

High-Tech mit Tradition

Gissler & Pass, Hersteller von Wellpappe, Verpackungen und Displays, ist bekannt für die Erfüllung höchster Ansprüche an Qualität und Innovationskraft und belegt dies immer wieder mit Referenzen internationaler Markenartikler und namhafter Handelsmarken. Ein Beispiel für modulare Displayssysteme von Gissler & Pass ist das hoch flexible Regalsystem für Zweitplatzierungen am POS für die Toppits Markenprodukte des Unternehmens Cofresco Frischhalteprodukte

Die beiden Geschäftspartner Gissler & Pass und Cofresco verbindet einiges miteinander, zum Beispiel High-Tech bei der Ideenfindung, Konzeption, Produktion und Vermarktung. So entwickelte sich das 1882 gegründete Unternehmen Gissler & Pass bereits Anfang des letzten Jahrhunderts zum Pionier der Wellpappenherstellung auf dem europäischen Festland. Die Cofresco Frischhalteprodukte wurde 1996 als Gemeinschaftsunternehmen der Melitta Gruppe und SC Johnson Inc. gegründet und hat damit einige innovative Wurzeln mit Tradition, zum Beispiel zurück bis ins Jahr 1937 mit der Markteinführung des Melitta Butterbrotapiers.

Die Markenprodukte von Cofresco finden sich heute in mehr als 70 Millionen Haushalten in 25 Ländern Europas. Unter den Marken Toppits, Albal, Glad, PrimaPack und Handy Bag bietet das Cofresco Produktportfolio Haushaltslösungen für die optimale Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln sowie für die verantwortungsvolle Abfallentsorgung und das sichere Verstauen in Haus und Garten.

Themen- und anlassbezogene POS Promotions für Spontankäufe

Das vielfältige Toppits Produktportfolio umfasst Lebensmittel- und -papier zum Einfrieren, Frischhalten, Aufbewahren, Kochen und Backen. Die Produkte reichen von Frischhalte- und Alufolie über Backpapier und Bratfolien, Gefrierbeutel mit oder ohne Ziploc-Verschluss, Dampfgarbeutel, Eiskugelsowie Sandwichbeutel bis hin zu Muffin-Formen und Grillpfannen. Die Toppits Produkte findet man in Deutschland flächendeckend im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) inklusive Drogeriemärkten und bei Softdiscountern.

Die Zweit- und Sonderplatzierungen der Toppits Produkte werden immer den spezifischen Verhältnissen des Einzelhändlers angepasst. „Wir achten sehr darauf, dass unsere Zweit- und Sonderplatzierungen durch Spontankäufe einen zusätzlichen Umsatz, also eine Ergänzung zu den üblichen Regalumsätzen generieren. Was nicht passieren darf und was wir entsprechend klug im Voraus planen müssen, sind Überbevorratungen mit Ware durch Zweitplatzierungen“ betont Markus Stahlhut, Trade Marketing Manager Cofresco, und erklärt: „wir realisieren deshalb spezifische Promotionthemen und



„Weniger wegwerfen – Obst & Gemüse bis zu 3x länger frisch halten!“
Display zur Toppits Promotionaktion mit dem Kunden real-.

-displays, die sich auf einzelne oder Kombinationen aus unseren Kompetenzen – also Frischhalten, Einfrieren, Backen, Braten, Grillen und Dampfgaren – fokussieren und die Zweitplatzierungen entsprechend den Gegebenheiten des Einzelhändlers mit Warenmengen und Produktsortierungen bestückt sind.“

Flexibles Displayregalsystem von Gissler & Pass für Toppits Produkte

Dieses strategische Vorgehen des Trade Marketing Manage-

ments von Cofresco war natürlich auch eine eindeutige Vorgabe für den Displayhersteller bezüglich der Ideenfindung, der Konzeption sowie der Produktion unter ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten. Highlights der Aufgabenstellung an Gissler & Pass waren dementsprechend die (Mit-)Erfüllung von drei zentralen Aspekten durch das Display:

- Markanter POS-Auftritt für Toppits als vertrauensvolle Marke mit innovativen, hochwertigen Produkten
- Konstruktive und grafische Flexibilität der Displaygestaltung für die Realisierung von Sonder- und Zweitplatzierungen nach spezifischen Themen, Anlässen und/oder Produktsortierungen
- Kostenoptimale Problemlösung



Alexander Stotz (Bildmitte), Entwicklungsexperte Gissler & Pass, demonstriert Besonderheiten der Konstruktion des zusammen mit Cofresco entwickelten verbrauchsmustersgeschützten Displayregalsystems.

Die von Gissler & Pass erzielte Displaylösung, der Verbrauchsmusterschutz erteilt wurde, bewährt sich bereits seit geraumer Zeit zur vollsten Zufriedenheit aller Beteiligten. Beispielhaft zeigen Fotos zu dieser Reportage drei der verschiedenen Themen- und Gestaltungsvarianten: „Weniger wegwerfen – Obst & Gemüse bis zu 3x länger frisch halten!“ Das Erfolgsrezept für Hundert % Geschmack und perfekten Schutz“ und „Feinschmecker-Koch Workshops“.

