



Corporate

Frontwork

Frontwork erweckt die fleischlose Coop-Filiale in Zug zum Leben

Coop eröffnete den ersten fleischlosen Supermarkt. Das POS - Konzept von Kreisvier wurde von Frontwork in die Tat umgesetzt.



**WERBEWOCHE**Fachmagazin für Werbung,
Medien und Marketing

Online-Ausgabe

Werbewoche
8031 Zürich
044/ 250 28 30
www.werbewoche.chMedienart: Internet
Medientyp: Fachpresse
UUpM: 48'000
Page Visits: 67'047

Web Ansicht

Auftrag: 1074805
Themen-Nr.: 666.009Referenz: 66399322
Ausschnitt Seite: 2/5

1 / 8

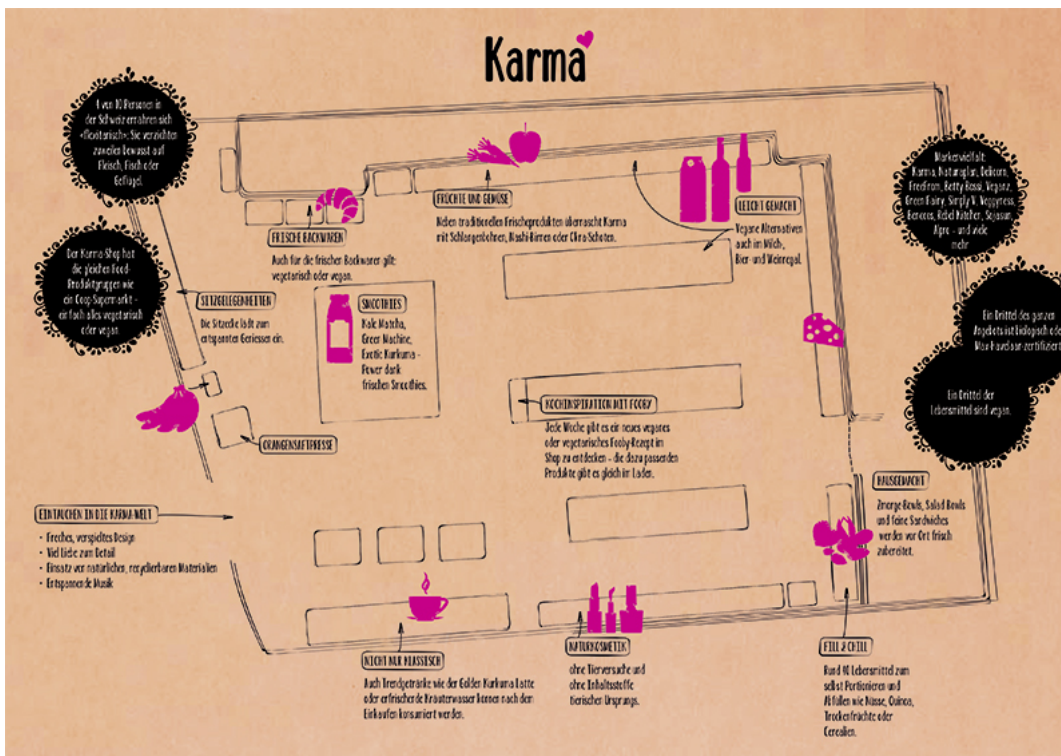
In diesem Coop in Zug gibt es kein Red Bull, keinen Schnaps, keine Zigaretten – und auch kein Fleisch. Auf rund 140 Quadratmetern findet man ausschliesslich vegetarische und vegane Produkte. Das neue Konzept heisst « Karma ». Karma bietet eine kulinarische Vielfalt aus aller Welt: von Falafel und Couscous über indisches Dal bis zu Guacamole und Thai - Currys.

« Rund 40 Prozent der Schweizer Bevölkerung verzichten bewusst einmal pro Woche auf Fleisch », sagt Coop - Chef Joos Sutter. Das neue Konzept soll also nicht nur Vegetarier und Veganer ansprechen, sondern auch sogenannte Flexitarier, also Personen, die bewusst wenig Fleisch konsumieren.



Das POS - Konzept für « Karma » stammt aus der Feder der Agentur Kreisvier, **Frontwork** erweckte es zum Leben. Die Spezialisten für Ambiente kreierten die Inneneinrichtung bis ins letzte Detail: Frische und freche Materialien mit verspielten Sujets zaubern im Innenraum eine gemütliche, stimmige Atmosphäre. Der Boden ist mit Schablonen und abriebfester Farbe gestaltet worden, mit einem Farbauftrag von nur 0.02 mm. Die grossflächige Wandfront wirkt stimmig, lauschig und verführerisch. Die Beschriftungen sind in 3 - D, konturgräst und mit Folien versehen.

Packendes Detail: Auf die Tapete kann jedes beliebige Sujet gedruckt werden. **Frontwork** verewigte das « Karma » - Logo auch auf Holzelementen wie Stühlen, Theken und Regalen. Das Brandzeichen wurde mit Hilfe einer Messingplatte angebracht, die auf 600 bis 800 Grad erhitzt wurde. Eine Magnet - Tafel zeigt das Team des Shops mit Fotos und Namen. Sogar die persönlichen Namensschilder der Mitarbeitenden tragen die typische Handschrift von « Karma » . Die Ladenwerbemittel für Rayons, Neuheiten und Aktionen sind mit Magnetklippern bestückt und auswechselbar.



Die Kommunikation während des ganzen Projektes war lösungsorientiert, der Umgang unkompliziert und flexibel. Das « Karma » - Projekt blieb geheim, bis der schweizweit erste Supermarkt dieser Art eröffnet wurde.





Verantwortliche Agentur: Kreisvier Communications; Christian Jost-Cellarius (Client Services); Simone Bratsche, (Projektleitung und Beratung). Verantwortlich für Innenarchitektur: Brem+Zehnder, Muhen. Verantwortlich für Herstellung: **Frontwork**, Fabio Vareni und Tinu Graf.

Di 22.08.2017 - 11:26 Tags **Frontwork** Coop Kreisvier Thema Detailhandel

Wirtschaftsgebiet & Region

Zug

Basel

Zürich

Alpen und Voralpen



Westmittelland

Ostmittelland