



Christian Priebe,
Geschäftsführer
von Pricoplex:
„Unsere langjährige
Erfahrung zeigt, dass
eine ansprechende
Präsentation die
Kaufbereitschaft
erhöht“.

Pricoplex ist Partner bei der Präsentation von frischen Lebensmitteln

Vom Weiher auf die Thekenschale

Seit mehr als 70 Jahren kennt das bayerische Unternehmen Pricoplex die Herausforderungen und Bedürfnisse an der Frischetheke. Mit einem stetig wachsenden Portfolio unterstützt der Thekenausstatter seine Kunden bei der täglichen Arbeit – und taucht dabei auch mal tief in die Praxis ein.

Es ist 4.45 Uhr, als Fabian Zanonis Arbeitstag beginnt. Der Vertriebsleiter beim Thekenschalen-Hersteller Pricoplex tauscht an diesem Tag Telefon und Computer gegen Gummistiefel und Sortierhandschuhe und fährt statt zu einem Kundengespräch an einen Weiher. Für die Produktion und verschiedene Bestellungen bei Platzfisch im Elmauer Tal in Bayern müssen an diesem Morgen rund 350

Forellen, Saiblinge und Lachsforellen gekeschert werden. Ein Novum für den Vertriebsleiter, der ein Praktikum bei Platzfisch macht, um seinen Kunden noch besser kennenzulernen.

Bis die Fische auf den Schalen von Pricoplex in den Ladengeschäften in Mittenwald und Garmisch-Partenkirchen landen oder bei einem Restaurant



Eresing

angeliefert werden, ist es ein weiter Weg. „Das ist ein absoluter Knochenjob“, resümierte Zanoni später. Keschern, töten, schlachten – und dann je nach Bestellung weiterverarbeiten: Jeden Schritt macht der Vertriebsleiter mit. „Jeder Handgriff mit den Fischen ist total schwierig, da braucht man viel Übung“, stellt er schnell fest. Je verkrampfter er die glitschigen Fische festzuhalten versucht, umso anstrengender wird es. Da ist Muskelkater vorprogrammiert.

Nach und nach wird die Theke des kleinen Fischladens bestückt: Eis aufgefüllt, Salate in Schüsseln portioniert, Filets aufbereitet. Dabei stellt Zanoni fest, wie wichtig es tatsächlich ist, dass die Thekenausstattung leicht und robust ist. „In der Produktionsphase geht es schon ein bisschen zur Sache, bis dann tatsächlich alles in der Auslage bereitliegt.“ Und dort kommt es am Ende darauf an, dass alles schön und appetitlich aussieht – die vielen Arbeitsschritte vorab spielen dann keine Rolle mehr.

Optische Kaufanreize in der Fischtheke

Für die Ästhetik sorgt Pricoplex mit seiner Thekenausstattung: Mit einer übersichtlichen Warenpräsentation durch Auslageschalen und -platten können Kunden die verschiedenen Produkte besser erkennen, was den Verkauf unterstützt und das Einkaufserlebnis verbessert. „Unsere langjährige Erfahrung zeigt, dass



Fabian Zanoni, Vertriebsleiter von Pricoplex:
„Dadurch, dass man die Abläufe und den Weg des Fisches kennt, bringt das viel Verständnis für die Arbeit unserer Kunden und daher viel für die Beziehung zueinander“.



Der Schalenhersteller bietet seinen Kunden einen Full-Service von der Bedarfsabfrage und Ist-Analyse über maßgeschneiderte Thekenplanung bis hin zum Support vor Ort.

eine ansprechende Präsentation die Kaufbereitschaft erhöht. Gerade bei Fisch zählen Frische und Qualität, um Vertrauen bei den Kunden aufzubauen“, weiß Pricoplex-Geschäftsführer Christian Priebe.

Unter anderem aus optischen Gründen hat sich auch der Forellenhof Schindler für seinen Verkaufstand am Augsburger Stadtmarkt für die Thekenausstattung von Pricoplex entschieden. Mit ovalen und runden Formen greift dort die Theke das maritime Thema auf, das sich in der Gestaltung des gesamten Standes wiederfindet. Auch mit Farben wird hier gespielt und verschiedene Fischspezialitäten auf Schalen und Platten in Petrol gezeigt. „Das erzeugt schöne Kontraste, außerdem wirkt das Petrol natürlich und organisch, was gut zur Fischwelt passt“, erläutert Fabian Zanoni.

