



Die Jury

von links:

Hans Jürgen Krone,
Chefredakteur
Convenience Shop

Reiner Graul,
Geschäftsführender
Gesellschafter
Bormann & Gordon
Unternehmens-
beratung GmbH,
Bad Homburg

Torsten Eichinger,
Geschäftsführer MCS
Marketing und
Convenience Shop
System GmbH,
Offenburg

Günther Rothfuchs,
Director Sales &
Marketing Germany,
Austria & Switzerland
SSP Deutschland
GmbH, Frankfurt

Ulrike Pütthoff,
Redakteurin
Convenience Shop

Andreas Förster,
Mitglied der Ge-
schäftsleitung der
Casualfood GmbH
und Gesamt-
bereichsleiter
Quicker's, Frankfurt

Wolfgang Fahrer,
Inhaber der EFA
Tankstellenbetriebe
und Mineralölhandel
GmbH, Karlsruhe

Heike Reinecke,
Inhaberin einer
Westfalen- und einer
Markant-Tankstelle,
Bochum



Es ist entschieden

Vorhang auf für die Bestplatzierten im Wettbewerb Shop des Jahres '18.

>> Die Jury hatte in drei Kategorien zu entscheiden. Bei den Bahnhöfen/Flughäfen machte Casualfood mit seinem Quicker's an der U-Bahn-Station in Hamburg-Altona das Rennen. Ein bundesweit noch unbekannter, in seiner Region aber präsenster Name überzeugte bei den C-Stores/Nahversorgern/Kiosken: der Stadtkiosk Nordhorn. Und bei den Tankstelle/Raststätte fiel die Abstimmung zugunsten der Aral-Tankstelle in Aalen aus.

Alle drei sind zwar noch nicht lange am Netz, doch ihre Strukturdaten und Umsatzentwicklungen zeigten, dass sie die Feuerprobe bestanden haben. Mit 20 Monaten ist der Quicker's das „älteste“ Objekt unter den Erstplatzierten. Die Aral-Tankstelle implementierte das Lekkerland-Konzept Frischwerk im November 2016

und Julius Frilling eröffnete seinen Stadtkiosk im März 2017.

Alle drei haben einen auf ihre Zielgruppe und den Standort zugeschnitten Shop geschaffen und damit bewiesen, dass auch Kleinflächen zukunftsfähig sind, wenn man die neuen Verbraucher- und Konsumgewohnheiten für eine Geschäftsidee zur Grundlage macht. Die zunehmende Mobilität und der steigende Anteil des Außer-Haus-Verzehrs sind nur zwei Beispiele dafür. Selbst Julius Frilling, der sich auf das klassische Kiosk-Sortiment fokussiert hat, bietet zum Beispiel eine kleine Kaffee-Auswahl an, für On-the-go, aber auch für einen schnellen Genuss im Stehen. Und auch auf den 40 qm des Quicker's bekommen die Passanten ihren Coffee-to-go.

