



Coop eröffnet ersten fleischlosen Supermarkt

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». Überraschend trendig und frisch im Auftritt, mit einem speziellen Sortiment. 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 spricht also nicht nur Vegetarier und Veganer an, 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, konturgefräst und mit Folien versehen. Packendes Detail: Auf die Tapete kann jedes beliebige Sujet gedruckt werden.

Die Namensschilder der Mitarbeitenden tragen die typische Handschrift von «Karma». 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 Magnetklippeln 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.