Im Interview mit AK Display schildern, stellvertretend für Gissler & Pass, die Entwicklungsexperten Alexander Stotz und Frank Bollhöfer einige Hintergrunddetails zu den Erfolgsfaktoren der Displaylösung für Toppits von Cofresco.

AK Display: Was macht die Displaylösung so besonders?

Alexander Stotz: Wir haben bei dieser Aufgabenstellung unser umfangreiches High-Tech Know-how in der Entwicklung und Produktion von Wellpappe, Verpackungen und Displays in einen Topf packen können und dadurch weit mehr erzielt als eine Displaylösung. Tatsächlich haben wir ein neues Displayregalsystem geschaffen, das unter ökonomischen und



„Toppits. Das Erfolgsrezept für 100 Prozent Geschmack und perfekten Schutz.“ Promotionsdisplay mit Gratisrezepten und Sammelaktion

ökologischen Bewertungen in seiner Leistungsfähigkeit über bisher am Markt verfügbare Lösungen hinausragt. Im Überblick haben wir als Vorteile unseres Displayregalsystems realisiert: eine sehr hohe Stabilität bei geringem Gewicht, Materialeinsparungen, da keine Doppelwelle mehr nötig ist und eine hohe Flexibilität für den Einsatz durch zum Beispiel unterschiedliche Displayhöhen, schräge Displaywände, wahlweise Verwendung mit oder ohne Topper und so weiter. Diese Flexibilität durch die besondere Konstruktion des Regalsystems



Promotiondisplay für spezifische Aktionen: „Toppits. Feinschmecker Koch-Workshops mit TV-Koch Andreas C. Studer gewinnen!“

zeigt sich aber auch bei der Warenbestückung, der Anpassung zur Einsatzmöglichkeit abhängig von unterschiedlichen Stellflächen im LEH sowie im Bereich der Lagerhaltung und dem Bestellvolumen bei unserem Kunden.

AK Display: Können sie zu den genannten Vorteilen noch einige Anhaltspunkte zu den konstruktiven Lösungen des

neuen Displayregalsystems von Gissler & Pass nennen?

Alexander Stotz: Bei diesem verbrauchsmustergeschützten System handelt es sich um einen Display-Mantel dessen Seitenwände durch Displayrohre bzw. Trägerstangen verbunden sind. Auf diesen Displayrohren liegen entsprechende Regalböden auf. Dies klingt zunächst bekannt, aber das Neue bzw. der Unterschied zu bestehenden Regalsystemen liegt darin, dass die Trägerstangen vollständig durch die Seitenwände gesteckt sind – ohne nach außen vorzustehen – und mittels von außen eingepressten Kunststoffstopfen mit den Regalseitenwänden fest verbunden werden. Hierdurch wird eine sehr hohe Stabilität des Regals erzielt, die auch nach mehrmaligem Auf- und Abbau des Displays nicht abnimmt.

Die Displayrohre bisheriger Regallösungen werden nicht vollständig durch die Seitenwände geschoben, sondern liegen auf der doppelwelligen Innenlage auf und enden somit vor der Außenwand, um das Druckbild nicht zu zerstören. Die Displayrohre sind also lose eingesetzt und tragen somit nur wenig zur Stabilität des Regals bei. Dadurch können bei den bisherigen Systemen Belastungen auftreten, die die Verbindungsstelle von Innenlage und Displayrohr nachhaltig beschädigen.

AK Display: Wie haben sie die Vorgabe zur kostenoptimalen Lösung erfüllt?

Frank Bollhöfer: Es kommt eine Reihe von Faktoren zum Tragen, weswegen wir das Displayregalsystem als kostenoptimal bewerten können. Der Displaymantel kann zum Beispiel einfarbig in Unternehmens- bzw. Produktfarbe bedruckt werden. Die Individualisierung des Displays erfolgt über aktionsbezogen bedruckte Plakate für die Mantelaußenseiten aus kostengünstigem Recyclingkarton. Das Plakat wird dabei nicht geklebt, sondern mit kleinen Befestigungsnägeln von außen in den Kunststoffstopfen der Trägerstangen befestigt. Das Seitenplakat wird also einfach „angeknöpft“ und ist somit leicht austauschbar, so dass das Display auch als Langzeit-Display eingesetzt werden kann. Die Befestigungsnägel sind bei Lieferung an den Kunststoffstopfen befestigt und können nicht verloren gehen. Sie gibt es in allen Farben, auch transparent. Die von außen sichtbaren Kunststoffstopfen werden somit durch das Werbeplakat verdeckt.

AK Display: Vielen Dank für diese Informationen. Man darf gespannt sein, welche zusätzlichen Aspekte – wie zum Beispiel Nachhaltigkeit durch Mehrfachnutzung – mit dem Displayregalsystem bei nächsten Referenzen noch stärker im Fokus stehen werden. ■