iXtenso
Online-Journal für den Handel

26.05.2014 • Nachricht

Neues Shop-in-Shop-Konzept treibt Umsätze nach oben

Sushi lockt im Supermarkt

Einladend sieht sie aus, die große Theke. Dazu viel Licht und mundgerechte Meeresfrüchte zum Mitnehmen. Dahinter stehen zwei Sushi-Meister und bereiten vor den Augen der Kunden Fisch, Seetang und Reis frisch und ansprechend zu.

Ort des Geschehens ist allerdings kein trendiges Szene-Restaurant in der Innenstadt, sondern ein Supermarkt. Mit Sushi Cornern wie diesen machen Vollsortimenter in Frankreich längst Millionenumsätze.

Das Modell ist eine Art Shop-in-Shop-System. Supermarkt-Ketten vermieten Fläche in ihren Märkten an den Sushi-Spezialisten – in Frankreich ist das beispielsweise der Anbieter Kelly Deli – und sind zudem an den Verkäufen beteiligt.

Erfolgsidee aus Frankreich: Sushi Corner treiben den Umsatz für Supermärkte in die Höhe. Jetzt kommt der Trend nach Deutschland.

Quelle: Epta Deutschland GmbH

„Die Märkte locken mit diesem Angebot zusätzliche Kunden an. Einkaufen macht noch mehr Spaß und wird zum Erlebnis", sagt Dr. Reiner Tillner-Roth, Geschäftsführer von Epta Deutschland. Das Unternehmen ist auf Kältetechnik spezialisiert und hat diese Sushi Corner für Supermärkte entwickelt. Dabei handelt es sich um eine spezielle Kombination aus Verkaufskühltheke und Showküche. Auf der Handelsmesse EuroShop im Februar präsentierte Epta das Konzept erstmals für den deutschen Markt.

Denn auch hierzulande boomt die japanische Spezialität, Sushi-Restaurants gehören mittlerweile in ganz Deutschland zum Stadtbild. Bei der Zubereitung ist die Frische der Zutaten entscheidend. „Die Qualität von Frischeprodukten ist für Verbraucher zentral und gerade im Sushi-Bereich enorm wichtig. Darauf ist die gesamte Architektur unseres Sushi Corners ausgerichtet", sagt Tillner-Roth.

Die Theken liefert und montiert Epta als Komplettpaket. Installiert wird eine Edelstahl-Kücheneinrichtung mit gekühlten Vorratsfächern und Gastronorm-Behältern, Arbeitstischen, Spüle, Transportwagen und einer gekühlten Verkaufstheke. Im Herbst gehen die ersten Vollsortimenter in Deutschland mit diesen „Mini-Restaurants" an den Start.