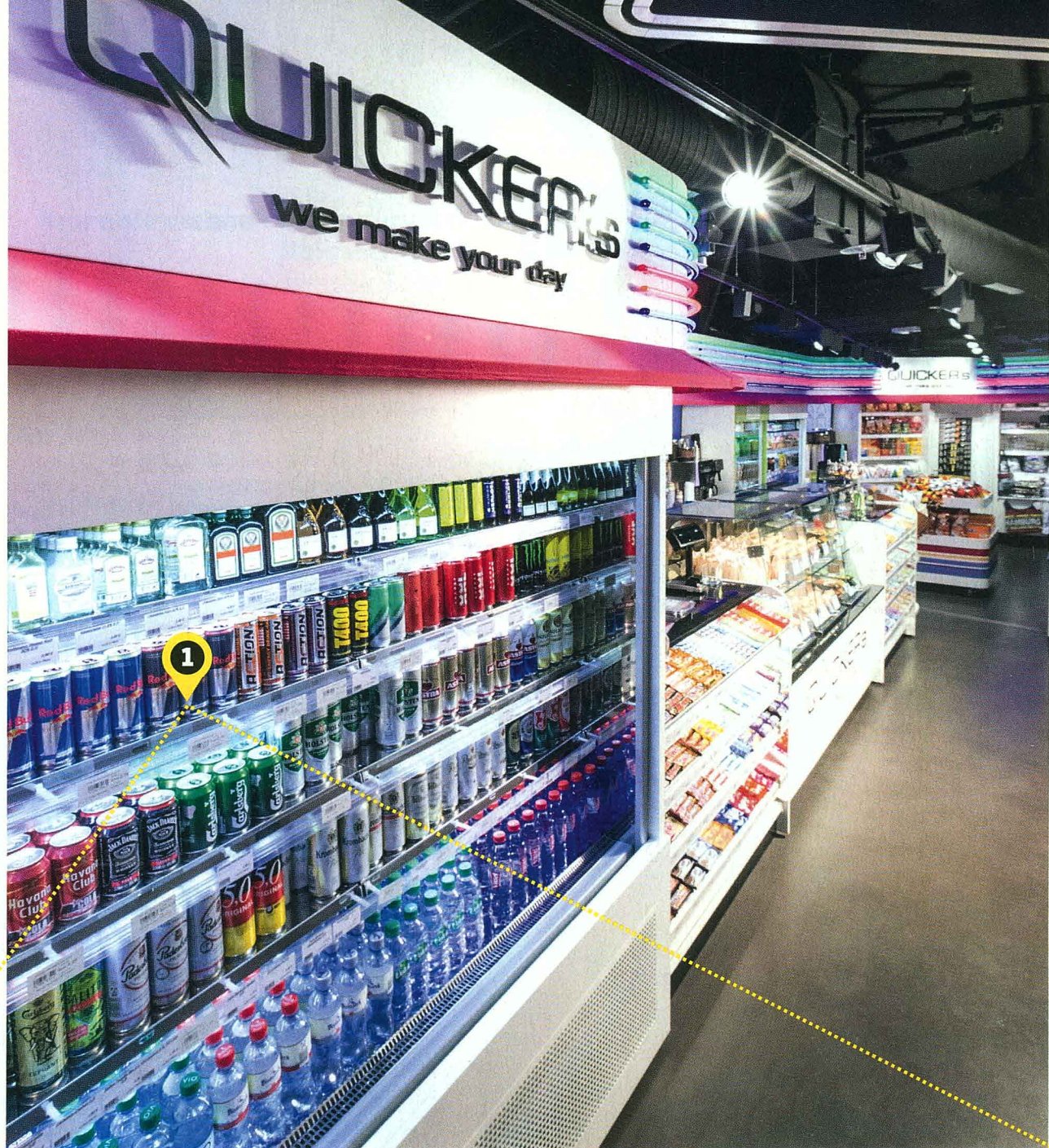
Anonymität war gestern, Kundenbindung ist heute: Frilling entwickelte eine Marke für seinen Kiosk um den Wiedererkennungswert zu steigern und lädt die Kunden zum so genannten Klangkiosk, einem musikalischen Abend, ein. Auch kann man bei ihm eine Frühstück-Flatrate für ein Jahr gewinnen. Der Quicker's und auch die Aral-Tankstelle setzen Digitale Fokuswände ein. So sind Passanten immer gut über Sortiment, Neueinführungen und Preise informiert.

Auf den Folgeseiten haben wir zusammengefasst, was die Juroren sonst noch überzeugte. Auch in diesem Jahr saßen wieder Praktiker am Tisch, die sich mit der Convenience-Branche und dem Shop-Geschäft tagtäglich beschäftigen. Mit dabei waren:

Den Wettbewerb unterstützt haben Coca Cola, Vio und POS Tuning

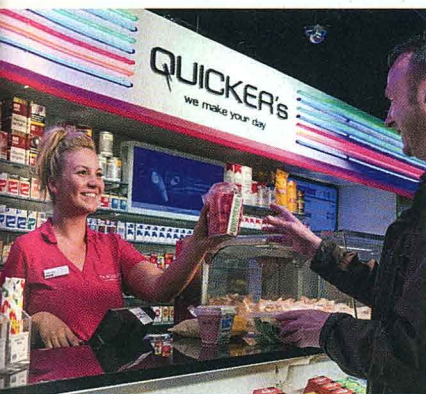


Schnelligkeit in den Bedienungsabläufen wird am Bahnhof Altona großgeschrieben. Darum gibt es dort, abgesehen vom Coffee-to-go, vieles in SB.



