BAS

Nachhaltiger mit Kunststoff

Ein wiederverwendbarer Kunststoffwarenträger kann Zweitplatzierungen nachhaltiger machen, jedenfalls wenn es sich dabei um das Proteus Smart Display handelt. Ökologische Innovationen sind für BAS ein Top-Thema – auch bei den Eigenproduktionen des Werbemittelhändlers.

Smarte Öko-Displays

Jedes Jahr werden in der Displayindustrie Unmengen von Karton verarbeitet – und verschwendet. Die Lösung von BAS: ein wiederverwendbares, wandelbares Display namens Proteus. Das 40 mal 60 Zentimeter große System aus recycelbarem Kunststoff und Metall wird wie ein Teleskop auf die gewünschte Größe auseinandergezogen. Jedes der fünf Regalfächer lässt sich einfach in fünf Stufen verstellen. Das Display kann eine Gesamtlast von 200 Kilogramm tragen. Dadurch ist Proteus als Standard für das gesamte Sortiment nutzbar.

Für jede Aktion erhält es eine komplett neue, individuelle Verkleidung. Dabei stehen über 18.750 Konfigurationsmöglichkeiten zur Verfügung. „Die hauchdünne Ummantelung lässt sich ganz einfach austauschen. Im Vergleich zu einem Wegwerf-Display reduziert sich somit der Verbrauch von Pappe um 90 Prozent“, weiß Patrick Kastelic. „Unsere nachhaltige und zugleich intelligente Lösung setzt einen neuen Standard im Bereich der Zweitplatzierungen. Proteus spart Zeit, Geld und Ressourcen und ermöglicht Echtzeiteinblicke in die Performance der Promotion“, bringt der Geschäftsführer von BAS die Vorzüge des Systems auf

Eine der ökologischen Innovationen im Sortiment von BAS ist das smarte, wiederverwendbare POS Display Proteus. Es spart 90 Prozent des üblichen Kartonverbrauchs ein und macht den Erfolg der Zweitplatzierung durch Sensorik messbar. Bild: BAS

„Wir leben und arbeiten nach dem Prinzip ‚Vermeiden-Reduzieren-Ausgleichen'".

Patrick Kastelic, Geschäftsführer BAS Bild: BAS

den Punkt.

Intelligente Displays: Echtzeiteinblicke in die Promotion

Kastelic zufolge liegt der Knackpunkt bei den handelsüblich vorbefüllten Kartondisplays vor allem darin, dass die industriegetriebenen Standardvolumen die unterschiedlichen Gegebenheiten im Handel nicht berücksichtigen und daher oftmals nicht optimal abverkauft werden. Die Folge: ein unattraktives Durcheinander an unansehnlichen und lückenhaft bestückten Promotion-Displays, die weder einen Nutzen für den Kunden noch den Handel und die Industrie haben. Durch den standardisierten Prozess reduziert Proteus die Vorlaufzeiten von zwölf auf zwei Wochen, senkt die Gesamtkosten und macht gleichzeitig mehr Promotionaktionen möglich. „Das Ergebnis für alle Beteiligten – mehr Umsatz", so das Versprechen von Kastelic.

Das „Gehirn" der POS Lösung ist das Proteus Promotion Portal. Die webbasierte Plattform ermöglicht es den Kunden aus Handel und Industrie, Produktdaten zu hinterlegen, das Display virtuell zu konfigurieren und zu befüllen. Innerhalb weniger Minuten ist die Promotion aufgesetzt und die Druckdatenvorlage kann für die graphische Befüllung ausgegeben werden. Durch die im Display integrierte iOT Technologie werden sensorisch Lücken in der Befüllung registriert und automatisch gemeldet. So kann auf die aktuelle Nachfragesituation im Markt umgehend reagiert und das Display nachbefüllt werden. Indem das intelligente Display permanent mit dem Handel kommuniziert, sorgt es quasi selbst für einen stets tadellosen Auftritt. Und ganz nebenbei übermittelt Proteus auch noch Marktdaten in Echtzeit, wie den Abverkauf. Proteus hilft also, Marketingmaßnahmen messbar und effizienter zu machen.

Jumbo platziert die ersten 5.000 Proteus Displays

Mit Jumbo hat sich kürzlich der erste Retailer entschieden, in 650 Märkten ausschließlich 5.000 Proteus zu platzieren, um so jährlich 150.000 Pappdisplays zu vermeiden. Dadurch werden zum einen im Bereich der Eigenmarkenpromotions circa 50 Prozent Einsparungen ermöglicht und gleichzeitig Erträge durch die Vermietung der Lösung an die Industrie erzeugt. Hergestellt werden die Displays vom belgischen Unternehmen Pure Value. BAS übernimmt als Vertriebspartner die Distribution in der D-A-CH-Region.

Smart auf eine ganz andere Art ist dieses POS-Display aus Holz, das BAS für Vaude gefertigt hat. Es soll nicht zum Kauf anregen, sondern den Reparatur-Service des Outdoor-Ausrüsters „verkaufen". Bild: BAS

Das noch junge Unternehmen bietet ein umfangreiches Portfolio an Werbemitteln und Eventausstattung verschiedener Hersteller – vom aufblasbaren Messebogen bis zu Sitzmöbeln und digitalen Kundenstoppern. BAS mit Standort in Tettnang stellt jedoch auch selbst individuelle POS Displays her. Ein kundenorientierter Service von der ersten Idee bis zur Auslieferung gehören zum Konzept. Auch das Thema ökologische Innovationen steht bei BAS ganz weit oben. „Der Gedanke der Nachhaltigkeit zieht sich durch all unsere Aktivitäten", erläutert Kastelic die Unternehmensphilosophie. „Wir leben und arbeiten nach dem Prinzip ‚Vermeiden-Reduzieren-Ausgleichen' und legen bei der Herstellung unserer Produkte höchsten Wert auf Umweltverträglichkeit."

Holz-Displays kreieren ökologisch innovative Markenwelten

Neben Displays aus recycelten Materialien werden auch Holz-Konstruktionen aus dem Hause BAS angeboten. Für den ebenfalls in Tettnang ansässigen Markenhersteller Vaude haben die Werbemittel-Profis aus Baden-Württemberg ein besonderes Display aus FSC-zertifiziertem Holz gefertigt. Die Werte Wiederverwendbarkeit und Langlebigkeit spiegeln sich in ihm ebenso wider wie das nachhaltige Markenimage von Vaude, einem Hersteller von Bekleidung und Ausrüstung für Bergsteiger und Radsportler. Doch das Display bietet die Produkte nicht etwa zum Kauf an, sondern macht die Kunden auf den neuen lokalen Reparaturservice von Vaude aufmerksam. Für Flexibilität in der Platzierung und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten sorgen austauschbare Platten. Das bedruckte Schild kann entweder oben oder unten angebracht werden. Auch hier sieht man: Nachhaltigkeit fängt bei BAS bereits beim Displayfuß an und hört beim Gondelkopf längst noch nicht auf.