

FALLSTUDIE
HOF

INDIVIDUELL UND LECKER – MÜSLI MIT PERSÖNLICHER NOTE



EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

IM KÖLLN-HAFERLAND DRUCKEN KUNDEN INDIVIDUELLE MÜSLI-LABELS

Ein eigenes Müsli zusammenstellen und mit einem persönlichen Etikett versehen – dies und vieles mehr kann man im Kölln-Haferland. Das Traditionsunternehmen bietet in seinem Flagship-Store in der Hamburger City Alt und Jung ein gastronomisches Erlebnis rund um die beliebten Haferspezialitäten.

Wer kennt sie nicht, die Haferflocken von Kölln. Im Haferland in der Steinstraße im Herzen von Hamburg wird die Traditionsmarke, die inzwischen über 30 verschiedene Produkte anbietet, erlebbar.

Der Flagship-Store überrascht seine Gäste mit einem besonderen Konzept, einer Mischung aus ganztägiger Gastronomie, Manufaktur und Geschäft. Die natürlichen Zutaten und der hohe Qualitätsanspruch, für die ja auch die Kölln-Produkte stehen, spiegeln sich im Laden in der hauptsächlich aus Naturmaterialien bestehenden Einrichtung wieder.

Die Besucher können zum Beispiel an Veranstaltungen der Manufaktur teilnehmen, eine Pause im Deli einlegen und sie finden am Ladentresen eine große Auswahl an Speisen und Getränken – neben verschiedensten Müslivariationen zum Beispiel auch süße Kuchen und pikante Quiches, die eines gemeinsam haben: Hafer als Basiszutat.

Voll im Trend liegt zudem die Möglichkeit, sich an der Müslimacher-Station ein individuelles Müsli zusammenzustellen und die eigene Mischung gleich mit einem selbst gestalteten Etikett zu versehen.

Das Haferland bildet auch die Grundlage für verschiedene Aktionen und Partnerschaften. So trat der HSV bereits als „Frühstückspartner“ in Aktion und aus der Zusammenarbeit mit dem, um die Ecke gelegenen „Chocoversum“ entstand unter anderem die Spezialmischung „Edles Schoko Müsli“. Auch eine Kooperation mit Hamburger Schulen ist geplant. Schulklassen können dann in der Manufaktur alles über Hafer lernen und an Back- und Kochworkshops teilnehmen.

Flagship 2014

Feierlich eröffnet wurde das Kölln-Haferland im Juni 2014. Pläne für einen solchen Flagship-Store bestanden im Hause Kölln allerdings schon seit 2009. In diesem besonderen Rahmen wollte man die Vielfalt des Kernerzeugnisses Hafer zeigen und mit den traditionellen Werten des bereits 1820 von Peter Kölln gegründeten Unternehmens, das heute knapp 300 Mitarbeiter beschäftigt, verbinden.

Dabei war Hamburg als Standort für die in Norddeutschland verwurzelte Firma die erste Wahl – die Großstadt verfügt über umfangreiches Einzugsgebiet und die anvisierte Zielgruppe ist gut vertreten.

Peter Kölln KGaA



Wichtige Fakten

- Robuster Drucker, kompakt und einbaufähig
- Unkompliziertes Handling

Die Qualität stimmt und die Tinte ist haltbar und verwischt nicht

Soenke Ledtje

Albert Bauer Companies | Beratung / Vertrieb



Wie im gesamten Haferland

Als dann Ende des Jahres 2013 endlich auch die passende Location gefunden wurde, ein repräsentatives, 340 Quadratmeter großes Ladengeschäft mit viel Schaufensterfläche inmitten der City, wurde das Projekt Haferland, in das Kölln rund eine Million Euro investiert hat, unter Hochdruck umgesetzt.

Zahlreiche Partner, Berater und Lieferanten waren daran beteiligt. Unter der Federführung des Kölln-Marketingleiters Jörg Büttner übernahm eine große Hamburger Agentur die Realisierung des Konzepts. Die Auswahl der Hard- und Software sowie die Erstellung der Multimedia-Inhalte und der Templates auf dem Touchscreen, der den Etikettendrucker ansteuert, lagen beim Kommunikationsspezialisten Albert Bauer Companies.

