

Gissler & Pass inszeniert POS-Auftritt von Melitta

Neue Warenpräsentation stärkt Markenpräsenz

Bei Melitta denken vermutlich die Meisten an Kaffee. Jedoch gilt das Unternehmen zudem im Bereich Haushaltswaren als Pionier und zeichnet sich durch Erfindungsreichtum und Unternehmensgeist aus. Um sein neues Produkt von der Marke Toppits am POS zu positionieren, hat Melitta in Zusammenarbeit mit Gissler & Pass ein attraktives Displaysystem konzipiert.

Flexibel
und
innovativ



Ein Testspender am Display weckt das Interesse der Shopper und erlaubt es, die Produktneuheit selbst auszuprobieren.

Die Unternehmensgeschichte von Melitta begann bereits vor über 100 Jahren. 1908 erfindet Melitta Bentz das Filterpapier für die Zubereitung von Kaffee. Zusammen mit ihrem Mann Hugo Bentz gründet sie das Unternehmen, das nach ihr benannt wird. Auch in der Verpackung von Lebensmitteln stellt Melitta seinen Innovationsgeist unter Beweis und entwickelt 1937 die ersten Butterbrotpapiere. Heute werden unter dem Dach der Unternehmensgruppe 15 Marken für den täglichen Haushaltsbedarf, die Gastronomie und für Großverbraucher hergestellt und vermarktet. Das Kernsortiment der Marke Toppits besteht aus Lebensmittelfolien und -papier zum Einfrieren, Frischhalten, Backen und Zubereiten – von der Aluminium-, Brat- und Frischhaltefolie über Gefrierbeutel bis zum Backpapier. Im Frühjahr führte Melitta das neue Easy-Cut-System ein: Eine einzigartig geformte Abreiß-Säge und eine ergonomische Verpackung sorgen für eine einfache Entnahme von Frischhaltefolie. Um diese Neuheit zu bewerben, entwarf Melitta in Zusammenarbeit mit Gissler & Pass eine POS-Aktion. Mittelpunkt der Promotion bilden Zweitplatzierungen, die in Drogeriemärkten und im Lebensmitteleinzelhandel aufgestellt werden. Was das Projekt bereithält, erklären Bernhard Huflage, Verpackungsentwicklung bei Melitta und Alexander Stotz, Verpackungsentwickler bei Gissler & Pass.

DISPLAY: Aus welchen Teilen besteht der POS-Auftritt?

BERNHARD HUFLAGE: Die POS-Aktion setzt sich aus einem warentragenden Display im Achtelmaß zusammen, das ausschließlich aus Wellpappe produziert wird. Es bietet >>

» Platz für etwa 40 Einzelverpackungen und kann beliebig kombiniert werden.

DISPLAY: Eine Palette im Achtelmaß ist außergewöhnlich. Wie kam es zu diesem Maß mit einer Kunststoffpalette?

ALEXANDER STOTZ: Bisher konnten kleine Verkaufsflächen nur mit Hilfe von Holzpaletten im Achtelmaß realisiert werden. Allerdings macht die Lösung innerhalb kürzester Zeit einen unansehnlichen Eindruck, zieht Schädlinge an und ist zudem äußerst unflexibel in der Handhabung.

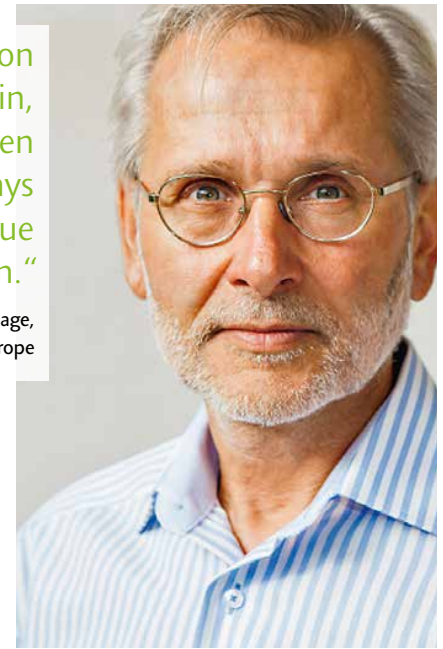
DISPLAY: Wie wurde dieses Problem gelöst?