Erfahrung seit mehr als 70 Jahren

Doch natürlich kann es bei der Präsentation von Fisch nicht nur um das Aussehen gehen – zumindest aus Sicht der Mitarbeitenden einer Frischetheke. Auch die Funktion der Thekenausstattung spielt eine entscheidende Rolle, der sich Pricoplex seit mehr als 70 Jahren angenommen hat. 1954 in Eresing am Ammersee gegründet, kennt das Unternehmen die Bedürfnisse der Frischetheke genau. Christian Priebe, seit 1997 Geschäftsführer von Pricoplex, hat die Ideen und Innovationen seines Vaters stetig weiterentwickelt und an die sich ändernden Kundenbedürfnisse angepasst. Das Portfolio wurde größer, die Formen vielfältiger, die Farben bunter. Und die Qualität der Produkte stetig besser. ▶



**Die unterschiedlichen Schalen-
größen lassen
sich kombinieren
und ermöglichen
eine optimale
Nutzung und
stilvolle Strukturierung der
Auslage.**

Für verschiedene Thekentiefen lassen sich Auslagetabletts und -schalen in einem schlüssigen Raster einsetzen. Alle darin enthaltenen Größen sind untereinander kombinierbar und garantieren eine einfache und effiziente Nutzung.

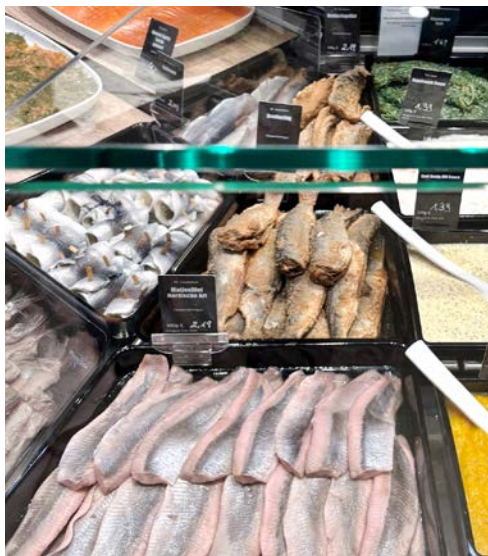


FOTO: PHOTOPLEX

Gerade in der Fischbranche gelten besonders hohe Anforderungen an Hygiene und Temperaturkontrolle. Daher müssen die Thekenshalen beispielsweise sehr robust sein, denn beschädigte Stellen lassen sich schwieriger reinigen, wodurch sich schneller Keime bilden. „Je nach Anforderung an das jeweilige Produkt nutzen wir zwei unterschiedliche Fertigungsverfahren: Tiefziehverfahren oder Spritzgussverfahren“, erklärt Geschäftsführer Christian Priebe. Im Tiefziehverfahren werden die Elemente per Vakuum in die Form von Hohlkörpern gezogen. Im Spritzgussverfahren

8 Verkaufsfördernde Regeln der Thekenpräsentation

Die verkaufte Menge an der Frischetheke sinkt. Nun sucht die Branche nach neuen Verkaufsstrategien, um einen Mehrverkauf anzukurbeln. Noch stärker auf Angebote zu setzen ist nicht die Lösung. Praxiserprobte Tipps für eine erfolgreiche, leicht adaptierbare Thekengestaltung.

1 UMSATZBRINGER ZEIGEN

Der erste Blick der Kunden sollte auf jene Produkte fallen, die besonders ertragsstark sind. Preisreduzierte Sonderangebote hingegen sollen zwar die Kunden im Laden locken, brauchen aber dann in der Theke nicht die bevorzugten Plätze erhalten. Die besonders margeträchtigen Produkte können z. B. die höherpreisigen Qualitäten oder die Waren aus Eigenproduktion sein.

Tipp zur Umsetzung:

Verwenden Sie stufenförmige Treppendisplays oder Rondelle. Der 3D-Effekt rückt diese Produkte näher in den Fokus der Aufmerksamkeit Ihrer Kunden.