>> Auf die Schnelle Quicker's S-Bahn-Station Hamburg-Altona

Das Geschäft steht und fällt mit der Schnelligkeit, denn wer den Quicker's an der S-Bahn-Station Hamburg-Altona passiert, hat es eilig. Auf ein Getränk für den Weg zum Flughafen oder einen süßen Riegel muss er dennoch nicht verzichten. Und kleine Andenken an die Hansestadt, Tabakwaren oder frische Snacks und Smoothies bekommt er dort auch noch. Alles abgepackt, denn zum Bedienen bleibt wenige Zeit. 6.800 Kunden nutzen das Angebot in der Woche zwischen 5.30 und 22 Uhr. Auf den nur 40 qm versorgen insgesamt sieben Vollzeitkräfte die Kunden. Der Quicker's ist eine Art Baukasten, in dem sich Module anderer Vertriebsformate von Casualfood wiederfinden: Zum Beispiel ein Natural-Regal mit seinem Healthy-Food-Angebot. Für Trendprodukte ist auch noch Platz.





>> Trennung von Foodservice und Shop-Bereich

Aral-Tankstelle Aalen

Die Kunden sind irritiert: Tankstelle oder Bäckerei? Kein Wunder, wenn sie den Shop der Aral-Tankstelle in Aalen betreten, stehen sie gleich vor einer Backwaretheke. Links davon – einsehbar, aber durch eine Wand trennt – liegt das klassische Shop-Sortiment: Tabak- und Impuls-Süßwaren, Prepayed-Karten, Presseerzeugnisse usw. Betreiber Kurt Dalacker und Nathan Catalano haben auf den knapp 93 qm das neue Lekkerland-Konzept Frischwerk umgesetzt. Es fusst auf den Grundwerten der Unterwegsversorgung. Und dazu gehört auch Frische, die sich nicht nur im der Backwaretheke, sondern auch in Form von Meal-Deals (mehrere Mahlzeitenkomponenten zu einem Einheitspreis individuell zusammengestellt) wiederfindet.

Eine Fläche, zwei Bereiche: Die Aral-Tankstelle zeichnet die Flächenteilung für Shop-Sortiment und frischen, portionsgerechten Convenience-Produkten aus.



Kleine Fläche, großes Engagement: Der Stadtkiosk in Nordhorn hat sich mit modernen Vermarktungsideen und konsequenter Sortimentsausrichtung einen Namen gemacht.



>> Kiosk-Marketing

Stadtkiosk Nordhorn

Im Stadtkiosk Nordhorn hat Betreiber Julius Frilling seine Philosophie für die Kleinfläche umgesetzt: Weg vom Notfall-Versorger hin zum modernen Nahversorger mit Aufenthaltsqualität. Darum ist ihm auf der 130 qm großen Fläche ein stimmiges Gestaltungskonzept wichtig. Außerdem lenkt er mit einem ausgetüftelten Beleuchtungskonzept die Kunden zu den wichtigsten Sortimenten. Und das sind Zeitungen/Zeitschriften, gekühlte Getränke insbesondere Energydrinks sowie Tabakwaren. Besonders Ausgenmerk liegt dabei auf der Beratung zu E-Zigaretten. Darüber hinaus führt der Stadtkiosk über Impuls-Süßwaren sowie Wein, Sekt, Spirituosen. Das Frilling-Team sieht sich nicht als Verkäufer, sondern als Dienstleister und schafft weitere Angebotsschwerpunkte mit Post, Lotto/Toto und Bargeldversand.