ALEXANDER STOTZ: Die Aufgabe für uns bestand darin, alternativ eine Achtelpalette mit allen Vorteilen einer Kunststoffpalette zu entwickeln und ein modulares Displaysystem zu konstruieren, das nach Belieben erweitert werden kann. Damit können auch größere Stellflächen wie beispielsweise Paletten im Maß einer ganzen, einer halben oder einer Viertelpalette umgesetzt werden. Gemeinsam mit der

Cabka Group kreierten wir eine Achtel-Kunststoffpalette, die es bisher noch nicht auf dem Markt gab.

DISPLAY: Welche Vorteile bietet dieser neu entwickelte Untersatz?

ALEXANDER STOTZ: Gegenüber Holzpaletten bieten die Kunststoffpaletten eine stabilere Bau-

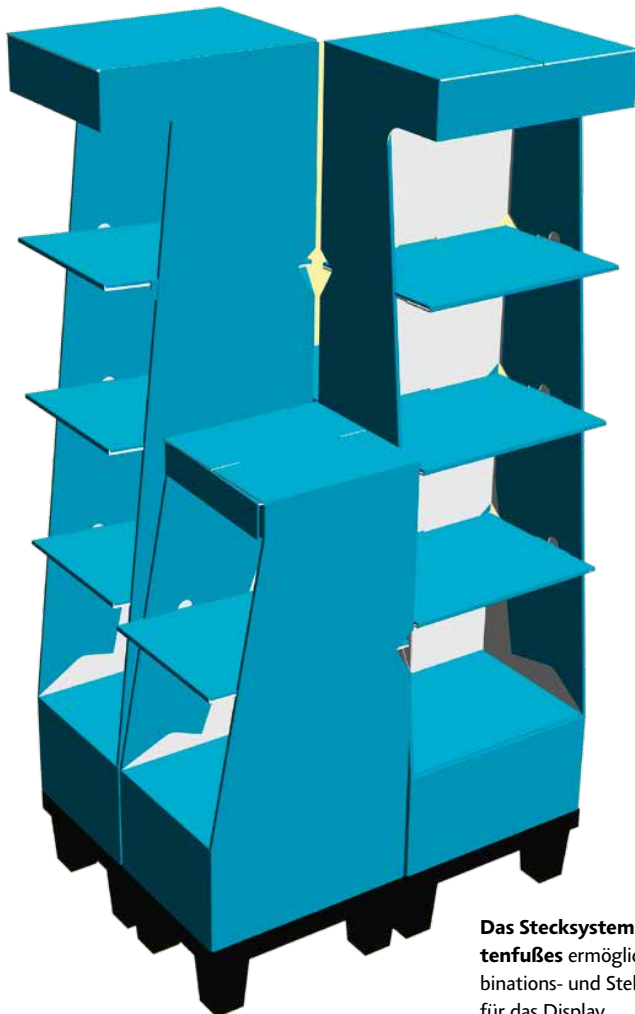


„Das Ziel dieser POS-Aktion bestand in erster Linie darin, neue Kleinflächen mit allen Vorteilen eines Palettendisplays zu erschließen und somit neue Kunden zu generieren.“

Bernhard Huflage,
Verpackungsentwicklung Melitta Europe

weise. Zudem tragen sie zu einem saubereren Erscheinungsbild bei und sind hygienisch unbedenklich. Darüber hinaus können Displays durch spezielle Arretierungsstellen an der Palette befestigt werden und müssen nicht mehr mit Metallklammern festgetackert werden. Dazu werden die Kunststoffpaletten ineinander gesteckt, wohingegen Holzpaletten nur gestapelt werden können. Ein innovatives Stecksystem ermöglicht es, die Paletten flexibel zu größeren Einheiten zusammenzufassen und somit Promotionsinseln in verschiedenen Größen zu schaffen. Auch können die Paletten bei Bedarf eingefärbt werden, um einen individuellen Look zu erzielen.