2 ABVERKAUF IM MITTELPUNKT

Das Prinzip des „vorausschauenden Verkaufens“ besagt: Frische Lebensmittel sollten verkauft werden, solange die Frische einwandfrei ist. Beispielsweise werden von Donnerstag bis Samstag bestimmte Artikel stärker nachgefragt. Der Grund: Die Einkaufs- und Kochgewohnheiten verändern sich zum Wochenende hin. Wenn nun etwa an einem Samstagmorgen erkennbar wird, dass der Abverkauf dieser „Wochenend-Produkte“ nicht ausreichend war, können sie einen besonders verkaufsfördernden Platz und/oder eine sehr aufmerksamkeitstarke Präsentationsform in der Theke erhalten. So wird vermieden,

dass diese Produkte am Dienstag darauf zu Retouren oder Abschriften werden. Die Regel „Zeigen, was abverkauft werden soll“ kann ebenso angewandt werden, wenn die Produktion zu viel hergestellt hat und diese Übermengen nun verkauft werden sollen.

Tipp zur Umsetzung:

Setzen Sie andersfarbige Präsentationsplatten ein, die eine Abhebung deutlich machen. Platten in Holzoptik eignen sich dafür ideal, um ein direktes Servieren zu suggerieren.

3 NEUHEITEN HERVORHEBEN

Neue Produkte brauchen bei ihrer Einführung eine besondere Förderung. Denn: Kunden fragen generell nach dem, was sie schon kennen. Für die erfolgreiche Produkteinführung in der Theke eignen sich eine Kennzeichnung mit etwa „Neu in unserem Sortiment“ sowie Empfehlungen und Verkostungsaktionen. Neuheiten brauchen einen auffälligen Platz. Dazu kann in der Theke ein Bereich für Promotion und Neueinführung geschaffen werden. Liefern Sie Information zum Neuprodukt durch Aufsteller, Flyer oder kleine Kärtchen.

Tipp zur Umsetzung:

Verwenden Sie Etageren und dazu passende Auslegeplatten. Damit lassen Sie einen Empfehlungs- und Spezialitätencharakter entstehen und wecken so die Neugier.

4 UNTERSCHIEDLICHES ERKENNBAR MACHEN

In vielen Fischtheken liegen innerhalb einer Produktgruppe, zum Beispiel Lachs, verschiedene Qualitäten aus unterschiedlicher Herkunft zu stark variierenden Preisen. Für den Laien sind diese Unterschiede mit bloßem Auge nur schwer erkennbar. Daher ist eine Präsentationsform notwendig, die auf den ersten Blick mehrere Qualitäten erkennbar macht.

Tipp zur Umsetzung:

Farbige Präsentationsplatten ermöglichen eine Unterscheidbarkeit auf den ersten Blick und schaffen zusätzlich Kontraste. Weiterhin erleichtern viele kleine Präsentationsplatten statt einer großen die Warentrennung in der Theke.

5 ÄSTHETIK DURCH FREIEN RAUM

Schönheit und optische Anziehungskraft einer Theke entstehen auch über das Spiel mit dem freien Raum. Die Regel: Jede Präsentationsplatte muss sorgfältig, aber nicht zu 100 % der Fläche mit Ware belegt sein. Die Empfehlung „freier Raum“ darf aber nicht missverstanden werden, so dass es leere bzw. zu wenig befüllte Platten, also „Löcher in der Theke“ gibt. Zu große Mengen suggerieren „billig“, zu wenige Mengen suggerieren eine unzureichende Auswahl.

wird Granulat unter hohem Druck in eine Form gebracht. Das Ergebnis: formstabile Teile in besonders effizienter Fertigung, die lange halten und damit Ressourcen schonen.

Modulares System für Struktur in der Theke

In Kombination mit lebensmittelechten Materialien, die zudem eine gute Kälteleitfähigkeit haben, sind die Schalen von Pricoplex ideal für den Einsatz in einer Frischetheke mit Fisch geeignet. Sie

lassen sich auch bei hohen Temperaturen in der Spülmaschine reinigen und garantieren so die Hygiene.

Hinzu kommt, dass sich mit dem modularen Präsentationssystem des Familienunternehmens aus Bayern die Frischetheke ganz individuell bestücken lässt. „Für verschiedene Thekentiefen lassen sich Auslagetabletts und -schalen in einem schlüssigen Raster einsetzen. Alle darin enthaltenen Größen sind untereinander kombinierbar und garantieren eine einfache und effiziente Nutzung“, erklärt ►



2026 wurde die preisgekrönte Serie „Grace“ um zusätzliche Formate erweitert, die sich gut für die Fisch- und Feinkosttheke eignen.



