

ECR Austria Promotion-Display-AG

Agenda AG „Promotion-Displays“

3.4.2017, 10:00 – 13:00 Uhr, Wirtschaftskammer Österreich, Wiedner Hauptstraße 63, SAAL 2, 1045 Wien

ZEIT	THEMA	VERANTWORTLICHER
10:00	Begrüßung, Kartellrichtlinien, Zielsetzung	Teresa Mischek-Moritz ECR Austria
10:15	Feedback überarbeitete Standards-Empfehlung	Alexander Grill Spar
10:30	Präsentation konkreter Themen-Umsetzungen: weiterführende Ergebnisse aus Brainstorming	Teresa Mischek-Moritz ECR Austria
10:45	Emotionalisierung am POS - Interaktive Elemente bei Displays	Norbert Kraus CO2
11:00	Design eines Markttest	Martina Kaltenbrunner Nielsen
11:15	Mögliche Barrieren & Technische Lösungsansätze inkl. Vor- und Nachteile	Gruppenarbeit
12:30	Next Steps	Teresa Mischek-Moritz ECR Austria

Zielsetzungen für heute

- Erste Feedback-Runde zu Standardisierungs-Empfehlung
- Vertiefung der möglichen Platzierungen hinsichtlich Thema und technischer Umsetzbarkeit
- Entscheidung bzgl. Interesse an konkretem Markttest

Feedback zu Standardisierungs- Empfehlung



Danke fürs Feedback von ...

- ... Beiersdorf
- ... Hofer
- ... Nestle
- ... Rewe
- ... Spar
- ... Vöslauer

Offene Herausforderungen ...

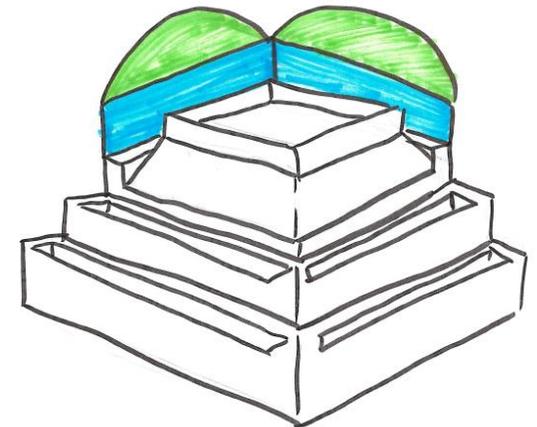
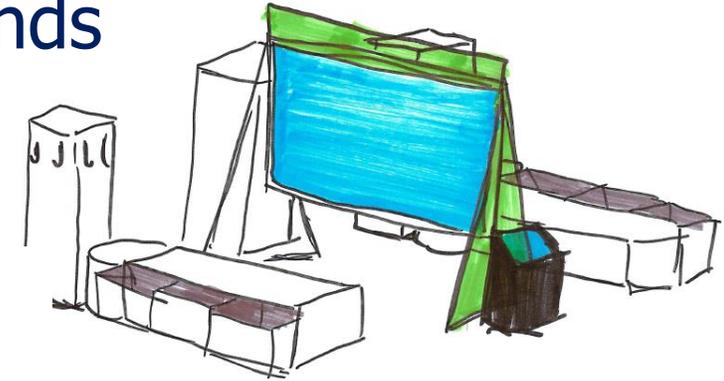
- Werden auch andere Händler (außerhalb des ECR Kreises) Dollys akzeptieren oder müssen Displays auch in Zukunft doppelt angelegt werden?
- Empfehlung bzgl. Ladungssicherheit vs aktueller Realität:
 - Anlieferung Dollys ohne Trägerpalette (wenn mit dann Selbstabheben des Fahrers)
 - Vs
 - Anlieferung Displays generell bzw über 30kg ohne Trägerpalette
 - Empfehlung und Committent zur Nutzung von Trägerpaletten ? Ohne Zusatzkosten? Ohne Mehraufwand für Fahrer?

Promotion Displays: Konkrete Themen- Platzierungen

Weiterentwicklung der Brainstorming-Ergebnisse
vom 14.2.2017 – Alexander Grill/Albert Wolfgang/Teresa Mischek-Moritz

Ausgangspunkt

- Viele Ideen von Schulstart bis Ernährungstrends
- Von richtigen Promotion-Möbeln bis hin zu interaktiven Screens



Zurück zu unseren Standards ;-)

- Herausforderung:
- → mehrere Kategorien in EINEM Auftritt für Konsumenten
- → Emotionalisierung durch Frische-Artikel (O+G, Gebäck, aber auch gekühlte Produkte)
- → Multi-Modularität, um Umsetzung für Groß- und Kleinfläche zu ermöglichen
- → Emotionalisierung durch Interaktivität

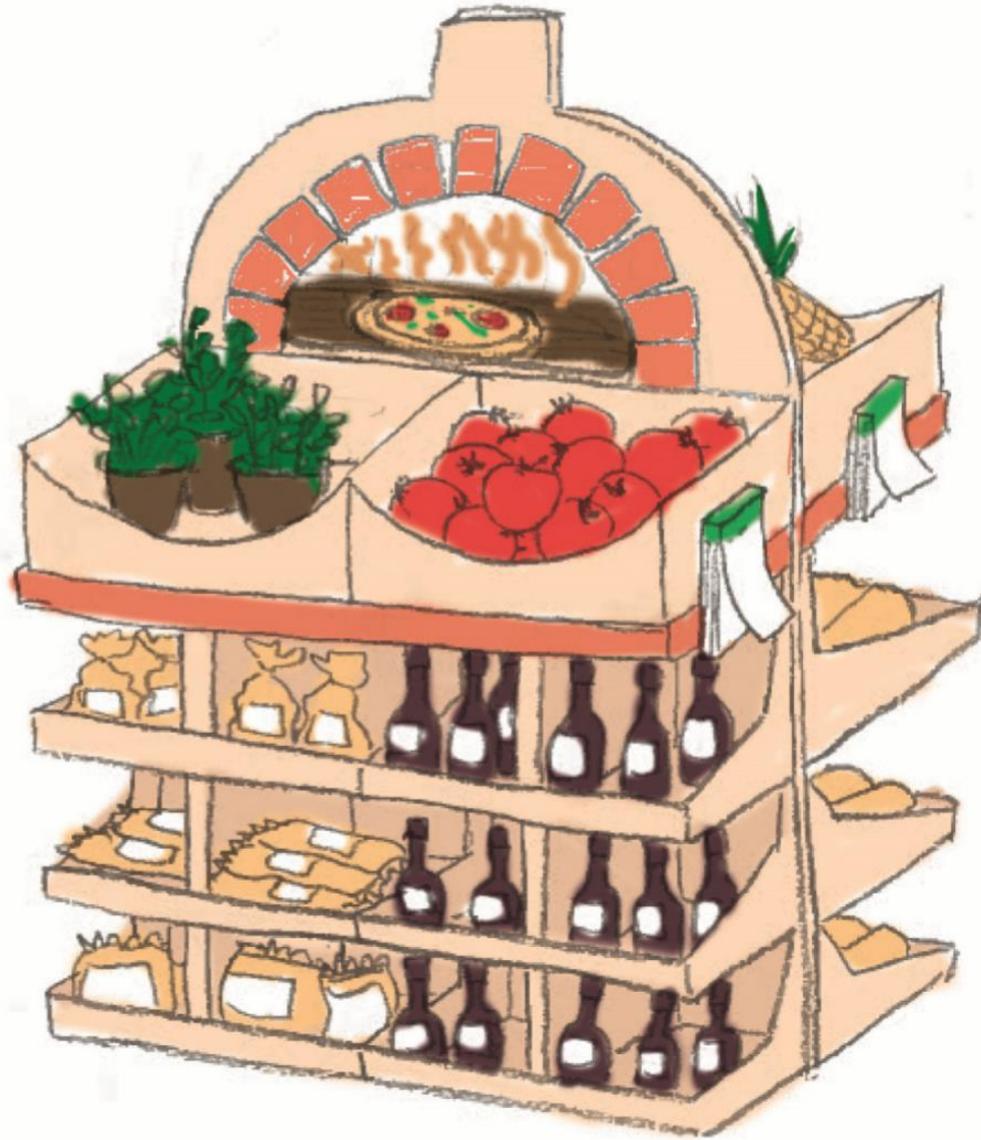
Konzept 1: Grill-Saison

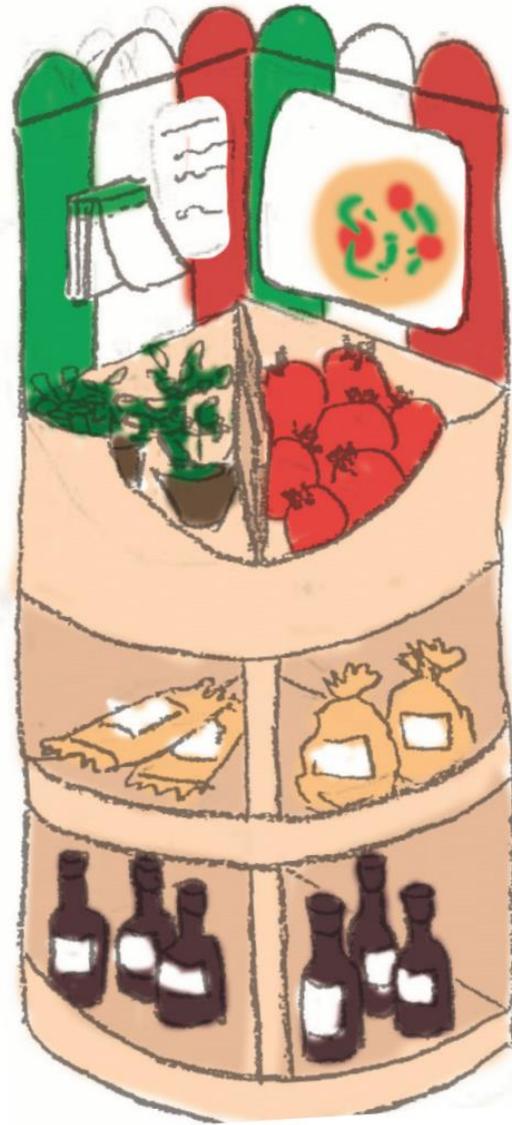
- Alkoholfreie Getränke
- Bier (Radler ?)
- Grill-Saucen
- Fleisch, Würstel aber auch Feta, Halloumi
- Chips & Co
- Kartoffel, Kukuruz, Zucchini, etc.
- Baguette



Konzept 2: Italienische Wochen

- Nudeln/Risotto-Reis/Pizzateig
 - Pastasaucen
 - Wein & Mineralwasser
 - Parmesan, frische Kräuter (frisch vom Händler)
-
- → ebenso „Asiatische Wochen“ oder „Mexikanische Wochen“ möglich!





Konzept 3: Muttertag leicht gemacht

