

Marken-
welten am
POS

Gissler & Pass setzt POS-Auftritt für Marken aus dem Hause Eggers & Franke um

Karibik-Flair und Seeungeheuer

Die Markenwelten zweier Rumsorten aus dem Portfolio des Distributors Eggers & Franke könnten unterschiedlicher kaum sein. Um die Spirituosen auf dem deutschen Markt zu etablieren, stärken Displays die Bekanntheit – und wecken mit authentischen Bildwelten die Neugierde der Shopper.



Seeungeheuer mit Tentakel oder Rumfass mit Aussicht auf traumhaften Karibik-Strand: Die Displays präsentieren die jeweiligen Markenwelten der Rummarken aus dem Hause Eggers & Franke.

Foto: Gissler & Pass



„Der Tentakel, der aus dem Display ragt, zieht alle Blicke auf sich und erzählt die Legende hinter dem karibischen Rum auf der Verkaufsfläche.“

Annika Sell, Junior Brand Managerin
Eggers & Franke
Foto: Eggers & Franke

Seit über 200 Jahren vertreibt Eggers & Franke Weine und Spirituosen aus aller Welt. Den neuesten Coup landet der Bremer Importeur mit zwei Displays, die die Rummarken „The Kraken“ und „Mount Gay Rum“ im deutschen Lebensmitteleinzelhandel bekannt machen. Um die jeweilige Markenwelt auf der Verkaufsfläche zu inszenieren, hat der Distributor auf die Expertise von Displayhersteller Gissler & Pass gesetzt. Die Ergebnisse der Zusammenarbeit: Displays, die auffallen und zu Impulskäufen animieren. Beide POS-Auftritte sind eng mit der Herkunft der Rumsorten, der Karibik, verbunden, wenn auch auf ganz unterschiedliche Weise. Ein Kraken, der in tosenden Wellen auftaucht und dessen Tentakel eine Rum-Flasche fest im Griff hat – diese Story erzählt die Zweitplatzierung für den Rum The Kraken. Währenddessen weckt das Display für

Eggers & Franke

Das seit mehr als 200 Jahren im Familienbesitz befindliche Unternehmen Eggers & Franke zählt zu den führenden Distributoren für internationale Weine und Spirituosen auf dem deutschen Markt. Das Sortiment bietet dem deutschen Lebensmittel-, Fach- und Gastrohandel eine große Vielfalt an Premium-Produkten, darunter Bestseller aus aller Welt. Mit seinem 2007 bezogenen Firmensitz in einem modernisierten Speicher im alten Hafengebiet der Bremer Überseestadt ist Eggers & Franke zu seinen historischen Wurzeln zurückgekehrt. Wenige hundert Meter von dort sind Anfang des 19. Jahrhundert die ersten Weinfässer aus Frankreich per Schiff im Lager eingetroffen.

den Mount Gay Rum bei Shoppern die Vorstellung von einem entspannten sonnigen Tag an einem Karibikstrand mit einem Glas Rum in der Hand. Worauf es bei den gemeinsamen Projekten ankam und welche Herausforderungen es zu bewältigen gab – darüber hat display mit Joana Röhrich, Brand Manager Eggers & Franke, Annika Sell, Junior Brand Manager Eggers & Franke, und Benjamin Bredemeier, Key Account Manager Gissler & Pass, gesprochen.

DISPLAY: Zunächst einmal zum Display für „The Kraken“. Wie kam es zu dieser Gestaltung und welche Botschaften werden damit am POS vermittelt?

ANNIKA SELL: Einer alten Legende zufolge hat der Kraken, das furchterregendste Seemonster, eine der größten Ladungen karibischen Rums auf hoher See versenkt. Die Flaschen tauchten nie wieder auf. An diese Erzählung knüpft die Erfolgsstory von „The Kraken“ an. Denn wie die Tinte des Ungeheuers, ist der Rum schwarz und kräftig. Diese Markenwelt wollten wir am POS präsentieren. Das Display zieht mit einem herausragenden Tentakel, der die Rumflasche fest umschossen hat, die Blicke auf sich. Der Tentakel symbolisiert die unbändige Kraft eines riesigen Seeungeheuers, das aus tiefen, unerforschten Meeren aufsteigt. Da nur dieser Teil des Kraken sichtbar ist, bleibt der Rest geheimnisvoll und gefährlich. Insgesamt deutet dieses Motiv das Unbekannte und das Abenteuer an, das den Reiz und die Faszination der Marke verstärkt. Auch die Farbgebung der POS-Lösung insgesamt greift diese düstere und intensive Stimmung auf rauer See auf.

DISPLAY: Wie viele Produkte haben Platz?

BENJAMIN BREDEMEIER: Diese POS-Lösung im Maß einer ganzen Palette hat Platz für 100 Flaschen, erlaubt aber eine flexible Bestückung.

DISPLAY: Welche Herausforderungen mussten bewältigt werden?

BENJAMIN BREDEMEIER: Unsere Aufgabe bestand darin, ein Display zu entwerfen, das eine einzigartige Wirkung am POS erzielt, aber sich



„Die lose verklebten Streben des Displays erinnern an echte Dauben eines Weinfasses und verleihen dem Mount-Gay-Rum-Display damit einen 3D-Effekt, der die Markenwelt erlebbar macht.“

Benjamin Bredemeier,
Key Account Manager Gissler & Pass
Foto: Gissler & Pass

gleichzeitig schnell und unkompliziert aufbauen lässt. Dieses Vorhaben ist in jeder Hinsicht gelungen. In einem handlichen Dekopaket angeliefert, ist der Eggers & Franke Außendienst im Stande, die Platzierung in circa zehn Minuten aufzubauen und mit Ware zu bestücken. Insgesamt beruht die Konstruktion auf einem simplen Steckprinzip, das ohne Verklebungen auskommt. Der Tentakel als zentrales Element besteht aus nur einem Teil und wird einfach in den Sockel eingesteckt. Die Ecken des Displaymantels sind ebenfalls zum Einstecken, wie auch der Dispenser für Rezeptkarten.

DISPLAY: Welches Material wurde für die Herstellung des Displays ausgewählt und welche Drucktechnik wurde angewendet?

BENJAMIN BREDEMEIER: Die POS-Lösung besteht vollständig aus Wellpappe und wurde im Digitaldruck gefertigt.

DISPLAY: Ist das Display an eine bestimmte Kampagne gebunden?

ANNIKA SELL: Nein, die POS-Platzierung ist zeitlos und kann jederzeit, unabhängig von einer Aktion, im Markt platziert werden.

DISPLAY: Welche Ziele verfolgt Eggers & Franke mit der Display-Platzierung? >>

»» **ANNIKA SELL:** In erster Linie soll die Highlight-Platzierung den einzigartigen Charakter und Kultstatus von „The Kraken“ am POS inszenieren und damit die Sichtbarkeit und Bekanntheit auf dem deutschen Markt steigern.

DISPLAY: Welche weiteren Werbemaßnahmen begleiten die POS-Offensive?

ANNIKA SELL: Um unsere Zielgruppe auch außerhalb des Handels anzusprechen, haben wir auch Out-of-Home (OOH)- und Social-Media-Kampagnen gestartet.

DISPLAY: Als nächstes kommen wir zum Display für den Mount Gay Rum. Welche Markenwerte zeichnen den Rum aus und wie ist es gelungen, diese auf das Display zu übertragen?

JOANA RÖHRICHT: Der Mount Gay Rum, benannt nach dem damaligen Plantagenbesitzer



„Das Display für Mount Gay Rum verbreitet mit Sonne, Strand und Meer Karibik-Feeling und bringt damit unsere Botschaft „Taste the good life“ an den POS.“

Joana Röhricht, Brand Manager Eggers & Franke
Foto: Eggers & Franke

Mr. Gay, wurde 1703 gegründet und ist damit die älteste Rum-Destillerie der Welt. Dennoch ist die Marke bislang auf dem deutschen Markt noch nicht so bekannt. Um diesen Erfindergeist, die Tradition und auch das karibische Lebensgefühl getreu unseres Claims „Taste the good life“ am POS zu vermitteln, haben wir eine Zweitplatzierung in Form eines Rumfasses entwickelt. Hinzu kommt ein Topschild, das Sehnsucht nach sonnigen paradiesischen Karibikstränden weckt.

