



**Migros Märtplatz, Basel:**

# «Migros Daily» – das neue Convenience-Konzept

Im November 2016 wurde die wohl speziellste Filiale der Migros Genossenschaft Basel wiedereröffnet. Dabei überrascht die Migros Märtplatz die Kundschaft gleich doppelt: Komplette im Retro-Look gestaltet wartet sie mit einem neuen Convenience-Sortiment auf. Für die appetitliche Präsentation der warmen Speisen wurde die Beer Grill AG aus Villmergen beigezogen, die kurzerhand eine noch nie dagewesene Verkaufsvitrine kreierte...

*Text: Maja Hartmann, Fotos: Rolf Neeser*

Als im Jahr 1952 an der Eisengasse in Basel der erste Migros-Markt (MM) der Schweiz eröffnet wurde, war das eine kleine Sensation: Neu dabei war, dass ein SB-Lebensmittelladen auch Haushaltsartikel und Textilien führte. Seither hat sich einiges verändert: 1982 wurde das Gebäude und die zweistöckige Filiale modernisiert und neu organisiert. Danach blieb es jedoch relativ lange still um die Filiale in der Basler Innenstadt. Deshalb war es 2016 höchste Zeit für eine grundlegende Veränderung. Die Filiale an bester Lage wurde im Rahmen einer Komplet-Renovation an die heutigen Kundenansprüche angepasst. Dabei galt es, einerseits die gesamte Technik auf den modernsten Stand zu bringen und andererseits die Kundenführung neu zu konzipieren:

Die Migros Märtplatz wurde Anfang November 2016 in einem völlig neuen Look wiedereröffnet.

Bei der Inneneinrichtung setzten die Verantwortlichen ganz auf die Karte «Nostalgie». Das Interieur nimmt die Ästhetik der Filiale aus den 50er-Jahren auf und spielt mit der Spannung zwischen Moderne und Tradition. Für die Beschilderung wurden schwarze Tafeln mit dunklem Holzrahmen gewählt. Die Räume wurden teilweise mit einer orangen, eigens für die Migros gestalteten Tapete überzogen, und an den Wänden wurden originale Fotografien aus den 50er-Jahren platziert. Sogar die Regale wurden schwarz gestrichen, um den Stil optimal abzurunden.





Verkaufsfördernde Kundenführung im Migros Märtplatz in Basel: Gleich beim Ein- und Ausgang der Migros-Filiale ist der Bereich mit den Sofortkonsum- und Convenience-Artikeln – mit den «Migros Daily»-Angeboten in den Verkaufs-, Präsentations- und Warmhalte-Vitrinen «Culinario Master Duplex» der Beer Grill AG im Mittelpunkt – positioniert, so dass sich die Kunden innert Minuten mit den favorisierten Convenience-Produkten versorgen und zur Kasse eilen können.



## Ladenbauer mit Flair für Spezialanfertigungen

Dass diese Migros-Filiale nicht standardmässig daherkommt, gefällt nicht nur den Kunden, sondern auch Erich Rickenbacher, dem Geschäftsführer der Hans Rickenbacher AG aus Läfelfingen, der mit der Realisierung des neuen Interieurs beauftragt war. «Der Umbau war sehr herausfordernd, dafür aber umso spannender. Es ist immer schwierig, neuste Technik und Möbel in einem Gebäude aus dem letzten Jahrhundert unterzubringen. Hier an der Eisengasse hatten wir beispielsweise damit zu kämpfen, dass der Boden ein Gefälle von 50 Zentimetern aufweist.» Alle Möbel mussten aus diesem Grund in irgendeiner Form an die Gegebenheiten angepasst werden. Auch die sehr knappen Platzverhältnisse stellten die Ladenbauer vor Herausforderungen. «Wir haben uns beispielsweise dafür entschieden, mit weniger tiefen Regalen zu arbeiten als üblich. So bleibt für die Kunden mehr Platz zum Zirkulieren. Die Sortimentsvielfalt kann aber trotzdem optimal präsentiert werden», betont Erich Rickenbacher gegenüber GOURMET.