- Tortenboden
- Erdbeeren, Himbeeren
- Schlagobers, Gelatine
- Kleines Rezeptheftchen mit Checkliste
- Süßigkeiten, Bonbonnieren



Konzept 4: Schnelle Snacks

- Schnell & unkompliziert für Konsument und Handel
- zum Auswechselln 3mal/Tag

- Zuerst „schnelles Frühstück on the go“:
 - Kleiner Orangensaft (frisch)
 - Kleine Mehlspeise/Kipferl
 - Müslipackung, Yoghurt oder Milchpackerl
 - Trinkkakao
- Dann Mittags-Snack
 - Snack pot o.ä.
 - Alkoholfreie Getränke
 - Riegel/Schnitte
 - Äpfel o.ä.
- Dann einfaches Abendessen
 - Suppentopf
 - Weckerl
 - Aufstriche
 - AF-Getränke

2 weitere Inputs

- Neue Möglichkeiten der Emotionalisierung am POS
- Wie könnte so ein Markt-Test aussehen?

Umsetzungs- Herausforderungen?

Kombination von Ready-to-sell Viertel-Paletten mit einheitlicher „Verkleidung“



Eigene Pre-merchandised Paletten in abgestimmtem Aufbau & Design



Fragen für Gruppenarbeit

- Welche Barrieren gilt es zu meistern? Und wie konkret?
- Was sind die Basics & wodurch kann die Emotionalisierung erreicht werden?
- Welche konkreten Ziele wollen wir erreichen: Umsatzsteigerung vs. Verhaltensänderung?
- ...

Meilensteine 2017 – Promotion Displays

