



Neue Bühne für Molkereiprodukte

Neue Bühne für Molkereiprodukte - real, - präsentiert innovatives MoPro-Regal in Zusammenarbeit mit den Industriepartnern Danone, Arla Foods, Ferrero und Unilever sowie der Online Software AG und Maixsys - Mönchengladbach, 27. Februar 2013 - Erinnert man sich beim Gang durch den Supermarkt an frühere Zeiten, so stellt man schnell fest, dass sich in den letzten 10 Jahren einiges verändert hat: SB-Kassen werden beispielsweise immer beliebter und ergänzen die traditionellen Bedienerkassen. Aus den Lautsprechern klingt zumeist ein eigens auf den Markt abgestimmtes Radioprogramm, in der mittlerweile in den Markt integrierten Bäckereiabteilung riecht man den Duft von frischen Brötchen und auffällige Displays und Banner setzen die Produkte emotional in Szene. Heute erkennen intelligente Wagen das abzuwiegende Obst und Gemüse automatisch durch eine eingebaute Kamera. Doch längst nicht in allen Bereichen im Supermarkt ist diese Modernisierung bereits angekommen. So beispielsweise die Molkereiprodukte-Abteilung. Obwohl dieser Bereich die höchste Kundenzahl hat, mit die meisten Produktinnovationen aufweist und das Sortiment ansprechend und abwechslungsreich ist, lässt die Präsentation am Point of Sale oft zu wünschen über. Häufig verlieren die emotional gestalteten und mit hohem Marketingaufwand auf den Markt gebrachten Produkte in nüchternen grauen Regalen ihre Attraktivität. Zudem bieten traditionelle Kühlregale den Kunden keine intuitive Orientierungsmöglichkeit. Daher haben real, - und die METRO GROUP Future Store Initiative in Zusammenarbeit mit den Industriepartnern Danone, Arla Foods, Ferrero und Unilever sowie der Online Software AG und Maixsys ein neues Kühlregal entwickelt, das den Molkereiprodukte-Bereich durch eine emotionalere Kundenansprache aufwertet. Neurowissenschaftliche Erkenntnisse und neue technologische Ansätze boten die Grundlage für das entwickelte Kühlmöbel. Das Ergebnis: Ein zeitgemäßes, zukunftsweisendes und optisch ansprechendes Kühlregal. Innovativer Technologieeinsatz - Beim so genannten "Shelf Vision"-Kühlregal werden Topperdisplays zur klaren Segmentierung der Molkereiprodukte in Kategorien, wie zum Beispiel Quark, Joghurt und Butter, eingesetzt. Diese übersichtliche Struktur hilft, die Kunden zielsicher durch das Regal zu führen. An den Gondelköpfen finden sich LCD-Topperdisplays und weisen durch aufmerksamkeitsfördernde Bewegtbildinhalte auf besondere Aktionen oder Werbeangebote hin. Der Einkauf von Molkereiprodukten wird für den Kunden durch die digitale Beschilderung (Digital Signage) deutlich transparenter. Durch den Austausch von Papieretiketten gegen Liquid Crystal Displays (LCDs) werden nicht nur die Druckkosten, sondern auch der Arbeitsaufwand für das Anbringen der Etiketten sowie der Kontrollbedarf am Regal erheblich reduziert. Die LCDs ermöglichen eine Aktualisierung der Artikelstammdaten über ein eigenes Content Management System. Durch dieses Verfahren können Fehler bei der Preisauszeichnung nahezu vollständig vermieden werden. Mithilfe der ausgereiften Displaytechnik können auch bewegte Bilder, wie Werbespots oder andere animierte Produkt- und Marketinginhalte, direkt am Point of Sale gezeigt werden. Ein weiterer Vorteil: Der Einsatz von moderner LED Beleuchtungs-Technologie erhöht den Aufmerksamkeitswert für eine bestimmte Produktkategorie um ein Vielfaches und sorgt so für eine höhere Impulskauftrate. Darüber hinaus wird durch das MoPro-Regal auch die Kundenkommunikation verbessert: Interaktive Touchscreens ermöglichen eine zeitgemäße Darstellung von Produktinformationen, Produktneuheiten, Rezepten und Verbrauchertemen wie gesunde Ernährung und Laktoseintoleranz. Zusätzlich können hier auch temporäre Gewinnspiele oder aktuelle Angebote auf attraktive Weise dargestellt werden. Richtungsweisendes Projekt - Bei dem "Shelf Vision"-Kühlregal handelt es sich um ein Pilotprojekt, das seit Dezember 2012 im real, - Future Store in Tönisvorst im Einsatz ist. Die erste Resonanz ist sehr positiv: "Unsere Kunden empfinden die neue Präsentation der Molkereiprodukte als sehr ansprechend und freuen sich über die leichtere Orientierung. Zudem werden die interaktiven Touchscreens mit großer Begeisterung benutzt.", so real, - Bereichsleiterin Frische Katja Hohmann. Das moderne MoPro-Regal hat bereits auch international für Aufsehen gesorgt und wurde jüngst in New York im Rahmen der NRF (National Retail Federation), Amerikas größten Messe für Retail-Technologien, vorgestellt. Branchenkenner sprechen von einem richtungsweisenden Projekt im Bereich Digital Signage. "Für die erfolgreiche Umsetzung des Projekts Shelf Vision gilt mein Dank vor allem unseren Partnern. Nur durch das persönliche Engagement jedes einzelnen und die gute Zusammenarbeit konnte die Vision eines innovativen und zeitgemäßen MoPro-Regals Realität werden.", betont real, - Projektleiter Wulff Lucas. real, - SB-Warenhaus GmbH - Reyerhütte 51 - 41065 Mönchengladbach - Deutschland - Telefon: +49 (2161) 403-0 - Mail: info@real.de - URL: <http://www.real.de/> 

Pressekontakt

real, - SB-Warenhaus GmbH

41065 Mönchengladbach

real.de/
info@real.de

Firmenkontakt

real, - SB-Warenhaus GmbH

41065 Mönchengladbach

real.de/
info@real.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage