

Pressemitteilung

Scholz & Friends gründet neue Unit für Handelskommunikation

Bündelung der Handelsmarketing-Kompetenzen unter der Marke Scholz & Friends Sales Affairs/ Vernetzung erfolgreicher Instrumente der POS-Kommunikation

Hamburg, 29. Mai 2008 – Für eine gezielte und kompetente Abdeckung des Bereiches Handelskommunikation gründet Scholz & Friends zum 1. Juni 2008 eine eigenständige Unit: Scholz & Friends Sales Affairs. Die neue Einheit konzentriert sich auf die Bereiche Konzeption, Events, Promotions, Furniture, Sales Force und Media und bietet Kunden eine inhaltliche Vernetzung der einzelnen Handelskommunikationsinstrumente. Die Unit bildet einen neu geschaffenen Rahmen für die erfolgreich gewachsenen Handelsmarketingaktivitäten, die bislang unter dem Dach von Scholz & Friends Brand Affairs umgesetzt wurden.

Frank-Michael Schmidt, Vorstandsvorsitzender der Scholz & Friends AG:
„Ungeachtet aller Online-Euphorie wird in Zukunft die Bedeutung von Marketingaktivitäten im stationären Handel steigen. Der Point of Sale als Erlebnis- und Verkaufsraum bildet das entscheidende und letzte Glied in der kommunikativen Wirkungskette. In diesem Sinn wird Scholz & Friends Sales Affairs zum wesentlichen Baustein unseres orchestrierten Angebots.“

„Handelskommunikation rückt immer mehr in den Fokus der Werbung. Wir wissen, dass bis zu 70 Prozent der finalen Produkt- und Markenwahl erst am Point of Sale getroffen wird.“, so Henk Knaupe, Geschäftsführer Scholz & Friends Sales Affairs und Partner der Scholz & Friends Gruppe. „Deshalb möchten wir für unsere Kunden inhaltlich orchestrierte Lösungen für aufeinander abgestimmte Kommunikationsimpulse am POS entwickeln und umsetzen. Scholz & Friends Sales Affairs bietet diese gewachsene Kompetenz nun unter einem Dach.“

Scholz & Friends Sales Affairs mit Sitz in Hamburg wird geführt von Henk Knaupe als Geschäftsführer und Christian Fücks als Mitglied der Geschäftsleitung. Insgesamt werden 38 Friends in der neu formierten Unit beginnen.

Bislang erfolgreich betreute Handelsmarketing-Projekte sind z.B. die Entwicklung und Umsetzung von POS-Aktivitäten für Marken wie Milram, Peterstaler (Peterstaler und Black Forest Still), Reisfit und die CMA (Rapsöl und Chilled Food). Im Bereich des filialisierten Fachhandels gehört Apollo-Optik zum Kundenportfolio. Darüber hinaus verantwortet das Team die ganzheitliche Handelskommunikation der Imperial-Marken Davidoff Cigarettes, West, R1, Prima Lux und Maxim in der Kaukasusregion mit den Ländern Georgien, Armenien und Aserbaidshan. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Entwicklung und Umsetzung von Shopkonzepten und Promotions, z.B. für Milram mit dem Milram-Truck. Im Bereich der Sales Forces verantwortet Scholz & Friends Sales Affairs den Gastronomieaußendienst für die Marke JPS und deckt dabei bis zu 5.000 qualifizierten Gastronomiebetriebe ab.

2

Die Mutteragentur der neuen Geschäftseinheit, Scholz & Friends Brand Affairs, konzentriert sich in Zukunft verstärkt auf die Bereiche Marken- und Produkt PR, Event und Sponsoring. Sie wird auch weiterhin von Henk Knaupe als Geschäftsführer und Stefan Flessner als Mitglied der Geschäftsleitung geführt. Dabei ist es ein explizites Ziel, beide Units auch zukünftig miteinander zu verbinden und orchestrierte Maßnahmen zu entwickeln, wie das bereits u.a. bei Apollo-Optik (POS und PR), Milram (POS, Promotion, PR, Event, Sponsoring) und Freixenet (PR und POS) der Fall ist.

Agentur: Scholz & Friend Sales Affairs

Geschäftsführer: Henk Knaupe
Mitglied der Geschäftsleitung: Christian Fücks
Account Director: Kathrin Diekmann
Creative Director: Olaf Pöhler
Promotion: Lars Dannemeyer, Christian Fuchs
Sales Force: Manuel Becker

Pressekontakt

Nicole Ruhl
Fon: +49 (0)40 – 3 76 81-115
Fax: +49 (0)40 – 3 76 81-320
nicole.ruhl@s-f.com
pr@s-f.com