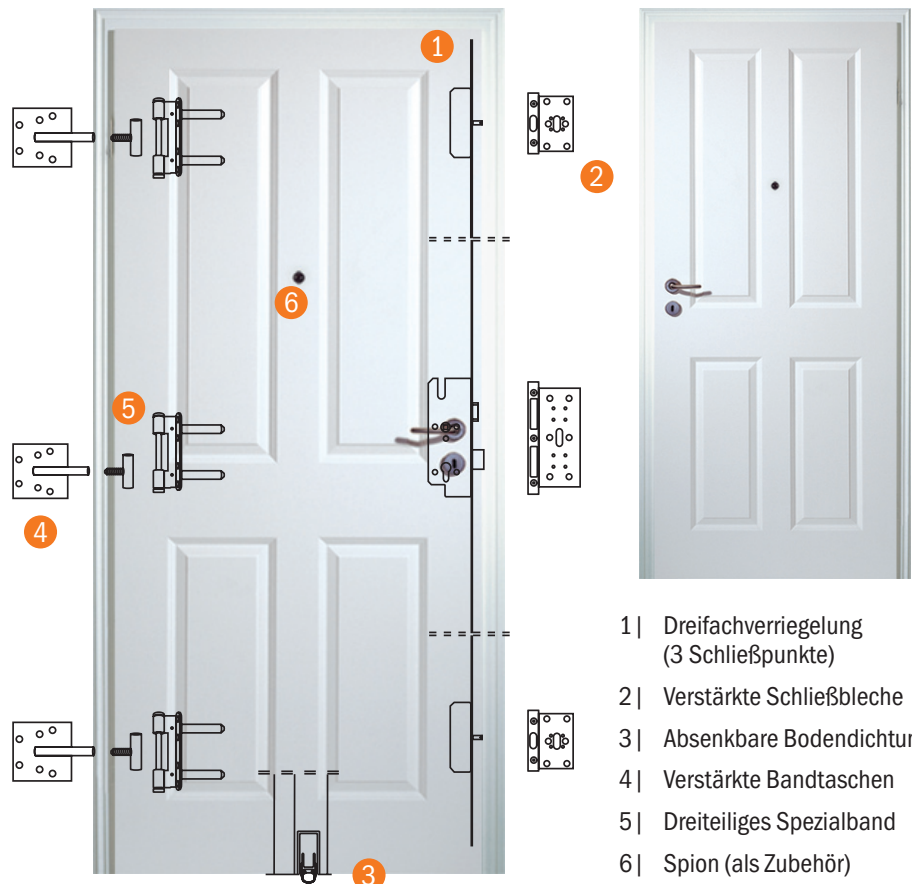


## Einheitliches Türenbild beginnt mit der Wohnungsabschlusstür.

Die „Familie“ unserer bewährten formgepressten Weißlack-Türen Typ 20 ist erweitert worden um die Wohnungsabschlusstür WK2 Typ 22/04.

Während die Flurseite der Tür glatt ist, ist die Oberfläche der Wohnungsseite identisch mit der Oberfläche unserer stark nachgefragten Innentür 20/04 mit der modernen Vierfüllungs-Optik, so dass sich innerhalb der Wohnung ein harmonisches und ganzheitliches Türenbild ergibt. Die Zeiten, in denen auf der Wohnungsseite eine Wohnungsabschlusstür bereits auf den ersten Blick als solche erkennbar war, sind damit endgültig vorbei.

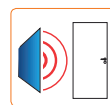
Ausrüstung eines einbruchhemmenden Türelementes WK2 (Modell 20/04).



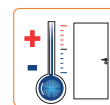
- 1 | Dreifachverriegelung (3 Schließpunkte)
- 2 | Verstärkte Schließbleche
- 3 | Absenkbare Bodendichtung
- 4 | Verstärkte Bandtaschen
- 5 | Dreiteiliges Spezialband
- 6 | Spion (als Zubehör)



WK2 Einbruchschutz



Schallschutz  
Typ 22: Rw, R = 32 dB  
Typ 51: Rw, R = 27 dB



Klimaklasse  
II und III

Zu den Themen dieser Ausgabe überlassen wir Ihnen gern weitere Informationen. Bitte wenden Sie sich dazu an Ihren persönlichen Ansprechpartner.

Impressum:

Vest-Wood Deutschland GmbH  
Barmbeker Straße 4a  
D-22303 Hamburg  
Tel. +49 (0)40-854 09 - 0  
Fax. +49 (0)40-854 09 - 500  
redaktion-dd@vest-wood.com  
www.kilsgaard.de

## Shop-in-Shop-Systeme – die andere Warenpräsentation.

Was die Modebranche bereits seit langem praktiziert, wird nun auch für den gesamten Handel zunehmend zum Thema: Shop-in-Shop-Systeme, die einzelne Waren oder auch ganze Warengruppen durch ein abgestimmtes Produkt- und Verkaufsfächendesign wirkungsvoller und somit verkaufsfördernder präsentieren.

In vielen Modegeschäften schlendern die Kunden an den Shops der einzelnen Modemarken vorbei, so dass sie sich stets nur mit einer Marke auseinandersetzen anstatt mit mehreren – das stärkt die Wahrnehmung der Produkte des jeweiligen Herstellers, da der Fokus für eine bestimmte Zeit ausschließlich auf einer Marke liegt.

Der Gedanke von Shop-in-Shop-Systemen reduziert sich keinesfalls ausschließlich auf eine Branche. Denn durchdachte Systeme werten die Verkaufsfächen durch die Präsentation der Produktwelten auf und die Fachhändler profitieren vom Bekanntheitsgrad der Marken zusätzlich. Dass dabei die Farben der jeweiligen Hersteller nicht immer zum Corporate Design des Händlers passen, spielt in der Wahrnehmung der Kunden erwiesenermaßen keine größere Rolle, vielmehr schätzen sie den optischen Mix der Produktwelten. Und da die Konzeption, Umsetzung und Logistik der Systeme oft von den Herstellern finanziell unterstützt werden, können sich die Kosten für den Händler reduzieren.