

Fenix

Einkaufserlebnis zählt



Eine breite Palette an Produkten, die dem Kunden ein angenehmes

Einkaufserlebnis vermitteln bietet Meto Fenix: „Mit Meto Produkten können neue Shop-Konzepte im Ladenbau, die dem Trend ‚Weg vom Versorger hin zum Einkaufserlebnis folgen‘ besser und einfacher umgesetzt werden“, ist sich Meto Geschäftsführer Ilija Medic sicher. Dazu zählen unter anderem die Pro-

duktlinie Emotion Line, damit können große Flächen über den Regalen kostengünstig dekoriert werden.



Damit Kunden die Waren leichter finden und die Regale stets voll wirken, kann ein so genannter Pusher befestigt werden: Dieser schiebt immer das vorderste Produkt an die Regalfront. Diese Variante gibt es unter dem Namen Visi auch für den Getränkebereich.

Für Fenix GF Medic liegen die Trends auf der Hand: „Die visuellen Ansprüche der Kunden liegen immer höher. Eine ansprechende Warenpräsentation und ein ungestörtes Einkaufserlebnis werden immer wichtiger“, so der Experte.

Lichtwerbung

struktionsfläche bis zu 25m² groß sein. Durch den Einsatz der neuen Leuchtdioden können bis zu 50 Prozent an Energiekosten gespart werden.

Kahmann Frilla beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und betreibt zwei weitere osteuropäische Niederlassungen in Prag und Bratislava.