

## Handelspartner Zentrale, Markt, Verkauf

### „ButcherShop“ mit Potenzial im LEH

Wurlitzer, Hersteller von Verkaufsautomaten, bietet mit dem „ButcherShop“ Metzgereien und Lebensmittelhandel ein Konzept an, das Zusatzumsätze und Kundenbindung außerhalb der Öffnungszeiten ermöglicht. Im „ButcherShop“ können zum Beispiel frisches Fleisch oder Würstchen für spontanes Sonntagsgrillen oder im Winter fertige Mahlzeiten angeboten werden. Er kann auch im Freien betrieben werden. Der „ButcherShop“ bietet serienmäßig Zubehör wie ein integriertes Kühlsystem (Zweizonenkühlung, Kältebereich bis -3 Grad) und einen Warenlift. Sonderausstattungen (verschiedene



Bezahlssysteme, Schutz gegen Diebstahl und Vandalismus) stehen zur Verfügung. Der Einstiegspreis für das Komplettsystem mit Kühlung und Warenlift liegt bei rund 10.000 Euro. Angeboten wird aber auch ein Leasing-Modell.

### Schottland: Gütezeichen für Milchprodukte

Die schottische Milchindustrie hat auf der Anuga ein neues Gütezeichen vorgestellt, das **hochwertig veredelte Milchprodukte** auf den Weltmärkten bekannt machen soll. Bislang haben sich elf Verarbeitungsbetriebe aus ganz Schottland für die Verwendung des neuen Gütezeichens entschieden. Sie vertreten 18 Marken mit 40 verschiedenen Erzeugnissen, die in drei Produktreihen aufgeteilt

sind: **Heritage** (traditionell), **Artisan** (handwerklich) und **Organic** (Bio). Sie alle werden zu 100 Prozent aus schottischer Milch hergestellt. Das Gütezeichen, das Waren wie Käse und Butter zieren wird, soll nicht nur Käufer auf schottische Waren aufmerksam machen, sondern auch dem Einzelhandel helfen, den Bekanntheitsgrad schottischer Milchprodukte zu steigern.

# Rewe testet Döner-Konzept

Die Rewe-Regionen Südwest und Mitte testen den Verkauf von Dönern auf der Fläche an mobilen Verkaufsständen, die an die Bedientheke angrenzen. Ihr Partner ist die **Taner Foodconcept GmbH** von Taner Gürsoy, die „alles aus einer Hand bietet“: Betreuung vom Erstgespräch bis nach der Einführung, Dönerwagen, Material, Fleisch, Beilagen, Werbung, Einarbeitung. Der erste Markt (**Rewe Kranich in Marburg**) begann seinen Test im April. Inzwischen erproben Kaufleute in neun Märkten das System, das es ansonsten nur in einer Metzgerei gibt. Ende Oktober soll laut Aussage von Taner Gürsoy mit einer Rewe-Listung ein erster Rollout folgen. Die Kaufleute testen alle drei Varianten des Konzepts: die kleinste Ausführung ist 2,1 m breit, 78,5 cm tief und 2,76 m hoch (für den Transport auf der Höhe von 1,95 m teilbar). Diese Version ist für den Verkauf von max. 250 Dönern am Tag ausgerichtet und 1 Mal im Test. Maximal 450 Döner täglich kann Variante 2 leisten (2 Mal im Test). Bei Variante 3 geht es um mehr als 450 Döner täglich (6 Mal im Test). Die **Spanne** liegt pro Döner, der für 2 Euro verkauft wird, bei **40 Prozent**. Tests haben gezeigt, der Döner-Umsatz bringe Zusatzumsatz (Mitnahmeeffekte bei Zigaretten, Getränken etc.).



**1** Zum mobilen **Döner-Verkaufsstand** gehören Saladette, Kühlschrank, Dunstabzugshaube, Döner- und Kontaktgrill, Spuckschutz aus Glas, Warmwasserhygiene, Kassenschublade mit Etikettendrucker.  
**2** **Kinowerbung** für Rewe in Marburg.  
**3** Ein **Leitsystem** soll beim Kundenandrang helfen und rundet das Konzept ab.

Fotos: Wurlitzer, Taner Foodconcept GmbH