



■ **Deutsche** Rewe arbeitet weiter an Supermarkt-Konzept

Rewe testet neues Marktlayout 2020



Die Rewe arbeitet weiter an ihrem neuen Supermarkt-Konzept unter dem Motto: „Mein Rewe“. Im Mittelpunkt sollen dabei Frische, Flexibilität und Regionalität stehen. Aber auch mehr Kundennähe ist angedacht.

Um alles dies zu erreichen, kooperiert das Kölner Einzelhandelsunternehmen mit dem Ladenbau-Designer Interstore. Dieser hat ein Storekonzept mit neuer Positionierung ausgearbeitet, das nun gemeinsam mit Schweitzer Project an einigen Teststandorten in ganz



Lionel Souque, CEO

Deutschland umgesetzt wird. Der erste Teststore wurde bereits 2016 in München eröffnet, der vierte Anfang April 2017 in Kronberg. Auf je rund 2.000 m² präsentiert sich der Lebensmittelkonzern seinen Kunden Sortimente als regionalen Marktplatz aus der Nachbarschaft, mit einem starken Fokus auf Frische, Convenience und regionale Produkte. Neben einer grundlegenden Änderung der Kundenführung, die sich durch die Positionierung der Convenience Abteilung im Eingangsbereich auszeichnet, setzt das neue Konzept den Fokus gezielt auf die Frische. Der Kunde wird bei seinem Gang durch den Markt von frischen Produkten begleitet.

Der Convenience-Auftritt wurde durch die Implementierung einer Sushi-Bar, Salat- und Snackstationen und beispielweise am Standort München durch die Integration eines Starbucks verstärkt. Neben den Take Away-Angeboten lädt das neue „Deli am Markt“ Restaurantkonzept mit Sitzplätzen zum Verweilen ein. Durch die Verwendung von Holz, weißlackiertem Stahl und hellen Fliesen hinter den Frischetheken soll eine klare, freundliche Atmosphäre erzeugt werden. Durch die Produktpositionierung und die Kommunikation auf der Fläche wird starker Fokus auf die Eigenmarken wie „Rewe to Go“ sowie auch die lokalen Produkte gelegt, berichtet der angesehene Online-dienst „LP Kompakt“.