## Durchmischte Kundschaft, breites Sortiment

Wie sieht das Kundenprofil der Filiale direkt beim Basler Marktplatz aus? «Der Standort ist anspruchsvoll», erklärt Thomas Jeger, Verkaufschef Gastronomie der Migros Genossenschaft Basel, «weil wir ein äusserst durchmisches Publikum bedienen. Es gibt einerseits die Anwohner, die auch hier im Zentrum einen Laden brauchen, wo sie ihren täglichen Einkauf tätigen können. Andererseits sind wir umgeben von Büro- und Gewerbebetrieben und haben deswegen viele Kunden, die sich schnell verpflegen oder auf dem Heimweg noch die nötigsten Lebensmittel einkaufen möchten.» Auch Touristen, Studierende und Schüler huschen oft herein, um sich einen kleinen Snack zu schnappen, um dann sofort wieder ihres Weges zu gehen. Entsprechend wurden Besucherführung und Sortiment auf den Kunden-Mix abgestimmt.

Die zweistöckigen Verkaufs-, Präsentations- und Warmhalte-Vitrinen «Culinario Master Duplex» der Beer Grill AG inszenieren das Convenience- und «Daily»-Angebot der Migros Genossenschaft Basel auf optimale Weise. Morgens stehen vor allem salzige Brot- und Backwaren in den doppelstöckigen Warmhaltetheken im Angebot.



## Neues Konzept: «Migros Daily»

Mit der neuen Filiale Märtplatz setzt die Migros Genossenschaft Basel ein Supermarkt-Konzept um, das unter dem Namen «Migros Daily» schweizweit lanciert wird. «Es handelt sich um ein neues Sortiment an ultrafrischen Sofortkonsum-Artikeln, das den heutigen Ansprüchen der Kunden in Bezug auf Convenience-Produkten entspricht», erklärt Thomas Jeger. Dass dieses Konzept erfolgreich ist, zeigen die bisherigen Erfahrungen. «Wir sind sehr zufrieden mit der Sortimentsumstellung. Die Filiale verzeichnet seit der Wiedereröffnung eine Zunahme der Kundenfrequenz von rund 20 Prozent – diese Steigerung geht klar auf den Convenience-Bereich zurück», ergänzt der Verkaufschef Gastronomie. Gerade die warmen Mittagsmenus, die in den ökologischen Karton-Verpackungen der Migros Daily-Linie mitgenommen werden können, haben das Publikum überzeugt. «Wir rechnen damit, dass in der warmen Jahreszeit dann auch die frischen Salate, belegten Brote oder Birchermüesli noch stärkeren Absatz finden werden», sagt Thomas Jeger.

## Personelle Umstellungen

Um das neue Konzept umsetzen zu können, wurden auch personelle Veränderungen in der Filiale Märtplatz vorgenommen. Gerade der Umgang mit warmen Speisen und die Präsentation des Frisch-Convenience-Sortiments müssen gelernt sein. «Wir hatten Glück, dass wir mit Haluk Gür einen Filialleiter gewinnen konnten, der vorher Leiter eines Migros Take-Away war. Er hat somit eine grosse Produktaffinität und jahrelange Erfahrung im Umgang mit der technischen Infrastruktur mitgebracht», berichtet Thomas Jeger. Zudem wurden drei Mitarbeitende für die neuen Aufgaben geschult, welche mit der Umstellung auf «Migros Daily» einhergehen.



Mittags wird das «Migros Daily» Menu-Angebot in den Mittelpunkt gestellt, wobei Filialleiter Haluk Gür persönlich dafür sorgt, dass die «Daily»-Gerichte immer frisch, appetitlich und nachfragefördernd präsentiert werden.



