

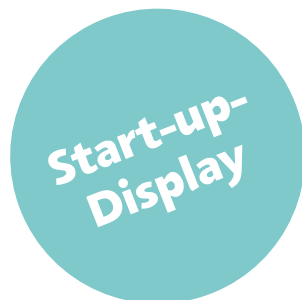


**Einteilig, aber vielfältig:** Das Food-Start-up Benfit Nutrition setzt bei seiner zeitlich unbegrenzten POS-Kampagne auf ein individuell konfiguriertes Standard-Display von Thimm pack'n'display. Foto: Thimm



„Dank der flexiblen Displays von Thimm haben wir nun die Möglichkeit, unsere stark wachsende Marke über Zweitplatzierungen im Handel präsentieren zu können.“

Benjamin Jakob, Gründer Benfit Nutrition  
Foto: Benfit Nutrition



**Thimm pack'n'display präsentiert Benfit Nutrition**

# Dauerläufer fürs Food-Start-up

Ein Display für immer und überall – mit innovativen Lebensmitteln. Für ein Food-Start-up. Wie kann man das den Kunden am POS schmackhaft machen, ohne die jungen Unternehmer zu überfordern – oder zu bremsen? Die Zusammenarbeit von Thimm pack'n'display und Benfit Nutrition zeigt, wie es geht.

Um sich als Food-Start-up dauerhaft in den Regalen des Einzelhandels wiederzufinden, braucht es in der Regel mehr als einen langen Atem. Eine längerfristig angelegte Zweitplatzierung, wie die der noch jungen Marke Benfit Nutrition kann erheblich dazu beitragen, Produktneuheiten im Markt zu etablieren. Zwar wurden die Produkte des Düsseldorfer Unternehmens bereits bei verschiedenen Promotion-Aktionen im Handel vorgestellt. Und auch in den Regalen sind die Food-Innovationen schon angekommen. Einige Produkte sind bei mehreren großen Einzelhandelsunternehmen gelistet. Doch Benfit will nicht nur einen erfolgreichen Sprint hinlegen. Eine Ganzjahres-Kampagne am POS soll dafür sorgen, dass die gesunden Produkte auf Dauer gut laufen. Gemeinsam mit dem Display- und Verpackungshersteller Thimm pack'n'display wurde daher ein Viertelpalletedisplay mit Langzeitwirkung geschaffen.

display hat mit Benjamin Jakob, dem Gründer von Benfit Nutrition und Werner >>



»» Schatton, Sales Manager bei Thimm pack'n'display, darüber gesprochen, wie die Zusammenarbeit läuft und welche Eigenschaften des Displays ein Food-Start-up wie BenFit Nutrition am POS voranbringen.

**DISPLAY:** Herr Jakob, wen wollen Sie denn mit der POS-Kampagne ansprechen? Ist Ihre Zielgruppe nicht eher in den Sozialen Medien statt im Supermarkt zu finden?

**BENJAMIN JAKOB:** Tatsächlich ist BenFit Nutrition 2018 aus einer Rezept-Seite auf Instagram hervorgegangen. Die ist so gut angekommen, dass ich 2019 einen Online-Shop gegründet habe – mit gesunden Lebensmittel-Alternativen. Seither haben wir bereits eine Million Produkte verkauft. Aus unserem Nischenprodukt ist mittlerweile ein Trendprodukt geworden. Und unsere anfänglich sehr weibliche Zielgruppe im Alter von 18 bis Mitte 50 wird zunehmend gemischter. Denn auch immer mehr Männer ernähren sich gesundheitsbewusst – und suchen im Handel nach innovativen Lebensmitteln für eine gesunde Lebensweise ohne Verzicht.

**DISPLAY:** Und wonach haben Sie gesucht, als Sie Thimm pack'n'display als Displayhersteller ausgewählt haben?

**WERNER SCHATTON:** Eigentlich war es eher umgekehrt. Ich habe die Marke beim Online Pitch des Food Innovation Camps entdeckt und über Social Media Kontakt zu Ben gesucht.

**BENJAMIN JAKOB:** So haben wir ohne zu suchen direkt gefunden, was wir brauchen: kompetente Unterstützung und ein Display, das unsere Kunden flächendeckend und zeitlich unbegrenzt anspricht sowie den Abverkauf fördert.

