

08. July 2019

Messe Berlin geht neue Wege mit Vertriebskanal für Premiummarken und innovative Produkte

- Angucken und Ausprobieren erwünscht: Neues Startup REALTALE setzt auf Showrooming
- Hochwertige Multi-Brand-Stores bieten attraktives Umfeld für Hersteller

Anfassen, Ausprobieren, Erleben – das ist das Kundenversprechen der neuen Multi-Brand-Stores, welche die REALTALE GmbH deutschlandweit in 1A-Premiumlage eröffnen wird. Vom neuen Konzept profitieren sowohl die beteiligten Hersteller, die exklusive Präsentationsflächen für ihre Produkte erhalten, als auch die Konsumenten, die innovative Produkte testen können und im Store eine fundierte Beratung erhalten. Noch in diesem Jahr will REALTALE den ersten Multi-Brand-Store in Hannover eröffnen. Deutschlandweit sollen weitere Stores in 1A-Premiumlage folgen. Ebenso sind »Shop-in-Shop Lösungen« geplant, die das gleiche Ausstellungs- und Verkaufskonzept bieten, allerdings auf einer Verkaufsfläche integriert im großflächigen Fachhandel. Hier werden ausschließlich zum jeweiligen Sortiment passende Produkte ausgestellt, um so Konsumenten zielgruppengerecht in unterschiedlichen Fachhandelssegmenten anzusprechen.

„REALTALE bricht mit den Gepflogenheiten des Einzelhandels. Statt Masse und Abverkauf stehen Präsentation und Produkterlebnis in lebensnahen Umgebungen im Vordergrund“, erläutert Michael Volland, Geschäftsführer und einer der drei Gründer der REALTALE GmbH. Denn gerade Hersteller von Premiummarken suchen nach neuen Wegen, um ihre Produkte besser in Szene zu setzen. „Mit den Multi-Brand-Stores schaffen wir Orte, in denen sich die Konsumenten vorübergehend wie zuhause fühlen und in entspannter Atmosphäre Neues entdecken, erleben und testen können“, sagt Volland.

Neben ausgewählten Produkten von Premiummarken aus den Lebensbereichen Smart Home, eMobility, Sport & Gesundheit, Haushalt, Gaming und Tech Gadgets gehören dazu passende innovative Lösungen von Start-ups mit ins Portfolio. Die Produkte werden lebensnah inszeniert und wechseln regelmäßig, so dass Store-Besucher immer wieder Neues entdecken können. Ein weiterer Mehrwert ist die Beratung vor Ort durch gut ausgebildetes Personal. Gerade für den Bereich Consumer Electronics ist das Format gut geeignet, da hier oftmals komplexe und neue Technologien erklärt und ganze Produkt-Ökosysteme vorgestellt werden können.

Die REALTALE GmbH hat den Anspruch, durch authentisches Storytelling Premiumprodukte bestmöglich zu inszenieren und damit Markenwerte aufzuladen. Auch im Geschäftsmodell geht REALTALE neue Wege: Der Erlös ist nicht auf den Abverkauf fokussiert, sondern soll hauptsächlich über Platzierungseinnahmen sowie über Marktforschung generiert werden. „Wir übernehmen für die Hersteller die Funktion eines Markenbotschafters und generieren durch unterschiedliche Maßnahmen und technische Lösungen relevante Insights zum Informationsverhalten am POS und den Bedürfnissen und Meinungen der Konsumenten“, erklärt Volland.

Die Unternehmensgruppe Messe Berlin hält eine Minderheitsbeteiligung an der REALTALE GmbH. „Wir engagieren uns bei REALTALE, um unser Know-how zu erweitern. Auf der Consumer-Tech Messe IFA bieten wir unseren Ausstellern jedes Jahr einen weltweit beachteten Showroom für ihre Premiumprodukte, der im B2B-Bereich globale Beachtung findet. Mit den REALTALE-Stores setzen wir auf eine dauerhaft zugängliche Plattform im B2C-Bereich, die Premiummarken ein auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Umfeld bietet“, erklärt Jens Heithecker, IFA Executive Director.