Umfangreiche Anforderungen

„Es war schon eine Herausforderung, unter dem Zeitdruck die passende Hard- und Software für das Haferland auszuwählen“ erläutert Soenke Ledtje von Albert Bauer Companies. Rund um die Uhr müssen zum Beispiel die beiden Bildschirme in der Mediawand und der Monitor im Schaufenster laufen. Sie weisen die Besucher des Haferlands und Passanten softwaregesteuert unter anderem auf verschiedene Aktionen hin und liefern Informationen zu den Kölln-Produkten.

„Für sämtliche Geräte gab es umfangreiche Anforderungsprofile, so auch für den Etikettendrucker“ so Ledtje weiter. Dabei kam es vor allem darauf an, dass der Drucker farbig ausgeben kann sowie robust, leicht bedienbar, kompakt und einbaufähig ist, denn das Gerät verschwindet im täglichen Betrieb hinter einer Abdeckung. Zudem musste der Printer Rollenmaterialien verarbeiten können, die Wartung einfach sein und natürlich sollte das Preis-Leistungsverhältnis stimmen.

„Ich bat unseren Unit-Leiter Druck über unseren Geschäftspartner vom Kennzeichnungsspezialisten Niesel-Etikett, auf der Messe Imprint in Hannover nach einem entsprechenden Etikettendrucker Ausschau zu halten – er meldet sich mit dem Datenblatt des ColorWorks C3500 von Epson bei mir zurück. Der Printer kann dank seiner Ausgabegeschwindigkeit von bis zu 103 Millimeter pro Sekunde die Etiketten auch bei hohem Kundenaufkommen schnell genug produzieren, die Qualität stimmt und die Tinte ist haltbar und verwischt nicht. So war die Entscheidung schnell getroffen“ führt Ledtje aus „ auch die Installation und Inbetriebnahme des ColorWorks C3500 verliefen ohne Probleme – ein großer Vorteil angesichts des engen Zeitrahmens.“

Attraktiv: Individuelle Etiketten für Müsli-Mischungen

Die Möglichkeit, sich sein persönliches Wunschl Müsli inklusive Label zusammenzustellen, ist für viele Kunden die Attraktion des Shops. In der Hafermühle, die das Herzstück des Flagship-Stores bildet und die übrigens extra für das Haferland gebaut wurde, kann man zwischen drei verschiedenen Grundmischungen wählen. An der Müslimacher-Station stehen dann 15 weitere Zutaten, die Toppings, zur Verfügung, aus denen man seine drei Lieblingsergänzungen wählen kann - vom Vital-Kerne-Mix über blanchierte Mandeln mit Honig und Salz bis hin zu Zebrakreiseln ist hier für jeden Geschmack etwas dabei.

Ist das Müsli fertig zusammengestellt, folgt das Ausdrucken des individuellen Etiketts. Dazu wählt der Kunde per Touchscreen einfach zwischen derzeit drei verschiedenen Grunddesigns, die jeweils in

dominieren auch im Deli natürliche Materialien und die Blautöne des Kölln-Logos die Einrichtung.



Der Ladentresen des Haferlands bietet eine große Auswahl an Speisen und Getränken.



An der Müslimacher-Station stellen sich viele Haferland-Besucher ein individuelles Müsli zusammen...



Ist die Abdeckung geöffnet, kann das Ladenpersonal Farbkartuschen und Etikettenmaterial des Epson ColorWorks C3500 problemlos wechseln.

Weitere Informationen unter:

EPSON®

Deutsch und Englisch vorliegen. Diese kann er mit eigenen Texten versehen. Dann verrichtet der Epson ColorWorks C3500 seinen Dienst unauffällig hinter seiner speziell konstruierten Abdeckung. Das fertige Etikett klebt der Kunde anschließend auf seine Müsliüte.

So wird aus der eigenen Müsli-Mischung zum Beispiel ein attraktives Geschenk mit persönlicher Note. „Fast jeder Kunde, der sich seine persönliche Müsli-Mischung zusammenstellt, nutzt auch die Gelegenheit, ein individuelles Etikett zu drucken“ sagt Jessica Poek, die Filialleiterin des Haferlands. „Beides wird von den Kunden sehr gut angenommen und erfreut sich stetig wachsender Beliebtheit“ Den Wechsel der Farbkartuschen sowie das Nachfüllen des Etikettenmaterials übernimmt das Ladenpersonal nach kurzer Anleitung. „Eine wirklich unkomplizierte Angelegenheit“ lobt Jessica Poek.

www.epson.de

www.koelln.de