Zitat: Mit Angeboten in den stationären Handel locken – mit Umsatzbringern vor Ort verzaubern.

Tipp zur Umsetzung:

Ein professioneller Thekenbelegungsplan schafft Funktionalität plus Ästhetik und fördert aufgrund seines verkaufpsychologisch durchdachten Aufbaus zugleich den Absatz.

6 ORDNUNG SCHAFFEN UND BEWUSST UNTERBRECHEN

Jede Theke braucht Ordnung und Planung. Ordnung darf auch eine strenge Ordnung sein. Optisch reizvoll wird eine solche Strenge dann, wenn sie bewusst unterbrochen wird. Beispiel: In der Fischtheke liegen alle Waren exakt in der gleichen Richtung. Dann wird mit einer anderen Präsentationsform unterbrochen, bei der ein Produkt zu einem

Turm aufgebaut wird. Wenn, etwa in einem Filialbetrieb, alle Standorte die gleiche Thekenplanung einhalten, können Verkaufskräfte überall arbeiten – das spart Arbeitseinsatz und Arbeitszeit.

Tipp zur Umsetzung:

Eine gekonnte Mischung aus klaren Linien und gezielten optischen Unterbrechungen schaffen. Einmal ausgeklügelt, kann in jeder Filiale derselbe Aufbau stehen.

7 THEKENKENNZEICHNUNG MIT WERBLICHER AUSLOBUNG

Abgesehen von den gesetzlichen Vorschriften zur Preisauszeichnung erfordert es der

Verkaufserfolg, dass die wertbestimmenden Merkmale der Waren in der Theke auf den ersten Blick erkennbar gemacht werden. Stilvolle Thekenpreisschilder sollten diese Vorteile ausloben. Dann wird der „gefühlte Preis“ niedriger und Kunden empfinden Ihre Waren als preiswerter.

Tipp zur Umsetzung:

Preisschilder immer dem Produkt zuordnen und dabei keine Waren verdecken. Dabei mit Fakten oder Emotionalisierungen punkten, ohne es zu übertreiben.

8 PREISKENNZEICHNUNG OHNE SCHILDERWALD

Das Prinzip „Ordnung“ gilt auch für die Thekenpreisschilder. Damit deren Anbringung systematisch und einheitlich erfolgt, gibt es Preishalter-Clips in unterschiedlicher Länge. So können die Preisschilder einfach an Platten und Becken angebracht werden. Mit dieser Ordnung unterstützen Sie die Impulskäufe zusätzlich. Sie kommunizieren mit Kunden, die verbal nicht nachfragen möchten, aber dennoch Informationsbedarf haben.

Tipp zur Umsetzung:

Über die Kugelgelenke der Preishalter-Clips können alle Preisschilder in die gewünschte Richtung ausgerichtet werden. Preise links unten stehend wirken unbewusst niedrig. Währungssymbole hingegen suggerieren teure Preise.

Zusammengestellt von Fritz Gempel, Unternehmensberater Pricoplex



FOTO: PRICOPLEX

Gerade in der Fischbranche gelten besonders hohe Anforderungen an Hygiene und Temperaturkontrolle. Daher müssen die Thekenshalsen sehr robust sein, denn beschädigte Stellen lassen sich schwieriger reinigen.



Mit einer übersichtlichen Warenpräsentation durch Auslageschalen und -platten können Kunden die verschiedenen Produkte besser erkennen, was den Verkauf unterstützt und das Einkaufserlebnis verbessert.

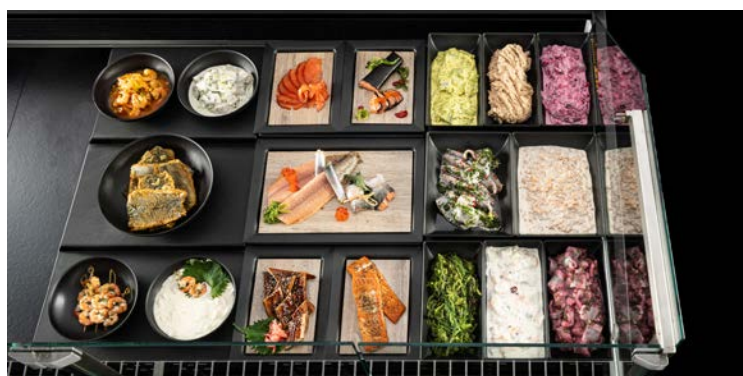


FOTO: PRICOPLEX

Mit dem modularen Präsentationssystem des Familienunternehmens aus Bayern lassen sich Frischetheken ganz individuell bestücken.