**Generisches Design, individuell ausgeführt:** Die Gestaltung des BenFit-Displays zeigt auf einen Blick die Core-Values der Produkte und Zubereitungsmöglichkeiten. Foto: Thimm

Ziel der Kampagne ist es, Aufmerksamkeit zu schaffen in einem wachsenden Markt, in dem bisher nur wenige junge und innovative Unternehmen aktiv sind.

**DISPLAY:** Und wie schafft es das Display, dieses Ziel zu erreichen?

**BENJAMIN JAKOB:** Zunächst einmal durch ein ansprechendes, CI-konformes Design, das den Kunden auf unser Angebot aufmerksam macht – und es übersichtlich präsentiert. Dank farblicher Codierung und auffallend gestalteter Schlagworte, wie „fettreduziert“ oder „zuckerreduziert“ erfassen die Verbraucher mit einem Blick die Core-Values unserer Produktgruppen: High Protein, vegan, Bio, glutenfrei. Dabei ist die Bestückung variabel und hängt von der Platzierung ab. Bis zu 120 Artikel passen ins Display. Um die Präsentation noch attraktiver zu machen, sind einige Produkte auch abgebildet – als fertige Gerichte. Die Key Visuals machen Appetit und regen dazu an, die Rezepte von BenFit auszuprobieren.

**DISPLAY:** Das grafische Design des Displays ist also entscheidend für den Erfolg der Verkaufsförderung. Wie wichtig ist Ihnen die Bauweise des Displays?

**BENJAMIN JAKOB:** Sehr wichtig, denn Design und Konstruktion hängen zusammen. Das Display ist so konstruiert, dass es sehr viel Kommunikations- und Werbefläche bietet. Als Start-up sind zudem die Kosten ein entscheidender Faktor. Das Display von Thimm bietet uns die Möglichkeit, unsere Produkte optimal, flexibel und dabei recht preisgünstig im Handel zu präsentieren.

**DISPLAY:** Herr Schatton, wie hat Thimm pack'n'display das möglich gemacht?

## BenFit Nutrition

Nachdem er in den Sozialen Medien viele Fans für seine High-Protein-Low-Carb-Rezepte gewinnen konnte, gründete der Fitness-Sportler Benjamin Jakob 2018 das Food-Start-up BenFit Nutrition. Die Vision des mittlerweile zum staatlich anerkannten Ernährungsberater und studierten Master of Finance avancierten Hobbykochs: Gesundere Lebensmittel für alle! Seither entwickelt und verkauft Jakob Lebensmittel mit besonderen Nährwerten und Zutaten. Inzwischen hat das Food-Start-up mit Sitz in Düsseldorf mehr als 10 Mitarbeiter und bietet 50 verschiedene Produkte an. Vertrieben werden die Produkte über den eigenen Online-Shop und im LEH.



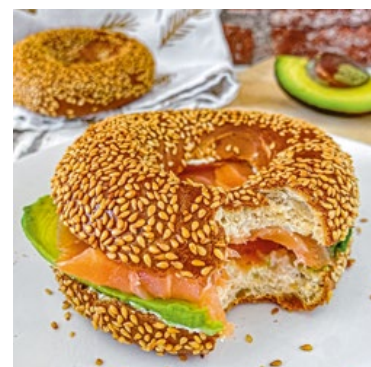
„Thimm bietet ein modulares Displaysystem an, das einerseits aus standardisierten Einzelteilen besteht und andererseits individuell konfiguriert werden kann.“

Werner Schatton, Sales Manager Thimm pack'n'display

Foto: Thimm

**WERNER SCHATTON:** Das geht ganz einfach: mit click'n'display. Das ist unser Konfigurator für Displays, mit dessen Hilfe sich Benfit Nutrition für den Sales Amplifier entschieden hat. Dies ist ein modulares Displaysystem, das einerseits aus standardisierten Einzelteilen besteht und andererseits individuell konfiguriert werden kann. So können beispielsweise die Ebenen in verschiedenen Höhen ausgewählt werden. Auch gibt es verschiedene Konstruktionen mit unterschiedlichen Lagenanzahlen und weiteren Kommunikationsblenden. Dadurch sind unzählige Varianten möglich. Daher kann extrem flexibel auf Sortimentsänderungen oder auf bestimmte Anlässe reagiert werden. So haben wir in Zusammenarbeit mit Olympia-Sportlern und Sportlerinnen ein zusätzliches Display für Benfit produziert, das sich sowohl in der Bestückung als auch im Design vom Ganzjahresmodell unterscheidet. Und dabei sind keine Zusatzkosten entstanden! Da die Displays digital bedruckt werden, können wir für Benfit kostengünstig und flexibel auch zwei oder mehr Druckbilder realisieren.

Kostenmindernd wirkt sich auch aus, dass nur der Mantel bedruckt wird. Die Standard-Trays des ansonsten einteiligen Displays bleiben weiß. Der Mantel wird einfach darübergelegt. Diese Konstruktion ist ein absoluter USP – und aufgrund der großen Variabilität und geringen Kosten insbesondere für Start-ups attraktiv. Sie sparen jedoch nicht nur beim Druck, sondern



**High Protein Bagel Sesam:** Eines von aktuell 50 verschiedenen Produkten der Marke Benfit

Foto: Benfit Nutrition

auch beim Zusammenbau. Denn der Mantel ist einteilig und die Krepeltrays immer identisch. Zudem fallen für die Standardkomponenten keinerlei Werkzeugkosten an. Ein wichtiger Faktor gerade bei kleineren Auflagen. Nicht unerwähnt bleiben sollte auch, dass die standardisierte Konstruktion uns vor Lieferengpässen bewahrt. Denn viele Standardteile haben wir in großen Mengen auf Lager. Andere Displayhersteller hingegen müssen derzeit bis zu zehn Wochen auf einzelne Teile warten. So können wir auch sehr kurzfristig Kampagnen umsetzen.

**DISPLAY:** Herr Jakob, welche weiteren Vorteile bietet das Benfit-Display von Thimm pack'n'display sonst noch?

**BENJAMIN JAKOB:** Da es komplett aus Wellpappe besteht, ist es im Vergleich zu Displays aus anderen Materialien sehr nachhaltig. Zudem kommt das Display ganz ohne Befestigungen aus Kunststoff, Metall oder Klebstoff aus. Sogar das Topschild ist bereits integriert und richtet sich beim Aufbau fast von selbst auf.

**WERNER SCHATTON:** Die vorteilhafte Ökobilanz der Displays kommt eben nicht allein von der Wellpappe, sondern auch durch die besondere Konstruktion. Sogar die Materialstärke kann

angepasst werden. So haben wir zwar Trays mit einer Tragkraft von bis 32 Kilogramm pro Lage zur Auswahl, setzten diese aber nur ein, wenn eine sehr hohe Stabilität erforderlich ist. Bei Benfit ist die leichte Variante mit einer maximalen Belastbarkeit von fünf Kilogramm je Lage ausreichend. Dadurch sparen wir Material und verringern die Kosten wie auch die Effekte auf die Umwelt. Nicht vergessen werden sollte im Übrigen auch, dass der Mantel mit wasserbasierten Farben im Digitaldruckverfahren bedruckt wird.

**DISPLAY:** Wie viele der generischen Displays wurden bisher für Benfit produziert? Und wie lange hat es gedauert bis die POS-Kampagne an den Start gehen konnte?

**BENJAMIN JAKOB:** Bisher sind es insgesamt 500 Stück. Der ganze Entwicklungsprozess von der Ideenfindung bis zum ersten Muster dauerte nur ein paar Wochen, sechs Wochen die ganze Produktion. Inklusive Konfektionierung und Versand durch Thimm und die Aufstellung in den Märkten waren es drei Monate, von Juni bis August. Alles ging sehr schnell und hat Spaß gemacht. Ich freu mich schon auf die weitere Zusammenarbeit.

**DISPLAY:** Vielen Dank für das Gespräch! <<

## Thimm pack'n'display

Die Thimm Gruppe ist ein führender Lösungsanbieter für Verpackung und Distribution von Waren. Das Portfolio umfasst Transport- und Verkaufsverpackungen aus Wellpappe, hochwertige Displays, Verpackungssysteme aus verschiedenen Materialkombinationen sowie Druckprodukte für die industrielle Weiterverarbeitung. Das Familienunternehmen beschäftigt aktuell mehr als 3.300 Mitarbeiter an 21 Standorten. Thimm pack'n'display ist seit 2019 die Marke für das Verpacken und Präsentieren von Waren, in der zwei etablierte Geschäftsbereiche vereint wurden. Durch individuelle Verpackungs- und Displaykonzepte kombiniert mit modernster Drucktechnologie realisiert das Unternehmen starke Markenauftritte am POS.