

## BAHNHOFSBUCHHANDEL

**Lagardère Travel Retail eröffnet neuen Relay Reinvention im Hauptbahnhof Neuss**

Lagardère Travel Retail hat am 18. Juli im Hauptbahnhof Neuss eine nach dem neuen Shopkonzept Relay Reinvention modernisierte Filiale eröffnet. Der komplett umgebaute Laden der Marke Relay präsentiert sich nun auf 128 Quadratmetern mit modernem Ladenbau, digitalen Serviceangeboten sowie mit einem One-Stop-Shopping-Warenangebot, das speziell für diesen – vor allem für den Nahverkehr wichtigen – Bahnhof zusammengestellt wurde.

Die Ladenmöblierung präsentiert sich in hellen Elfenbeintönen und warmen Holzoberflächen. Das modulare Sortimentsprinzip lässt sich individuell nach Standort und Zielgruppe anpassen, erweitern und umstellen. Mit einer klaren Trennung zwischen verschiedenen Warengruppen sowie einer leicht verständlichen Sortimentsauszeichnung sorgt der neue Relay Reinvention für eine einfache Orientierung im Shop.

Für viel Aufmerksamkeit sollen große Screens in den Schaufenstern sorgen. Zudem sollen Bildschirme mit thematisch wechselnden Inhalten auf der Fläche das Interesse der Kunden auf das Warenangebot lenken. Ein „Kids Touch“ mit einem umfangreichen Spieleangebot soll bei den Kindern für angenehme Zeitvertreib sorgen.

Das Kernsortiment des neuen Relay Reinvention besteht aus einem umfangreichen Angebot an Presse und Buch. „Neben der für Relay typischen Vielfalt von aktuellen Tageszeitungen und Magazinen, bieten wir auch eine große Comic-Auswahl und sind speziell bei Manga-Heften bestens sortiert“, sagt Friederike Martens, COO Travel Essentials bei Lagardère Travel Retail. Ergänzt wird das Presse- und Buch-Sortiment um Snacks und Getränke sowie um so genannte Travel Needs. „Wir haben“, betont die Managerin, „zum Beispiel das Angebot an technischem Zubehör wie etwa Kopfhörer deutlich erweitert.“ Zusätzlich finden die vielen Fans des rund 30 Kilometer von Neuss entfernt beheimateten Bundesligacclubs Borussia Mönchengladbach eine breite Auswahl von Fan-Artikeln ihres Lieblings-Clubs. (AK)

*Am Hauptbahnhof Neuss hat Lagardère Travel Retail seine Filiale der Marke Relay komplett modernisiert und dem neuen Shopkonzept Relay Reinvention angepasst. Werbescreens sollen neugierig machen*



## CONVENIENCE-KONZEPTE I

## Valora: Zweiter Avec-Store in Berlin eröffnet



Mit Frische begeistern – so lautet das Motto des noch jungen Convenience-Formats „avec“ von Valora. Seit März dieses Jahres lädt eine weitere Filiale in den Berliner Gropius Passagen zum One-Stop-Shopping ein. Auf 67 Quadratmetern finden Kunden dort ein vielfältiges Sortiment. „Ziel ist es, mittel- bis langfristig von den Kunden ganz bewusst als Anlaufstelle für frischen Unterwegsgenuss wahrgenommen zu werden“, erklärt Peter Obeldobel, Vorsitzender der Geschäftsführung Valora Holding Germany.

Das Berliner Avec Outlet ist nach Gelsenkirchen die zweite Filiale des neuen Formats und ein Konzept, das nach Verbraucherinterviews neu entwickelt wurde. „Wir haben dem Convenience-Format eine neue strategische Ausrichtung gegeben, die sich in einem modernen, zukunftsweisenden Ladenbau- und Sortiments-Konzept widerspiegelt“, erklärt Peter Obeldobel.

Das Avec-Angebot ist auf eine Rundum-Versorgung zu jeder Tageszeit ausgerichtet. Es reicht von frischen Smoothies, Joghurts, Protein Drinks über Power Bars, Salate, Suppen und Sushi bis hin zu Sandwiches, süßen Backwaren, Paninis, Pizzen und einer großen Auswahl an frischem Brot. Abgerundet wird das Sortiment durch das Kaffeeangebot der Schweizer Kaffeebarkette Caffè Spettacolo, ebenfalls aus dem Hause Valora, die auf Kaffee aus biologischem und Fair Trade-Anbau setzt. Roger Knill, Leiter der Valora Business Unit Convenience, betont: „In Berlin erreichen wir in den Morgenstunden sehr viele Pendler mit unserem Angebot. Das macht diesen Standort besonders erfolgreich. Aber auch in Gelsenkirchen, wo sich die Avec-Filiale in der Innenstadt befindet, verzeichnen wir gute Zahlen.“

Bis Ende des Jahres plant Valora drei weitere Eröffnungen – zwei davon im Oktober im Raum Stuttgart. „Mit unserem Partner der Deutschen Bahn expandieren wir in den Bahnhöfen mit dem Convenience-Store-Konzept DB ServiceStore. Mit Avec gehen wir an Verkehrsknotenpunkte außerhalb der Bahnhöfe der Deutschen Bahn AG. Unser Ziel ist es, regionale Verkehrsbetriebe und Zentrale Omnibusbahnhöfe noch besser zu erschließen.“

Valora zählt zu den Top-10-Franchise-Systemen in Deutschland. Da sich das ursprünglich aus der Schweiz stammende Avec-Konzept in Deutschland noch in der Einführungsphase befindet, wird es derzeit aber noch in Eigenregie der Valora geführt. „Wir probieren viel aus – das geht als Eigenstelle zunächst einfacher. Jedoch überlegen wir, im kommenden Jahr die ersten Läden ins Franchise zu überführen“, sagt Roger Knill. Wie viel in das neue Convenience-Format investiert wird, hänge vor allem von der Anzahl der Kunden und dem jeweiligen Standort ab. Da modular gebaut werden soll, könnten aber auch an Orten mit mittlerer Frequenz Avec-Filialen realisiert werden.

Bestehende Filialen anderer Valora-Formate wie P&B oder k kiosk/cigo in Avec-Standorte zu verwandeln, sei aktuell nicht geplant, sagt Knill. „Wir vertrauen im Retailbusiness auf unsere drei Standbeine und sehen Wachstumschancen in all diesen Bereichen“, erläutert Knill. Ein besonderer Fokus liege derzeit auf der Expansion von cigo, Avec und DB ServiceStores. Der Bereich Food soll in allen Formaten weiter ausgebaut werden. Insgesamt will Valora allein in diesem Jahr deutschlandweit in über 100 Neueröffnungen und Vollumbauten investieren. (RD)



## CONVENIENCE-KONZEPTE II

**Lagardère: Hub Convenience Store 2.0 nach Umbau neu eröffnet**

Lagardère Travel Retail modernisiert sukzessive das Filialnetz seiner Hub Convenience Shops. Ende Juni eröffnete das Unternehmen mit Sitz in Wiesbaden, nach dem Umbau des bisher auf dieser Fläche untergebrachten „impressed by RELAY“ eine weitere Filiale des Konzepts am Frankfurter Flughafen. Das Geschäft liegt im Terminal 2 hinter der Sicherheitskontrolle innerhalb des Schengen-Bereichs und ist der zweite Hub Convenience Store, der nach einem neuen Konzept modernisiert wurde.

Das neue Shop-Konzept rückt die Themen Kundenservice und One-Stop-Shopping noch stärker in den Mittelpunkt und kommt den Kundenwünschen nach einem schnellen Einkauf entgegen. Denn in den Shops der neuen Hub Convenience-Generation sollen digitale Informationsterminals für die richtige Produktauswahl und für kurze Shopping-Zeiten sorgen. Dem One-Stop-Shopping-Gedanken folgend finden die Kunden in der neueröffneten Filiale alles, was sie auf ihrer Reise benötigen. Präsentiert wird das Sortiment auf einer Fläche von 40 Quadratmetern und umfasst von Presse und Buch über ein breites Angebot an Souvenirs, Reisebedarf, Drogerieartikel auch eine große Auswahl an Getränken und Snacks.

„Mit seinem modernen Ladenbau, dem perfekt an die Standortanforderungen zugeschnittenem Sortiment sowie den digitalen Beratungs- und Verkaufshilfen“, ist Friederike Martens, COO Travel Essentials bei Lagardère Travel Retail, überzeugt, „bieten wir mit dem Hub Convenience der neuen Generation die zeitgemäße, erfolgreiche Convenience-Shop-Lösung für jeden Flughafen oder Bahnhof.“ (AK)



## IMAGE-WERBUNG

**Ludwig: Ein schöner Zug der Leipziger Straßenbahn**

„Wir sind täglich für Sie da“ – und im Leipziger Stadtgebiet überall unterwegs: Seit Mai dieses Jahres wirbt die Bahnhofsbuchhandlung Ludwig (Unternehmensgruppe Dr. Eckert) mit diesem Werbeslogan auf einer Leipziger Straßenbahn. Die schönste Bahnhofsbuchhandlung Deutschlands, wie sie häufig bezeichnet wird, will damit erstmals auch im ÖPNV außerhalb des Bahnhofs in großem Stil auf sich aufmerksam machen. Heike Lobin, Ludwig-Filialeleiterin in Leipzig, erklärt: „Werbung auf Straßenbahnen ist für uns eine zielfüh-

rende Idee. Wir werben so in der ganzen Stadt mit unserem tollen Ambiente, das den Einkauf bei uns zu einem ganz besonderen Erlebnis macht.“ Ein weiteres Argument lieferte die aktuelle Kundenbefragung, die kürzlich bei der Jahrestagung des Verbands der Bahnhofsbuchhändler vorgestellt wurde: Mehr als ein Drittel der Kunden, so ergab diese Studie unter anderem, sind nämlich gar keine Bahnreisenden. Diese Kunden besuchen den Bahnhof nur wegen der Qualität der Bahnhofsbuchhandlung. (RD)

© UG DR. ECKERT

**Verband Deutscher Bahnhofsbuchhändler e.V.****Geschäftsstelle des Verbandes Deutscher Bahnhofsbuchhändler e.V.:**

c/o Dr. Michael Roggen, Sternstraße 67, 40479 Düsseldorf · **Telefon:** 0211 491598-7, **Telefax:** 0211 491598-98

**E-Mail:** Ursula.Roggen@t-online.de · **Internet:** www.vdzb.de

**Vorsitzender:** Peter Obeldobel, Hamburg; **2. Vorsitzender:** Torsten Löffler, Berlin; **Schatzmeister:** Daniel Seidl, Düsseldorf

**Verantwortliche DNV-Redakteure:** Ralf Deppe, Tel.: 040 609009-80, E-Mail: ralf.deppe@presse-fachverlag.de  
Aynur Kaya, Tel.: 040 609009-93, E-Mail: aynur.kaya@presse-fachverlag.de