BENJAMIN BREDEMEIER: Das Besondere an dieser Konstruktion sind die lose verklebten Streben

des Displays. Sie erinnern an echte Dauben eines Weinfasses und verleihen dem Display einen 3D-Effekt, der eine rustikale Holzoptik schafft und die Markenwelt authentisch erlebbar macht.

DISPLAY: Für welchen Anlass wurde die POS-Platzierung entwickelt?

JOANA RÖHRICHT: Auch diese Platzierung ist an keine bestimmte Kampagne gebunden und kann jederzeit auf der Verkaufsfläche präsentiert werden.

DISPLAY: Welchen Zweck sollten die Displays aus Marketingsicht erfüllen?

JOANA RÖHRICHT: Mit den Zweitplatzierungen wagen wir den Schritt in den LEH, um dort dauerhaft gelistet zu werden. Denn bislang war die Marke Mount Gay Rum vor allem im Gastro- und Fachhandel bekannt.

DISPLAY: In welchen Märkten wurde der Rum mittels der POS-Lösung beworben?

JOANA RÖHRICHT: Die Displays wurden bereits deutschlandweit an Edeka und Rewe ausgeliefert, auch künftig wird die Platzierung dort zu sehen sein.

DISPLAY: Wie wurden die Mount-Gay-Rum-Displays in den Handel geschickt und wer übernahm den Aufbau?

BENJAMIN BREDEMEIER: Um die Handhabung der POS-Lösung zu erleichtern, haben wir bei Gissler & Pass die Displays in Handarbeit aufgebaut. Im Handel hat der Außendienst von Eggers & Franke nur noch das Topschild aufgerichtet und die Zweitplatzierung mit Rum bestückt.

DISPLAY: Wie lief die Zusammenarbeit zwischen Eggers & Franke und Gissler & Pass ab?

JOANA RÖHRICHT: Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit verlief sehr harmonisch. Dank seiner Kreativität, langjährigen Erfahrung und proaktiven Arbeitsweise hat das Team von Gissler & Pass uns ganzheitlich von Beginn an bei unserem Einstieg in den LEH unterstützt. Die individuellen Displays zeichnen sich durch Details aus, die unsere Markenwelten auf einen Blick am POS kommunizieren.

BENJAMIN BREDEMEIER: Diese Displays zu kreieren, hat uns als Displayhersteller sehr viel Spaß gemacht. Insbesondere bei solchen kundenindividuellen Displays, die keine Standardlösungen sind, können wir sowohl unsere außergewöhnlichen Ideen als auch unser technisches Können unter Beweis stellen. Wir freuen uns schon sehr auf weitere gemeinsame Projekte.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<



Sehen und kaufen: Das Display zieht die Blicke der Shopper am POS auf sich und animiert zu Impulskäufen. Foto: Eggers & Franke

Gissler & Pass GmbH

In der vierten Generation von Familie Gissler-Weber geführt, ist Gissler & Pass als Spezialist in der Wellpappen- und Verpackungsindustrie kompetenter und engagierter Partner internationaler Markenartikler und Handelsmarkenhersteller aus den unterschiedlichsten Branchen. Neben den Stärken eines Familienunternehmens, wie Unabhängigkeit und kurze Entscheidungswege, zeichnet sich Gissler & Pass durch eine hohe Reaktions- und Liefergeschwindigkeit aus und gestaltet die Zusammenarbeit einfach und zielführend. Dank des breiten Spektrums mit hochmodernen Fertigungslinien garantiert das Unternehmen eine lückenlose Produktion in Spitzenqualität. Durch die innovativen, flexiblen Produktionsmöglichkeiten sind individuelle Wünsche nach Form, Abmessung und Auflage zu jeder Zeit gewährleistet.