## Kleine Küche, kurze Wege

Vom Powerfrühstück mit frischem Kaffee über diverse Salate, Sandwiches und Sushi bis hin zu warmen Pasta-Gerichten, Pizza und Patisserie bietet die neue Migros Märtplatz eine grosse Bandbreite an Sofort-Verpflegung an. In der neuen kleinen Gastro-Küche direkt neben den Kühl- und Wärmetheken werden die Sandwiches frisch zubereitet, und die warmen Speisen und die Backwaren werden nach Bedarf frischgebacken und regeneriert. «Die Platzverhältnisse sind sehr beschränkt», sagt Filialleiter Haluk Gür zu GOURMET, «aber sie wurden optimal ausgenutzt. Dadurch, dass wir von der Küche zur Theke gerade mal einen Schritt entfernt sind, ist die schnelle und sichere Bestückung der Vitrinen kein Problem.»

## Custom Design auch bei den Vitrinen

Gerade die Vitrinen, die das neue Sortiment ins beste Licht rücken sollen, hatten den Ladenbauern zuerst einige Sorgen bereitet. Die schmale Ladenfläche direkt beim Eingang der Filiale war nicht einfach einzurichten. Alles musste so organisiert werden, dass die Speisen einfach zugänglich, schön präsentiert und dennoch optimal gekühlt bzw. gewärmt werden. Erich Rickenbacher erinnert sich: «Es war sofort klar, dass wir nicht mit Standard-Vitrinen arbeiten konnten. Deshalb haben wir die Spezialisten der Beer Grill AG beigezogen. Wir wussten, dass sie eine Wärme-Vitrine genau nach unseren Vorstellungen realisieren konnten.»

Nach einem Anruf bei Willy Iten, Key Account Projekt Manager bei der Beer Grill AG, machten sich die Spezialisten aus Villmergen an die Konzeption der passenden Verkaufsvitrine. Aufbauend auf dem bewährten Modell «Culinario Master» der Beer Grill AG wurde eine Wärmethke konstruiert, die massgeschneidert ins Ladenkonzept am Märtplatz integriert werden konnte.



Optimale Speisenpräsentation dank bewährter Steuerungstechnologie der Beer Grill AG: Dank der separat einstellbaren Warm- und/oder Neutralbeleuchtungen und der freien Einstellung von Unter- und Oberhitze bieten die Verkaufs- und Präsentationstheken «Culinaro Master Duplex» der Beer Grill AG alle denkbaren Optionen für eine attraktive und verkaufsfördernde Präsentation der warmen Speisen.



Erfolgreiche Lieferantenpartnerschaft: Thomas Jeger, Verkaufschef Gastronomie der Migros Genossenschaft Basel, flankiert von Geschäftsführer Erich Rickenbacher von der Hans Rickenbacher AG (links) und von Willy Iten, Key Account Projekt Manager der Beer Grill AG.

## «Culinaro Master Duplex» im Einsatz

«Hier sehen Sie eine 'Culinaro Master Duplex', wie es sie sonst nicht gibt», erklärt Willy Iten im Gespräch mit GOURMET. «Wir haben acht doppelstöckige Wärmeeinheiten aneinandergefügt, um den Platz optimal ausnützen zu können. Da wir normalerweise nicht mehr als fünf Einheiten hintereinander platzieren, mussten wir bei der Umsetzung kreativ werden. Unsere Entwickler waren gefordert – aber das ist ja das Schöne an solchen Projekten! Wir betrachten es als Chance, neue Wege zu gehen. Technisch ist so vieles möglich, man muss es nur wagen», betont Key Account Projekt Manager Willy Iten von der Beer Grill AG.

## Zuverlässige Beer-Steuerung

Mit der zuverlässigen Beer-Steuerung der «Culinaro Master»-Vitrine können die warmen Speisen der Migros Märtplatz optimal auf zwei Ebenen inszeniert werden. Dabei bleiben sie stets frisch und appetitlich. Denn über das einfach zu bedienende Panel lassen sich die Temperaturen jeder Wärmeeinheit einzeln steuern. Und mit der separat einstellbaren Unter- und Oberhitze und der wählbaren Warm- und/oder Neutralbeleuchtung bietet die Wärmetheke alle möglichen Optionen, das Speiseangebot optimal zu präsentieren und dabei gleichzeitig die geschmackliche und optische Qualität der Gerichte zu erhalten.