DISPLAY: Hat sich Melitta mit dieser Innovation neue Plätze gesichert?



Das Stecksystem des 1/8-Palettenfußes ermöglicht diverse Kombinations- und Stellmöglichkeiten für das Display.

Gissler & Pass

Das mittelständische Unternehmen ist Spezialist für Verpackungen und Displays aus Wellpappe. Als Full-Service-Anbieter entwirft Gissler & Pass Lösungen aus einer Hand und übernimmt dazu Beratung, Entwicklung, Herstellung und Vertrieb. Das Familienunternehmen hat seinen Sitz in Jülich sowie Rodenberg und produziert dort an fünf Fertigungsstätten. Gissler & Pass beschäftigt derzeit etwa 470 Mitarbeiter und erzielte 2016 einen Umsatz von 105 Millionen Euro. Den größten Anteil mit 60 Prozent macht Drei- und Mehrfarbendruck aus; ein Viertel entstammt der Herstellung von Displays.



„Das spezielle Displaysystem bietet Melitta erstmals die Möglichkeit, auch in Drogeriemärkten eine Platzierung mit kleinen Bestückungsmengen zu erzielen.“

Alexander Stotz,
Verpackungsentwickler Gissler & Pass

ALEXANDER STOTZ: Ja, das spezielle Displaysystem bietet Melitta erstmals die Möglichkeit, auch in Drogeriemärkten eine Platzierung mit kleinen Bestückungsmengen zu erzielen; beispielsweise für Produktneueinführungen oder saisonale Promotionen. Somit können Kunden wie Budni nach langer Zeit wieder mit Displays beliefert werden.

DISPLAY: Wie viel Zeit nahm das gemeinsame Projekt in Anspruch?

BERNHARD HUFLAGE: Das gesamte Vorhaben erstreckte sich von der Planung, der Produktion bis zur Auslieferung über einen Zeitraum von sechs Monaten.

DISPLAY: Gibt es weitere Besonderheiten, die das Display auszeichnen?

BERNHARD HUFLAGE: Zur Produkteinführung des neuen Easy-Cut-Systems haben wir eine Test-Verpackung integriert. Damit können Kunden das Produkt ausprobieren und sich von der einfachen Handhabung überzeugen.

DISPLAY: Welche Ziele verfolgt die Promotion am POS?

BERNHARD HUFLAGE: Das Ziel bestand in erster Linie darin, neue Kleinflächen mit allen Vorteilen eines Palettendisplays zu erschließen und somit neue Kunden zu generieren. Dabei sollen die Displays Shopper auf den Launch des neuen Toppits Easy-Cut-Systems aufmerksam machen und somit den Abverkauf steigern.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<



Zusammen mit der Capka Group entwickelte Gissler & Pass Kunststoffpaletten im Achtelmaß, die im Gegensatz zu Holzpaletten einige Vorteile zu bieten haben.

Melitta

Die international tätige Unternehmensgruppe Melitta befindet sich in Familienbesitz und blickt auf eine über hundertjährige Tradition zurück. Der Hauptsitz ist im ostwestfälischen Minden. Melitta ist Hersteller von Markenprodukten für Kaffeegenuss, für die Aufbewahrung und Zubereitung von Lebensmitteln sowie für den täglichen Haushaltsbedarf. Zudem produziert das Unternehmen Spezialpapiere für die Tapetenindustrie und industrielle Folien für die Verpackung von Lebensmitteln. Mit etwa 4.070 Mitarbeitern erwirtschaftete Melitta 2015 einen Umsatz von über 1,4 Milliarden Euro.