



## Gewinner 2017 Supermarkt

Text: Linda Schuppan, Alexandra Stojčić Fotos: Reinhard Rosendahl

### Rewe Richrath Kategorie Supermarkt

Absolutes Vorreiterkonzept: Top-Abteilungscharakter mit Erlebnis, durchdachtes Regionalkonzept und ein Verpackungsprojekt, das nach flächendeckender Umsetzung ruft.

#### Das zeichnet die Abteilung aus

- > **Lässige Moderne** im Ladenbau trifft Professionalität bei O&G, bei der **creative Vermarktungsinseln** nicht zu kurz kommen
- > Das Team nimmt den Kunden mit auf eine „Reise“, bei der Impulskäufe stark getriggert werden
- > Einzigartiges **Regionalkonzept**: eigene Dachmarke, sogar mit regionaler Convenience
- > **Vorreiterprojekt** bei Verpackung: Zwei verschiedene Tüten sparen pro Woche ca. 150 kg Plastik

#### Daten und Fakten

- > **Adresse:** Schwertnergasse 1, 50667 Köln
- > **Verkaufsfläche gesamt:** 1.600 m<sup>2</sup>
- > **Verkaufsfläche O&G:** 190 m<sup>2</sup>
- > **Flächenproduktivität O&G:** 7.032 Euro
- > **Gesamtumsatz:** 8,35 Mio. Euro
- > **Umsatzanteil O&G:** 16 %
- > **Anzahl O&G-Sorten:** ca. 350
- > **Anzahl Mitarbeiter O&G:** 3,5



State of the Art in der Kölner Opernpassage: Ladenbau, Service, Sortiment – hier stimmt alles.

# „Die Zukunft heißt verpackungsfrei“

Was Rewe Richrath in Köln mit Obst und Gemüse anstellt, sucht seinesgleichen: moderner Ladenbau, Sortimentserlebnis und ein Pilotprojekt, das bald überall Zukunft sein könnte.

**B**ereits im vergangenen Jahr hatte die Jury über diesen Kandidaten heiß diskutiert. Es war das erste Mal, dass Achim Krich, bei Richrath zuständig für den Geschäftsbereich O&G, die Abteilung ins Rennen schickte. National hatte es dann doch nicht ganz gereicht. Die Konkurrenz war zu stark. Mit dem Landessieg in

Eine Initiative von:



Schirmherrschaft







- 1 „Bitte nutzen Sie diese Tüten nur für Bio-Produkte“: Die Tüte ist aus nichtgenmanipulierter Maisstärke und soll lose Bio-Ware von unnötigem Plastik befreien.
- 2 In nur einem Markt spart die Mannschaft pro Woche rund 150 kg Plastik ein – das kommuniziert das Team offensiv und plakativ.
- 3 „Wir aus der Region“ heißt die Eigenmarke, unter der Richrath sogar Convenience herstellt. Marketing gibt 's per Flatscreen.
- 4 Moderne trifft spielerische Inseln – die Abteilung schafft einen tollen Mix aus Wohlfühlen und Zeitgeist.



aber „besser als Plastik“, so der Rewe-Mann. Rund 150 Kilogramm Plastik spart er so pro Woche ein. Richrath ist damit Vorreiter in der Branche. Der Appell an die Kollegen ist deutlich: „Wir müssen wieder zurück denken und uns fragen, was haben wir uns da angeschafft und angetan?“.

Zieht die Rewe bald nach, wenn einer ihrer Top-Kaufleute vormacht, wie's geht? „Das kann ich mir gut vorstellen“, sagt Lutz Richrath.

### Eigenmarke: regionale Convenience

Auch das Thema Regionalität geht das Richrath-Team ein klein wenig anders an als der Rest der Republik. Unter der Marke „Wir aus der Region“ führt das Unternehmen ein ganzes Dachmarkenkonzept ein. Machen andere auch, richtig. Richrath setzt noch eins drauf und bietet den Kunden regionale Convenience. „Wir haben von allen Wettbewerbern Convenience-Produkte getestet und uns war klar: Wir können das besser“, erzählt Krich.

Heute betreibt Richrath eine eigene Produktionsstätte für das Thema. Sechs Leute arbeiten mittlerweile in Vollzeit an Salaten und Gerichten aus der Region. Unser Fazit: ein Vorreiter für die gesamte O&G-Branche! □

der Tasche entwickelte Krich das Konzept in der Kölner Opernpassage zusammen mit dem Team stetig weiter. Und dann gab es ja noch diese eine Vision, die Krich im Kopf hatte: Es müsste doch möglich sein, den Verpackungswahn bei O&G einzudämmen.

### Fast verpackungsfrei: Plastik-Stopp

Krich bespricht sich mit seinen Chefs, die geben grünes Licht: Recherchieren und umsetzen! Vor zwei Jahren testet Krich eine abbaubare Tüte in der Abteilung. Die Resonanz ist so gut, dass das Team dranbleibt. „Heute haben wir zwei Arten von Tüte. Eine aus Milchsäure mit einer Verrottungszeit von sechs Monaten“, erklärt Krich. Die zweite greift bei loser Bio-Ware – und hat zwecks Unterscheidbarkeit eine andere Farbe. „Die ist aus nichtgenmanipulierter Maisstärke“, sagt Krich. Zwar nur zu 90 Prozent abbaubar,

Mit freundlicher Unterstützung von:

