



Funktionalität und Ästhetik sind wesentliche Kriterien für eine durchdachte Thekenbelegung, die zugleich den Absatz fördert.

PricoPlex

Verkaufsfördernde Präsentation

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. Potenzial für mehr Umsatz verspricht dagegen eine verkaufsfördernde Präsentation der Ware in der Auslage.

Steigende Preise für Rohstoffe und Energie sowie eine hohe Inflationsrate lassen die ohnehin geringe Marge im Verkauf von Fleischerzeugnissen weiter sinken. Ein Spielraum für Preissenkungen, um Absatzmenge und Umsatz zu steigern, ist daher so gut wie nicht vorhanden. Es müssen daher andere Möglichkeiten genutzt werden, um positive Verkaufseffekte zu erzielen. Ein Mittel zu diesem Zweck ist die Optimierung der Warenpräsentation in der Verkaufstheke, mit dem Ziel, die Wirkung der Produkte auf die Kundinnen und Kunden zu verbessern und dadurch zusätzliche Kaufanreize zu schaffen.

Die folgenden zehn Regeln und Tipps für eine verkaufsfördernde Thekenpräsentation sind praxiserprobt

und lassen sich bei der Thekengestaltung leicht adaptieren und umsetzen.

1. Umsatzbringer zeigen

Der erste Blick der Kundinnen und Kunden sollte auf die 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 zum Beispiel 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 Kundschaft.

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 stär-

Modulare Verkaufssysteme für die Frischetheke

PricoPlex ist ein nachhaltig agierendes Unternehmen, um Frischetheken attraktiv und erfolgreich zu gestalten. Die langlebigen Produkte zur Lebensmittelpräsentation fördern die zentralen Kommunikationspunkte zu Kundinnen und Kunden im Lebensmitteleinzelhandel.

ker 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 aufmerksamkeitsstarke 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 Etagere und dazu passende Auslegeplatten. Damit lassen Sie einen Empfehlungs- und Spezialitätencharakter entstehen und wecken so die Neugier.

4. Unterschiedliches erkennbar machen

In vielen Fleischtheken liegen innerhalb einer Fleischgattung (Rind, Schwein und andere) verschiedene Qualitäten aus unterschiedlicher Herkunft zu stark variierenden Preisen. Für den Laien sind diese Unterschiede am Fleisch und mit bloßem Auge nur



Schönheit und optische Anziehungskraft einer Theke entstehen auch über das Spiel mit dem freien Raum.

PricoPlex

schwer erkennbar. Daher ist eine Präsentationsform notwendig, die auf den ersten Blick mehrere Qualitäten erkennbar macht. Beispiel: Das Bio- oder Weidefleisch signalisiert auf grünen Platten seine Besonderheit, weil Grün die Symbolfarbe für Natur darstellt.

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

5. Optik und Frische erhalten

Der Anspruch der Kunden an Frischware wächst zunehmend. Doch

Willkommener Nebeneffekt: Kleine Mengen austretender Fleischsaft sind aufgrund dieser Technik nicht mehr erkennbar.

Tipp zur Umsetzung: Wabenböden für die Thekenplatten verwenden. In der farblichen Gestaltung können Wabenböden wahlweise „Ton in Ton“ sein oder einen farblichen Kontrast setzen.

6. Balance zwischen Individualität und Personaleinsatz

Die Frage der richtigen Warenmenge in der Theke erfordert eine betriebsindividuelle Abwägung: Auf der einen Seite herrscht Warendruck. Auf der anderen Seite muss die Warenmenge in der Theke hinsichtlich der Abwicklung von Füllständen in einem ange-

„Modular aufgebaute Pläne zur Thekenbelegung schaffen Flexibilität und sparen Zeit.“

Christian Priebe, Geschäftsführer PricoPlex

Frischfleisch wird an der Unterseite grau, wenn es länger auf Platten in der Theke liegt. Um das zu vermeiden, wurden spezielle patentierte Wabenböden entwickelt (Hersteller: PricoPlex). Damit wird das Fleisch auch von unten mit Sauerstoff versorgt.

messenen Verhältnis zum Personaleinsatz stehen. Ideal ist ein kombinierbares Präsentiersystem mit Auslegeplatten, die mit kleinerer Menge ausgestattet werden und auf Ladenbänken liegen, die Nachfüllware griffbereit halten. Das stellt eine gute Lö-



Die patentierten Wabenböden wurden speziell entwickelt, damit das Fleisch auch von unten mit Sauerstoff versorgt und an der Unterseite nicht grau wird.

PricoPlex

sung für attraktive Präsentation und zeiteffizientes Ausgleichen von Füllmengen dar.

Tipp zur Umsetzung: Verwenden Sie Auslegeplatten mit breitem Rand direkt auf Ihren Ladenbecken. Optisch einem Bilderrahmen gleich wird das Produkt unter durchdachten Abläufen in Szene gesetzt.

7. 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 Prozent der Fläche mit Ware belegt sein. Die Empfehlung „freier Raum“ darf aber nicht missverstanden werden, so dass es leere oder zu wenig befüllte Platten, also „Löcher in der Theke“ gibt. Zu große Mengen suggerieren „billig“, zu kleine Mengen suggerieren eine unzureichende Auswahl.

Tipp zur Umsetzung: Ein professioneller Thekenbelegungsplan schafft Funktionalität plus Ästhetik und fördert aufgrund seines verkaufopsychologisch durchdachten Aufbaus zugleich den Absatz.

8. Ordnung schaffen und bewusst unterbrechen

Jede Theke braucht Ordnung und Planung. Ordnung darf auch eine stren-

ge Ordnung sein. Optisch reizvoll wird eine solche Strenge dann, wenn sie bewusst unterbrochen wird. Beispiel: In der Würstchentheke liegen alle Waren exakt in der gleichen Richtung. Dann wird mit einer anderen Präsentationsform unterbrochen, zu der etwa Würstchenpaare zu einem Turm aufgebaut werden. Wenn,

„Mit Angeboten in den stationären Handel locken – mit Umsatzbringern vor Ort verzaubern.“

Fritz Gempel, Metzgermeister und Unternehmensberater

etwa in einem Filialbetrieb, alle Standorte die gleiche Thekenplanung einhalten, können Verkaufskräfte überall arbeiten – das spart Arbeitsinsatz 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.

9. 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 die Waren als preiswert.

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

10. 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 ge-

wünschte Richtung ausgerichtet werden. Preise links unten stehend wirken unbewusst niedrig. Währungssymbole hingegen suggerieren teure Preise.

www.pricoplex.de

Kontakt

PricoPlex GmbH
Am Mittelfeld 11
86922 Eresing

Telefon +49 (0) 8193 23 69 80
Fax +49 (0) 8193 23 69 820
E-Mail: office@pricoplex.com
www.pricoplex.com
www.pricoplex.de