

SERVICE UND ERLEBNIS

Der Lebensmittelladen als Raum für Genuss, Inspiration und Innovation

Der Supermarkt ist schon lange nicht mehr nur ein Ort der täglichen Bedarfsdeckung, sondern entwickelt sich immer mehr zu einem Ort, an dem Menschen sich treffen, sich aufhalten und unterhalten werden wollen. Lebensmittelläden werden zu Orten der Begegnung mit Aufenthaltsqualität und zahlreichen Serviceangeboten, die einen Mehrwert für den Konsumenten bieten und ihn begeistern. Neben Restaurants, Cafés und Bistros, die in die Ladenfläche integriert sind, gibt es vielfältige Services und Aktionen, die den Kunden in das Gesamtkonzept einbeziehen und den alltäglichen Einkauf zum Erlebnis machen. Events und Probierstationen bringen den Konsumenten die Waren näher, inspirieren und wecken Ideen für neue Produkte, Gerichte und Zubereitungsweisen. Zugleich werden Qualitätsversprechen überprüfbar und dem Kunden werden Vertrauen und Sicherheit vermittelt. Die Integration digitaler Medien in den gesamten Einkaufsprozess bietet neue Methoden der Informationstechnik und

Gastronomie

Bei Neu- und Umbauten von Lebensmittelmärkten werden heute meist Gastronomie-Konzepte einbezogen und verwirklicht. Handel und Gastronomie verschmelzen miteinander und ergänzen sich gegenseitig. Gefragt sind neben den gängigen Convenience- und To-go-Angeboten auch immer mehr Sit-in-Konzepte, die zum Verweilen einladen. Für ein erfolgreiches Gastronomie-Konzept im Supermarkt ist das Zusammenspiel vieler verschiedener Faktoren wichtig. Eine sinnvolle und schlüssige Positionierung auf der Fläche ist ebenso von großer Bedeutung, wie geschultes und kompetentes

des Produkterlebnisses. Zudem machen es Online-Shops und Lieferservices der Lebensmittelmärkte möglich, das gesamte und zum Teil online erweiterte Sortiment direkt nach Hause zu bestellen. ■



Ein Gastronomieangebot im Supermarkt schafft Atmosphäre und Aufenthaltsqualität. © Loblaws designed by Landini Associates, www.landiniassociates.com

Personal sowie die Ausgewogenheit von Qualität, Preis und Leistung. Um den Kunden einzuladen, Zeit im Café, Imbiss, Restaurant oder Bistro zu verbringen, sind die Atmosphäre und Gestaltung das zentrale Kriterium. Das Design der Gastro-Zone muss auf die Gesamterscheinung und das Markenimage des Unternehmens abgestimmt sein. Zudem ist das Hauptaugenmerk auf eine einladende und angenehme Atmosphäre zu legen. Farbgebung, Materialität, Möblierung und Beleuchtung sollen eine Wohlfühlatmosphäre schaffen und einen Raum für Kommunikation, Unterhaltung und Genuss bieten.



Eine Marken-Promotion in Form eines Aktionsmöbels macht das Produkt für die Kunden erlebbar. © studiomfd

Event und Aktionen

Neben Aktionen wie Markenpräsentationen oder saisonalen Serviceangeboten, wie z.B. Spargelschalen, gibt es immer ausgefallener und aufwendigere Aktionen in Supermärkten. Konzepte wie Koch-Events und Gourmet-Veranstaltungen locken die Kunden auf die Ladenfläche und bringen ihnen die angebotenen Produkte näher. Der Lebensmittelladen wird zur vielfältigen Spielwiese rund um die Themen Essen und Genießen.



Die Möglichkeit, Waren vor Ort zu probieren, spricht die Kunden an und weckt Interesse. © Rindermarkthalle St. Pauli

Probieren und Testen

Nahezu jeder Lebensmittelmarkt bietet heute eine Auswahl seiner Waren direkt beim Einkauf zum Probieren an. Die Kunden können sich so von Geschmack und Qualität überzeugen. Zugleich werden sie animiert, Neues zu testen und zu kaufen. Umgesetzt werden diese Stationen häufig von einzelnen Marken, bei Obst und Gemüse und an den Frische-theken. Sie sind im Sortimentsablauf ein Highlight und Anziehungspunkt.



Die Atmosphäre einer Markthalle macht den Einkauf zum sinnlichen und haptischen Erlebnis. © Rindermarkthalle St. Pauli

Beispiel Rindermarkthalle

Als von Edeka initiiertes Gesamtkonzept beherbergt die Rindermarkthalle in Hamburg neben großen Supermärkten auch zahlreiche feste Stände, die Produkte und Gastronomie anbieten. Sie versteht sich als lebendiger Bestandteil des Stadtviertels und ist ein Ort zum Einkaufen, Arbeiten und Zeit verbringen. Neben der Markthalle, in der mit allen Sinnen eingekauft werden kann, sind Büroflächen und Ausstellungsflächen ebenso integriert wie Arztpraxen und Sportangebote. Das Einkaufen, Essen und Verweilen mit Wochenmarktatmosphäre bildet dabei den Mittelpunkt des Geschehens.