

Das Exklusive betonen

Weil sich die Kundenbedürfnisse und das Kaufverhalten ändern, steigen viele Bäckereien und Konditoreien um und bieten Törtchen statt Torten an. Was das für die Theke und die Präsentation bedeutet, lesen Sie hier.



Tortenhersteller **Coppenrath & Wiese** macht es im großen Stil vor: Das Unternehmen verkleinert die Portionierungen und Packungsgrößen. Einerseits passt es sich damit an die steigende Anzahl der Singlehaushalte an. Andererseits reagiert es darauf, dass das Geld für Torten und feine Backwaren angesichts von Preiserhöhungen bei vielen Kunden nicht mehr so locker sitzt.

Auch Bäckereien und Konditoreien passen ihr Sortiment vielerorts an: Zusätzlich zu traditionellen Sahnetorten werden zunehmend kleinere Törtchen und Kuchen zum Mitnehmen angeboten. Nicht nur die Präsentation in der Theke kann optimiert werden, auch die Energieeffizienz der Technik wird stärker mitgedacht.

Highlights und Kaufanreize schaffen Für die Konditorei **Rosas Glück** im bayerischen Miltenberg hat **bfm Ladenbau** eine individuelle Theke konzipiert, die die Handwerkskunst optimal in den Fokus stellt. „Es sind energieeffiziente und gleichzeitig optisch ansprechende Kühlungen gefragt, in denen Pralinen, Torten und andere Konditoreiprodukte perfekt zur Geltung kommen“, sagt Geschäftsführer **Michael Keck**. „Daher



Nach vorne geneigte Front bietet den Kunden perfekte Sicht auf die Backwaren.

haben wir unsere eigene Kühlung entwickelt und spezielle Stufenkühleinsätze im Angebot.“ Zudem ist die passende Lichtplanung zu jedem Ladenkonzept unabdinglich. „Die Theke muss je nach Produkt mit der richtigen Lichtfarbe ausgeleuchtet sein, ohne dabei zu viel Licht auf das Produkt zu geben“, erläutert er. „Licht lenkt das Auge des Kunden und schafft Highlights und Kaufanreize.“

Kauf soll Einkaufserlebnis sein Mehr denn je gilt es, die Exklusivität des Produkts zu demonstrieren. „Dafür kreie-

ren wir ein verkaufsförderndes Ambiente, das den Kundinnen und Kunden ein Einkaufserlebnis verschafft. Dazu gehört neben dem ansprechenden Design auch die stetige Thekenweiterentwicklung.“ So ermögliche es eine um sieben Grad nach vorne geneigte Front, näher an die Produkte heranzutreten.

„Die Kunden sind den Waren spürbar näher und haben eine perfekte Sicht auf die Backwaren, da durch die besondere Formgebung keine Spiegelung auf der Frontscheibe entstehen kann.“



Ladenbauexperte Michael Keck

Verkaufsförderndes Ambiente und ansprechendes Design: Das Licht lenkt das Auge des Kunden und schafft Kaufanreize.