

Leistungsgruppe 4 Displays

3. Platz

Zentis Neue Ernte Display Gissler & Pass GmbH

Beschreibung:



Im Herbst 2017 hat Zentis die traditionelle Marzipan Kartoffel für kurze Zeit in hochwertiger 70/30er Edelmarzipan Qualität angeboten, um die Marzipansaison in der dunklen Jahreszeit einzuläuten. Unter dem überraschenden Motto „Neue Ernte“ sollte der Klassiker Marzipan Kartoffel neu inszeniert werden.

Die Lösung: Ein kreatives ¼-Chep Aktionsdisplay mit konturgestanzten Flügeln, das sympathisch und aufmerksamkeitsstark ist. Der freundliche Kartoffelbauer überrascht die Kunden und verleiht der Platzierung eine hohe Emotionalität.

USPs:

- Kreative Inszenierung mit starkem Absatzimpuls
- Eine pfiffige Faltkonstruktion der konturgestanzten Rückwand ermöglicht einen kompakten Transport des bestückten ¼ Chep-Displays ohne Überstände. Die Rückwand wird seitlich eingeklappt sowie über die oberste Lage des Displays und einen Teil der Vorderseite abdeckend gefaltet. Die Produkte werden somit für den Transport geschützt, es sind keine weiteren Polster nötig. Wird der Transportstülper im Handel entfernt, lässt sich die Rückwand einfach aufrichten und in Position bringen.
- Beidseitige Bedruckung ermöglicht freistehende Platzierung
- Das Thema „Neue Ernte“ ermöglicht neue Platzierungsmöglichkeiten im Handel (z.B. Obst- und Gemüseabteilung)



Die aufmerksamkeitsstarke und sympathische POS-Inszenierung schafft im Handel Absatzimpulse für das Herbstgeschäft und hat positive Auswirkungen auf das Kaufverhalten. Die Assoziation zur echten Kartoffel über das Thema „Neue Ernte“ und über das Design der Platzierung überrascht die Kunden auf pfiffige, sympathische Art und führt zu Impulskäufen.

Die Aktion wurde am POS mit auffälligen Platzierungen an für Süßware ungewöhnlichen Standorten wie beispielsweise der Ost- und Gemüseabteilung, umgesetzt.

Im Frühling 2018 und auch im Herbst 2018 wird die Aktion im Handel wiederholt.

Beurteilung der Jury:

Sympathie und Frische vermittelt dieses Aktionsdisplay auf den ersten Blick und weckt damit die Neugier der Verbraucher am POS. Die mit der Marke Zentis assoziierten Qualitätsstandards werden dabei eindrucksvoll in Szene gesetzt und auf sympathische Art und Weise auf das betreffende Produkt übertragen – die Marzipankartoffel. Dies erlaubt dem Handel aufmerksamkeitsstarke Platzierungen auch außerhalb der üblichen Produktgruppe, was für zusätzliche absatzsteigernde Impulse sorgt. Dank einer ausgeklügelten Faltkonstruktion kann das fertig vorkonfektionierte Display am POS mit zwei Handgriffen ausgepackt und werbewirksam aufgestellt werden.