



„Die Herausforderung bestand darin, beim Display und der Shelf-Ready-Verpackung ein einfaches Handling beim Aufbau- und Abpackprozess zu garantieren, ohne Qualitätseinbußen bezüglich des Materials zu haben.“

Thomas Stäheli, Solution Provider Model

Den Absatz
vervierfacht



Erfolg garantiert: Displays, die überzeugen

Effizienz an oberster Stelle

Die Geschichte des schweizer Unternehmens Dumet mutet wie der amerikanische Traum an – vom Tellerwäscher zum Millionär. Doch trotz allen Erfolgs bedarf auch der Handel mit Oliven guter Werbemaßnahmen. Gemeinsam mit dem Display-Profi Model hat sich Dumet ein gemeinsames Konzept überlegt, um den Erfolg des neuen Produkt Cielos zu garantieren.

Ein Schweizer, der in seiner Heimat Oliven verpackt und verkauft? Das klingt fast schon zu exotisch um wahr zu sein. Als Ueli Dubs 1975 sein Unternehmen gründete, wurde er vielerseits kritisch beäugt. Der Erfolg jedoch gab ihm Recht: Heute blickt das Unternehmen auf 40 erfolgreiche Jahre zurück und die kritischen Stimmen sind verstummt. Alles begann im elterlichen Kuhstall, die Ausstattung bestand aus einem Fass Oliven, einer Küchenwaage und einer Beutelschweißmaschine. Doch die Zeiten haben sich geändert: Das Unternehmen zählt nun rund 30 Mitarbeiter. Oliven werden nach Deutschland und Österreich und sogar Polen und Kanada exportiert.

Um weiteren Erfolg zu garantieren, hat Dumet sich zur Markteinführung der sonnengetrockneten Oliven im knusprigen Reismantel, Cielos, mit dem Schweizer Display-Spezialisten Model zusammengetan. Gemeinsam haben sie ein Konzept entwickelt, das den Anforderungen am POS mehr als gerecht wird, wie



„Mit einem guten Display erhöht sich während einer Kampagne der Abverkauf etwa um das Vierfache!“

Josef Arnold, Geschäftsführer Dumet



Nicht nur ein echter Leckerbissen – die Crunchy Oliven im Reismantel sind dank des Displays von Model am POS ein richtiger Eyecatcher.

display im Gespräch mit Josef Arnold, Geschäftsführer Dumet, und Thomas Stäheli, Solution Provider Model, herausfand.

DISPLAY: Ein gutes Display erregt Aufmerksamkeit am POS und wirkt umsatzsteigernd. Welche Kriterien musste das Display bei der Markteinführung von Cielos erfüllen?

JOSEF ARNOLD: Unser Fokus lag insbesondere auf der Effizienz des Displays. Da es auch im Ausland eingesetzt wird, spielt die Qualität eine entscheidende Rolle. Denn wegen des Transports sowie beim Auf- und Abbau wird das Display stark beansprucht. Gemeinsam mit Model haben wir jedoch eine gute Lösung gefunden, so dass das Display am POS jedes Mal aussieht wie in der Fabrik.

THOMAS STÄHELI: Wir haben bei Entwicklung des Displays und der Shelf-Ready-Verpackung besonderes Augenmerk auf einfache und schnelle Handhabung beim Aufbau- beziehungsweise Abpackprozess gelegt. Das Display

besteht aus wenigen Einzelkomponenten und bietet große Flächen für die Kommunikation und Bewerbung des Produkts. Als Material haben wir Wellpappe gewählt, so kann es innerhalb weniger Minuten zusammengebaut werden und ist trotzdem sehr stabil. Ein weiterer Vorteil des Materials ist, dass das Display vollständig recycelbar ist.

DISPLAY: Welche Besonderheiten zeichnet das Display aus?

JOSEF ARNOLD: Wir haben trotz unterschiedlicher Bedingungen am POS nur eine Variante

des Displays benötigt. Wenn wir etwa eine geringere Bestückung hatten, haben wir einfach einen Träger weggelassen. Optisch hat diese Veränderung überhaupt nicht gestört. Außerdem ist das Display von allen drei Seiten einsehbar, was ebenfalls ausschlaggebend für den Erfolg unserer Kampagnen ist.

THOMAS STÄHELI: Wir haben das Display bezüglich des Materials so konzipiert, dass es künftig auch für die herkömmlichen, nassen Olivenprodukte einsetzbar ist. So können POS-Aktionen zusammengefasst und Kosten eingespart werden. >>

Model

1882 gegründet, entwickelt, produziert und liefert die Model-Gruppe qualitativ hochwertige Verpackungs- und Displaylösungen aus Voll- und Wellkarton. Die Gruppe besteht aus 15 Tochtergesellschaften in neun Ländern und beschäftigt mehr als 3.200 Mitarbeiter in den Hauptmärkten Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich, Tschechien, Polen, Slowakei, Ukraine und Kroatien. Firmensitz befindet sich in Weinfelden in der Schweiz.



>>

DISPLAY: In Ihrem Fall hat es sich um die Markteinführung eines neuen Produktes gehandelt. Alleine die Planung wird daher schon etwas zeitaufwendiger gewesen sein, als bei anderen Kampagnen. Wie viel Zeit haben Planung und Realisierung bis zum endgültigen Einsatz des Displays in Anspruch genommen?

THOMAS STÄHELI: Bei diesem speziellen Projekt war Dumet mit dem Produkt Cielos noch in der Entwicklungsphase. Unser erster Prototyp hat diese Projektphase bereits begleitet. Das Display wurde Offset bedruckt und kaschiert, die reine Produktionszeit beträgt hier vier Wochen. Von der ersten Idee bis zur Auslieferung dauerte es jedoch rund ein Jahr. Künftig kann dank neuer Digitaldruck-Technologie das Display innerhalb von zwei Wochen hergestellt werden. Das bedeutet größere Flexibilität auch bei kurzfristigen Kampagnen.

DISPLAY: Wie oft war das Display im Einsatz?

JOSEF ARNOLD: Eine Kampagne dauert etwa eine Woche. Im Normalfall realisieren wir zwei bis drei solcher Kampagnen im Jahr. Die Displays wurden in der Schweiz, in Deutschland und in Österreich eingesetzt. Je nach Jahreszeit wurden 200 bis 400 Displays versendet. Das erfordert vollen Einsatz. Um solche Aktionen realisieren zu können, sind bei uns alle Ebenen beteiligt.

DISPLAY: Haben sie weitere Aktionen zur Unterstützung der Kampagne initiiert?

JOSEF ARNOLD: Es wurden ein Interview in der Model-Kundenzeitschrift, Model Box, und ein Inserat in der Handelszeitschrift veröffentlicht. Außerdem wurde Cielos im Schweizer Fernsehen beworben.

DISPLAY: Können Sie ausmachen wie viel Erfolg eine solche POS-Kampagne hat?

JOSEF ARNOLD: Mit einem guten Display erhöht sich während einer Kampagne der Abverkauf etwa um das Vierfache!

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<



Auch bei der Entwicklung der Shelf-Ready-Verpackung wurde neben der Optik besonderes Augenmerk auf einfaches Handling gelegt.

Dumet

Dumet wurde 1975 gegründet und ist, laut eigener Angaben, in der Schweiz Marktführer im Bereich Tafeloliven. Mit zwischen 20 und 30 Mitarbeitern setzt das Unternehmen jährlich rund 1.600 Tonnen Oliven um. Pünktlich zum 40-jährigen Jubiläum lancierte Dumet das neue Produkt Cielos, sonnengetrocknete Oliven im Reismantel.