

STI Group entwickelt Sommeraktion für Reber Confiserie

# Mozart sommerlich inszeniert



Die Reber Confiserie führte diesen Sommer mit der weißen Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere eine für die warme Jahreszeit entwickelte Praline ein. Für dieses Unterfangen sicherte sich das Traditionshaus die Unterstützung des Display-Spezialisten STI Group. Das Ergebnis überzeugt mit jugendlich inszeniertem Barock.

Üppig,  
frisch &  
jung

**Für die Markteinführung der weißen Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere** griff man bei Reber Confiserie auf das Know-how der STI Group zurück. Heraus kam eine sehr hochwertige Zweitplatzierung.

So gut wie jeder kennt den genialen Komponisten Mozart sowie die Mozart-Kugeln aus dem Hause Reber. So wie Mozarts Musik Menschen rund um den Globus verzaubert, konnte sich der begnadete Komponist auch von den genussvollen Momenten des Lebens in den Bann ziehen lassen. Mozart kreierte eine schier unendliche Fülle an Kompositionen von zeitloser Schönheit und Harmonie – gleichwohl schätzte er auch das süße Leben mit all seinen Annehmlichkeiten und Köstlichkeiten. Das ist der Ansporn des Bad-Reichenhaller Schokoladen-Spezialisten Reber, Menschen mit süßen Kompositionen – Mozart-Kugeln – genannt, zu begeistern und zu umschmeicheln. Hierfür werden nur die weltbesten Pistazien, Mandeln und Haselnüsse verarbeitet. Neben dem richtigen Mischungsverhältnis dieser hochfeinen Zutaten verleiht ein streng gehütetes Rezeptgeheimnis den echten Reber Mozart-Kugeln den letzten Schliff und macht den köstlichen Klassiker weltweit einzigartig.

Und ähnlich wie Mozart immer wieder mit neuen Kompositionen begeisterte, entwickelt Reber ständig sein Sortiment an echten Reber Mozart-Kugeln weiter. Neuester Coup ist die weiße Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere. Für die Markteinführung griff man bei Reber auf die Expertise der STI Group zurück – der langjährige Partner von Reber Confiserie für Verpackung und Display.

Im Gespräch mit Sven Römpf, Marketingleiter Reber Confiserie, und Wolfgang Alz, Account Manager STI Group, beleuchtet das Magazin display die Hintergründe und Besonderheiten der Markteinführung der weißen Constanze Mozart-Kugeln Sommer Edition Himbeere und den dazugehörigen POS-Materialien. >>

»» **DISPLAY:** Was zeichnet Mozart-Kugeln von Reber aus?

**SVEN RÖMPP:** Der Genuss von Reber-Produkten lässt den Verbraucher für einen Moment dem Alltag entfliehen und in eine romantisch-verträumte Confiserie-Idylle abtauchen. Reber-Spezialitäten stehen seit jeher für höchste Premium-Confiserie. Nur durch Verwendung bester Zutaten, regionaler Produkte und der komplette Verzicht auf Palmöl und künstliche Aromen sowie Konservierungsstoffe kann die seit 1865 bestehende Qualität garantiert werden. Als mittelständisches Familienunternehmen ist Reber stolz auf seine weit zurückreichende Historie. Der weltweite Erfolg mit der echten Reber Mozartkugel bestätigt durchaus die Philosophie der Marke.

**DISPLAY:** Wie findet das Niederschlag im POS-Auftritt, also in Verpackung und Display?

**SVEN RÖMPP:** Wir verwenden grundsätzlich hochwertige Verpackungen mit geprägten und heißfolierten Elementen. Das ist Standard bei Reber Confiserie! Auch bei den Displays wird großes Augenmerk auf hochwertige Lösungen gelegt.

**WOLFGANG ALZ:** Das spiegelt die Entwicklung des Displays wider. So wurde die Entwicklung der POS-Aktion in Zusammenarbeit mit verschiedenen Fachabteilungen von Reber begleitet. Maßgeblich waren Einkauf, Logistik/Warenfluss und Marketing beteiligt. Das Layout wurde mit einer Designagentur entwickelt. Die Idee eines barocken POS-Auftritts entstand seitens Reber in einem Ideen-Workshop, in welchem die einzelnen Produkte kategorisiert wurden. Die passenden POS-Platzierungen erhielten durch die außergewöhnliche Kontur ihre ganz besondere Optik in Form einer antiken, chicen Möbelvitrine. Alle Mozart-Produkte der Reber Confiserie erhielten damit einen POS-Auftritt im Barock-Stil. Das Display für die nun im Markt eingeführte weiße Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere wurde entsprechend der Markenbotschaft des neuen Produktes nochmal in Design und Optik angepasst, um die gewünschte jüngere Zielgruppe für das neue Produkt zu gewinnen.



„Das Display für die nun im Markt eingeführte weiße Mozartkugel transportiert die Markenbotschaft in Design und Optik perfekt, um die gewünschte jüngere Zielgruppe für das Produkt zu gewinnen.“

Wolfgang Alz, Account Manager STI Group

**DISPLAY:** Was ist das Besondere an der Zweitplatzierung für den Produktlaunch der weißen Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere?

**SVEN RÖMPP:** Die Grundkonstruktion in Form einer barocken Standvitrine befindet sich in Linie mit den weiteren Displays der Mozart-Range. Dennoch sollte sich das Display passend zur neuen Sommeredition in Anmutung und Optik von den bestehenden Produktplat-

zierungen abheben und eine neue Zielgruppe ansprechen. Das Display ist ein optischer Hingucker und unterstützt den Launch als hochwertige Produktpräsentation in Form einer barocken Vitrine im Handel. Das edle und außergewöhnliche Design hebt sich von anderen Präsentationen und den Produkten des Wettbewerbs ab. Die Gestaltung weckt Neugierde und der Shopper erhält direkt viel Einsicht auf das neue Produkt. Das Einsteckplakat mit dem Key Visual dient als zusätzliche Kommunikationsfläche der Markenbotschaft. Dezent Konturlinien im Goldton sowie die Kombination aus Rosa und Mint im Offsetdruck sorgen zusätzlich für eine wertige und frische Anmutung. Das verspricht sommerlichen Genuss pur und beamt den Shopper mal eben kurz in die Wiener Staatsoper.



**Dass Barock und Mozart nicht nur opulent und üppig,** sondern auch frisch und jung daher kommen können, beweist die POS-Aktion von Reber.



„Von der Platzierung her findet man das Display hauptsächlich im Süßwarenbereich, aber auch die Obst- und Gemüseabteilung zeigt sich als perfekter Standort.“

Sven Römpf, Marketingleiter Reber Confiserie

**WOLFGANG ALZ:** Wir haben Kontur und Design einer bewährten Reber Display-Konstruktion für das Launch-Display verändert. So entstand mit wenig Aufwand eine auffällige und optisch völlig neue Platzierung für die Einführung des neuen Produkts. Besonders ist sicherlich die geringe Grundfläche mit einer Achtel-Palette. Und dass trotz der geringen Grundfläche eine hohe Tragkraft und üppige Warenpräsentation möglich ist. Immerhin werden 75 Verpackungseinheiten edel präsentiert.

**DISPLAY:** Welche Vertriebskanäle sind mit dieser Aktion anvisiert worden?

**SVEN RÖMPP:** Dieser Displaytyp ist vor allem für die Klein- und Mittelflächen im LEH und Fach-

handel konzipiert. Von der Platzierung her findet man das Display hauptsächlich im Süßwarenbereich, aber auch die Obst- und Gemüseabteilung zeigt sich als perfekter Standort.

**DISPLAY:** Was sind die Ziele der POS-Aktion neben der Einführung eines neuen Produkts?

**SVEN RÖMPP:** In erster Linie ging es darum, ein Sommerprodukt auf den Markt zu bringen,

welches vor allem auch die jüngere Zielgruppe anspricht. Auch bisherige Nichtkunden von Reber Produkten werden so an die Marke herangeführt. Zudem geht es natürlich darum, das Produkt ansprechend und hochwertig in Szene zu setzen. Über Displays ist man vor allem auch in den Sommermonaten präsenter als nur im Bereich des Süßwarensortiments. Mit der Konstruktion selbst werden zudem auch kleinste Flächen in den Märkten nutzbar.

**DISPLAY:** Sind diese Ziele erreicht worden?

**SVEN RÖMPP:** Die POS-Aktion startete nach Ostern und wurde bis Ende Juli ausgeliefert – ist also noch nicht abgeschlossen. Daher lässt sich der Erfolg noch nicht messen. Der Hineinverkauf in den Handel sowie einzelne Abverkaufsbeispiele lassen einen positiven Trend erkennen. Mit Sicherheit ist aber der Gesamtauftritt des Produktes im Display ausschlaggebend für die positive Resonanz. Wir planen die Aktion kommenden Sommer zu wiederholen.

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



**Mit der weißen Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere** setzt Reber sommerliche Akzente im Süßwarensortiment.

**Neben der etablierten Kundschaft visiert Reber Confiserie** insbesondere die jüngere Zielgruppe mit der weißen Constanze Mozart-Kugel Sommer Edition Himbeere an.