FOTO: PRICOPLEX

Neben den Auslageplatten und -schalen gehören auch drehbare Rondelle, Thekenaufsätze und Ecklösungen zu den Angeboten.

Pricoplex Firmentelegamm

Pricoplex GmbH
Am Mittelfeld 11
86922 Eresing
Tel.: +49 (0)8193/2369 80
Fax: +49 (0)8193 23 69 820
E-Mail: office@pricoplex.com
www.pricoplex.com

Charakteristik:

Hersteller von bruchfesten
Auslageschalen und -platten

Geschäftsführer: Christian Priebe

Vertriebsleiter: Fabian Zaroni

Vertriebsgebiet:

Deutschland und Europa

Sortiment:

Ausstattung für

Frischetheken und Buffets

Marken / Produktlinien:

Grace, Clay, Swung, Flow, Cate, Reed

Kundenstruktur:

LEH, Fleischereien,

Bäcker, Fisch- und Feinkosthandel,

Caterer, Hotellerie, Gastronomie

Gegründet:

1954

Mitarbeiter:

15

Auszeichnungen:

German Design Award 2025, Red Dot Award 2025

Christian Priebe. Die Warenauslage wirkt dadurch strukturiert, ansprechend und schafft gezielt Nachfrage. Diese individuelle Vielfalt war auch für die Fischereigenossenschaft in Neuaharlingersiel (Niedersachsen) ein Grund dafür, die Theke nach einem Umbau mit Pricoplex auszustatten. Hatte man vorher ein Sammelsurium verschiedenster Schalen und Platten, kommt nun alles aus einer Hand – sieht aber dennoch nie gleich aus.

Ständig auf der Suche nach neuen Produkten

Damit die Kunden auch in Zukunft eine große Auswahl verschiedener Designs haben, arbeitet Pricoplex immer wieder an weiteren Blickfängen. Aktuell



TITEL



Die lebensmittelechten Materialien haben eine gute Kälteleitfähigkeit, was die Schalen von Pricoplex ideal für den Einsatz in einer Fischtheke macht.

ist eine neue Farbe geplant, die ebenfalls gut zum Thema Fisch passen wird. Christian Priebe, der viel Wert auf Details legt, feilt gerade noch am richtigen Namen und dem finalen Farbton – mehr wird vorher nicht verraten. 2026 wurde bereits die preisgekrönte Serie „Grace“ um zusätzliche Formate erweitert, die sich gut für die Fisch- und Feinkosttheke eignen und mit Zubehör wie Haubendeckeln und Reduktionseinsatz funktionieren. So ist im Hause Pricoplex immer etwas zu tun – wenn man nicht gerade bei den Kunden vor Ort ist und tiefer in deren Betrieb eintaucht.

Es ist 15 Uhr, als Fabian Zanoni seinen Praktikums-tag bei Platzfisch beendet. Müde und mit ein paar blauen Flecken, aber zufrieden. „Dadurch, dass man die Abläufe und den Weg des Fisches kennt, bringt das viel Verständnis für die Arbeit unserer Kunden und daher viel für die Beziehung zueinander“, sagt er. Denn ob nun Platten in Petrol, Schalen mit ovaler Form oder Dekorplatten mit Gravur: Am Ende geht es Pricoplex darum, die Kunden in ihrer täglichen Arbeit mit den Frischetheken bestmöglich zu unterstützen. Und das kann nur gelingen, wenn man so nah wie möglich dran ist.



Die Schalen und Platten lassen sich auch bei hohen Temperaturen in der Spülmaschine reinigen und garantieren so die Hygiene.



Seit mehr als 70 Jahren kennt das bayerische Unternehmen Pricoplex die Herausforderungen und Bedürfnisse an der Frischetheke.

Mehr Informationen zu Pricoplex finden Sie hier.