Messe Berlin GmbH

Emanuel Höger

Pressesprecher

Geschäftsbereichsleiter

Corporate Communication

Unternehmensgruppe Messe Berlin

Messedamm 22

14055 Berlin

www.messe-berlin.de

Twitter: [@MesseBerlin](https://twitter.com/MesseBerlin)

Geschäftsführung:

Dr. Christian Göke (Vorsitzender)

Dirk Hoffmann

Aufsichtsratsvorsitzender:

Wolf-Dieter Wolf

Handelsregister: Amtsgericht

Charlottenburg, HRB 5484 B

Aus Herstellerperspektive ist REALTALE eine gute Ergänzung zum Einzelhandel und eine wirtschaftlichere und flexiblere Alternative zum eigenen Marken-Showroom. „Wir gehen davon aus, dass sich der große Teil der Hersteller keine eigenen Showrooms leisten will oder kann und sehen deshalb großes Potenzial in unserem Geschäftsmodell“, erklärt Volland. „Daher bieten wir auch das Konzept Shop-in-Shops. Hier sind die Marken und Produkte auf Zielgruppen der Handelspartner abgestimmt, exklusiv inszeniert und die Stories daher konzentrierter.“

Über REALTALE

REALTALE Stores bieten ein kuratiertes Shopperlebnis in 1A Verkaufslagen sowie Shop-in-Shop-Lösungen im großflächigen Fachhandel. In den Stores werden wechselnde Markenwelten verschiedener Lebensbereiche und dazu passende innovative Produkte perfekt in Szene gesetzt. Dabei stehen die erlebnisorientierte Präsentation, das Ausprobieren und eine fundierte Kundenberatung in Wohlfühlumgebung im Vordergrund. Die REALTALE »Shop-in-Shop Lösungen« bieten das gleiche Ausstellungs- und Verkaufskonzept allerdings als Verkaufsfläche integriert im großflächigen Fachhandel. Hier werden ausschließlich zum jeweiligen Sortiment passende Produkte ausgestellt, um so Konsumenten zielgruppengerecht in unterschiedlichen Fachhandelssegmenten anzusprechen. Durch unterschiedliche Maßnahmen und technische Lösungen werden an beiden POS relevante Insights zum Informationsverhalten sowie den Bedürfnissen und Meinungen der Konsumenten generiert. www.realtale.de

Über die Messe Berlin

Die Messe Berlin zählt zu den zehn umsatz- und wachstumsstärksten Messegesellschaften weltweit. Sie konzipiert, vermarktet und veranstaltet jedes Jahr hunderte von Liveevents in Berlin und auf der ganzen Welt. Zu ihrem breiten Portfolio gehören die globalen Marken und Leitmessen IFA, InnoTrans, ITB, FRUIT LOGISTICA und die Internationale Grüne Woche, ebenso, wie Großkonferenzen und herausragende Events, so zum Beispiel die Fanmeile am Brandenburger Tor. Mit rund 90 Auslandsbüros vertritt die Messe Berlin ihre Veranstaltungen in über 170 Ländern. Allein bei den Veranstaltungen am Stammsitz unter dem Funkturm in Berlin akkreditieren sich jedes Jahr rund 30.000 Medienvertreter aus der gesamten Welt. Damit fördert und treibt die Messe Berlin die Entwicklung der Metropole Berlin. Ziel ist, auf allen Veranstaltungen der Messe Berlin den Besuchern ein herausragender Gastgeber zu sein, bestmögliche Geschäftsimpulse für den Einzelnen zu geben und faire Bedingungen für Jeden zu gewährleisten. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich im Unternehmensmotto: Messe Berlin – Hosting the World. www.messe-berlin.de