



you are what you create.

| PRESSEMITTEILUNG

Retail Design und Gastronomieausstattung

Starke Food-Bilder für Handel und Gastronomie

München, den 31.1.2008. Die bevorstehende EuroShop 2008, größte Investitionsgütermesse für den Handel, wird die Ladenkonzepte der Zukunft demonstrieren: von modernsten Shop Fitting Modellen über Trends im Visual Merchandising bis hin zu neuesten Retail Design Trends. Und hier immer wieder im Zentrum der visuellen Gestaltung: das Bild als stärkstes und wirksamstes Kommunikationsmittel, das wir kennen.

Bilder stehen im Mittelpunkt einer jeden Werbekampagne: sie wirken schneller und direkter als jeder Text. Die Fotografie geht keinen Umweg – sie kommt sofort an. Auch im Vorübergehen werden Bild-Informationen automatisch aufgenommen, ohne größere gedankliche Anstrengung. Innerhalb von Hundertstelsekunden kann das Grundthema eines Bildes erfasst werden, bereits nach zwei Sekunden ist man imstande, ein Bild wiederzuerkennen.

Damit ist die Fotografie bestens an das hohe Tempo unserer Informationsgesellschaft angepasst. Werber und Marketingexperten wissen dies – auch bei Retail Designern und Innenarchitekten in Handel und Gastronomie werden Bilder als effektiv verkaufsfördernde Elemente eingesetzt.

Praxisbeispiele für bildunterstütztes Retail und Gastronomie Design finden sich bei der internationalen Food-Bildagentur StockFood (www.stockfood.com): Sie liefert Food-Bilder, die zum Beispiel Cafés, Restaurants und Hotels – großformatig oft über ganze Wände aufgezogen – für ihre Inneneinrichtung nutzen.

Auch bekannte Kreuzfahrtschiffe gehören zum Kundenstamm von StockFood. Sie sorgen mit überdimensional verwendeten Food-Fotos der Extraklasse für die besondere Genuss-Stimmung in ihren Lounges. Namhafte Großbäcker stylen ihre Filialen mit Fotos von



you are what you create.

appetitlichem Backwerk und im Einzelhandel kommen StockFood-Fotos zum Beispiel für Ladendisplays zum Einsatz.

Viele Supermärkte, beispielsweise in England, bieten ihren Kunden am Eingang kleine Rezeptkarten mit attraktiven Kochvorschlägen inklusive Zutatenliste, die die Kunden sofort für ihren Einkauf nutzen können. Hier stellt eine Agentur wie StockFood nicht nur die Bilder von Gerichten und Zutaten zur Verfügung, sondern auch die Rezepttexte mit interessanten Zusatzinformationen.

Den redaktionellen Bild- und Textservice von StockFood nutzt aktuell ein führender Präzisionswaagenhersteller für seine neuen Produkte: Die Waagen der nächsten Generation kommen mit einem weitaus größeren Display in den Handel und bieten dem Kunden ein stark an seinen Bedürfnissen orientiertes Informationssystem. So erhält der Konsument, der eine Ware auf diesen modernen Waagen abwägt, neben den gewohnten Gewicht- und Preisangaben zusätzlich allerlei nützliche Informationen rund um das gekaufte Produkt, wie beispielsweise dazu passende Zutaten und Rezepte. Die dafür erforderlichen Bild- und Textdaten liefert der Food-Spezialist StockFood, der als Content Provider in seiner Datenbank über 250.000 Food-Bilder jeglicher Couleurs und Stilrichtungen archiviert.

Die Idee des Waagenherstellers ist dabei ein mögliches Modul im Rahmen eines Konzeptes, das als „Supermarkt der Zukunft“ derzeit in aller Munde ist. Ob RFID, individuell abrufbare Bild-/Textinformationen zu Consumer Produkten oder dergleichen mehr – Ziel des Einkaufs der Zukunft ist es, dem Kunden beim Konsum ein Höchstmaß an Komfort und Service zu bieten.

Zukünftig wird der Einkaufswagen zum persönlichen Navigator durch den Supermarkt: Auf einem integrierten internetfähigen Kundendisplay können auf Wunsch Rezepte zu Produkten und sonstige Verbraucherinformationen (wie beispielsweise Nährstoff- und Kalorienangaben oder aktuelle Warentest-Ergebnisse) abgerufen werden. Der Einkaufswagen als „GPS-System“ setzt dabei auf die Kraft von Bildern am Point of Sale: Wer bislang nichts mit exotischen Asia-Produkten anzufangen wusste, dem kann sein Wagen-Display mit anregenden Rezeptbildern von Zuckerschoten, Sojasprossen und



you are what you create.

Zitronengras Lust auf neue Geschmackserlebnisse machen. So geht der Einkauf Hand in Hand mit der Information über neue Rezepte und passende Zutaten, die mit Unterstützung durch starke Bilder die Konsumbereitschaft beflügelt.

**StockFood-Angebot zur EuroShop 2008 vom 23. – 27.2.2008:
Innenarchitekten, Retail Designer und Gestalter für visuelles Marketing sind als Zielgruppen der EuroShop 2008 auch interessante Gesprächspartner für die Vertriebsexperten von StockFood.**

Über StockFood GmbH:

StockFood ist der führende Food-Spezialist unter den Bildagenturen und bietet Medien und Verlagen, Marketing und Design, Lebensmittelindustrie/Handel sowie Gastronomie/Hotellerie unter www.stockfood.com die weltweit größte Food-Bilddatenbank: Hier sind über 250.000 Food-Bilder (Rights Managed und Royalty Free) von mehr als 500 internationalen Top-Fotografen der Foodszene archiviert. StockFood beschäftigt rund 45 Mitarbeiter in seinen Büros in München, Kennebunk/Maine (USA) und London (UK). Über ein weltweites Netz an Partneragenturen ist StockFood in über 60 Ländern auf 5 Kontinenten vertreten.

Im Zusammenhang mit einer Berichterstattung über StockFood stellen wir auf Wunsch kostenlos reprofähiges Bildmaterial Ihrer Wahl zur Verfügung. Anruf genügt!

Ihre Ansprechpartnerin für weitere Informationen:

StockFood GmbH	Nicole Fendel
Tumblingerstr. 32	Tel. +49 (89) 747 202 42
80337 München	Fax +49 (89) 747 202 99
Deutschland	Email: nicole.fendel@stockfood.com