

36 EXTRA KÜHLUNG UND KLIMA AM POS CONVENIENCE-TRUHEN

Foto: Viessmann



Bild oben: Rundherum Glas und Türen auf den sich gegenüberliegenden Seiten kennzeichnen das neue Produkt „Visio“ von Viessmann

Bild oben rechts: Spar, Österreich, setzt für seine Convenience-Eigenmarke „Spar Enjoy“ auf die Möbel des italienischen Anbieters Saravini

Bild rechts: Mit der Platzierung von gekühlten Produkten bei Trockensortimenten lassen sich Cross-Selling-Effekte erzielen (Modell „Offlip 3 Green“ von Epta)



den schnellen Griff zu Fertig-Snacks und -gerichten bevorzugen. Und zwar zu möglichst frisch zubereiteten Produkten, die nicht nur schmecken, sondern auch noch gesund sind. Quasi fast so gut wie selbst zubereitet. Dies ist für gut geführte und sortierte Supermärkte eine interessante Nische, weil die Ausgabebereitschaft der anspruchsvollen Kunden in diesem Segment hoch ist und die Abgrenzung zum Discounter mit einem entsprechenden Angebot an innovativen Ready-to-eat- und Ready-to-heat-Snacks gelingen kann. Insbesondere wenn die Convenience-Produkte nicht nur zugekauft, sondern im Markt selbst hergestellt und zubereitet werden. „Dies ist für uns ein strategisch wichtiges Segment, das wir sukzessive ausbauen wollen, weil wir hier großes Nach-

fragepotenzial sehen und auch gute Roherträge erzielen können“, sagte zum Beispiel Rewe-Kaufmann Jörg Dornseifer zur Eröffnung seines neuen Supermarktes in Gummersbach. Die Profilierung gelingt umso besser, wenn die Wertigkeit dieser Produkte durch eine attraktive Darstellung verstärkt wird. Dies bestätigt auch Stefan Ladage: „Unsere neue Präsentation unterstreicht unsere Kompetenz in diesem Segment.“ Und sie sorgt für eine schnelle Warendrehung. Dies ist insbesondere bei frischen zubereiteten Snacks mit kurzem Mindesthaltbarkeitsdatum unverzichtbar, um den Ausschuss zu reduzieren.

Das österreichische Unternehmen Saravini hat sich auf die Entwicklung steckerfertiger Kühlmöbel zur aufmerksamerstarken Präsentation

von Impulssortimenten spezialisiert. Das Modell „Vinia“, das bei Edeka Ladage genutzt wird, ist das Ergebnis einer langjährigen Entwicklungsarbeit zusammen mit der Spar-Gruppe in Österreich für die Eigenmarke „Spar Enjoy“. „Wir halten nicht viel von dem Begriff Stolpertrühen. Unsere Lösungen sind als bewusster Blickfang auf der Verkaufsfläche konzipiert. Sie sollen durch ihre Optik die Aufmerksamkeit auf die Ware lenken und die Kunden zum schnellen und spontanen Zugriff animieren. Wer fertige Snacks kaufen möchte, will nicht lange suchen, sondern direkt inspiriert werden. Deswegen sind unsere Möbel so gestaltet, dass die Ware gut ausgeleuchtet ist und ins Auge fällt“, erklärt Miha Kampuš, Geschäftsführer bei Saravini, Villach.

Eine Kombination aus moderner, energieeffizienter Technik und ästhetischer Wareninszenierung treibt auch die anderen Anbieter im Bereich der Kühltechnik um. Dazu gehört zum Beispiel auch das Unternehmen Viessmann mit Sitz in Hof, das mit „Visio“ gerade ein neues Produkt auf den Markt gebracht hat. Rundherum große Glasflächen sorgen für eine 360°-Warensicht und die beiden sich gegenüberliegenden Glastüren ermöglichen den Zugriff von zwei Seiten aus. „Durch diese Konstruktion kann Visio beispielsweise vor der Check-out-Zone zwischen zwei Laufwegen platziert werden, so dass die Kunden beidseitig zugreifen können“, erläutert Stefan Abel, Vertriebsleiter Großkunden. Durch die vormontierten Laufrollen kann das 1,90 m hohe Kühlregal leicht transportiert und flexibel immer dort platziert werden, wo Verkaufsimpulse gesetzt werden soll.

Cross-Selling mit Kühlmodulen

Größtmögliche Flexibilität bei der Standortwahl hat auch bei den steckerfertigen Kühlmöbeln der Epta-Gruppe mit Deutschlandsitz in Mannheim,

oberste Priorität. Aufgrund der großen Nachfrage hat Epta seine Produktpalette erweitert und bietet das offene Kühlregal „Opera Green“ bzw. „Offlip 3 Green“ der Epta-Marken Costan und Bonnet Névé jetzt auch in einer kleineren Variante mit einer Breite von 700 mm an. „Mit diesen Maßen ist es überall platzierbar und ermöglicht auch die Präsentation gekühlter Produkte innerhalb von Trockensortimenten, wie zum Beispiel frische Pasta bei den Nudelsaucen oder eine kleine Auswahl an Käsesorten in der Weinabteilung. Damit möchten wir dem Handel das Cross-Selling erleichtern“, so Joachim Dallinger, Leiter Produktmanagement und Marketing bei Epta.

Flexibler Einsatz

Carrier Kältetechnik bietet ebenfalls kleine transparente Kühlinseln mit geringem Platzbedarf an, die sich gut in vorhandene Abteilungen integrieren lassen. Außerdem wurde ein spezielles Programm für City Märkte mit einem einheitlichen Design sowohl für die Pluskühlung als auch für die Tiefkühlschränke entwickelt. „Da diese auf kleinen Flächen oft nebeneinander stehen, ergibt sich ein harmonisches Marktbild. Dies Möbel sind sowohl steckerfertig als auch zum Anschluss an eine Verbundanlage lieferbar“, erläutert Daniel Ernst, Director Lifecycle Management Compact Line bei Carrier.

Auf der EuroShop 2017 werden mobile Kühllösungen für Convenience-Produkte bei vielen Ausstellern im Mittelpunkt ihres Messeauftritts stehen. Die meisten dieser steckerfertigen Möbel sind in vielen Design-Ausführungen und Größen erhältlich, sodass sie sich auch optisch in das vorhandene Store-Design einfügen lassen.

redaktion@ehi.org