

Naheliegende Strategie

Der Wasgau-Frischemarkt in Lustadt ist der „Jüngste“ des pfälzischen Handelsunternehmens. Die Eckpunkte des Green-Buildings sind die Nahversorgung mit vollem Sortiment, Frische und ein starker regionaler Bezug. **Dieter Druck**

>> Der im November 2017 eröffnete Wasgau-Markt ist Teil der „neuen Mitte“ in der südpfälzischen 3.300-Seelen-Gemeinde Lustadt, Landkreis Germersheim. Und das sei auch genau der richtige Platz, sagt Wasgau-Vertriebsleiter Peter Leis, „weil die Menschen von hier uns wichtig sind“, und bezieht sich auf den im Markt zu lesenden Leitspruch. Das Einzugsgebiet des Standortes umfasst ca. 10.000 Haushalte. Lustadt ist die jüngste unter den 77 Filialen der Wasgau Produktions- und Handels GmbH. Sie verkörpert das neue Konzept, das weiter ausgerollt und verfeinert wird. Im März

Die Weinabteilung ist eine der vier Angebotsäulen. Parallel besteht ein Online-Shop mit mehr als 700 Weinen.

Große Glasflächen sorgen für Tageslicht im Eingangsbereich.

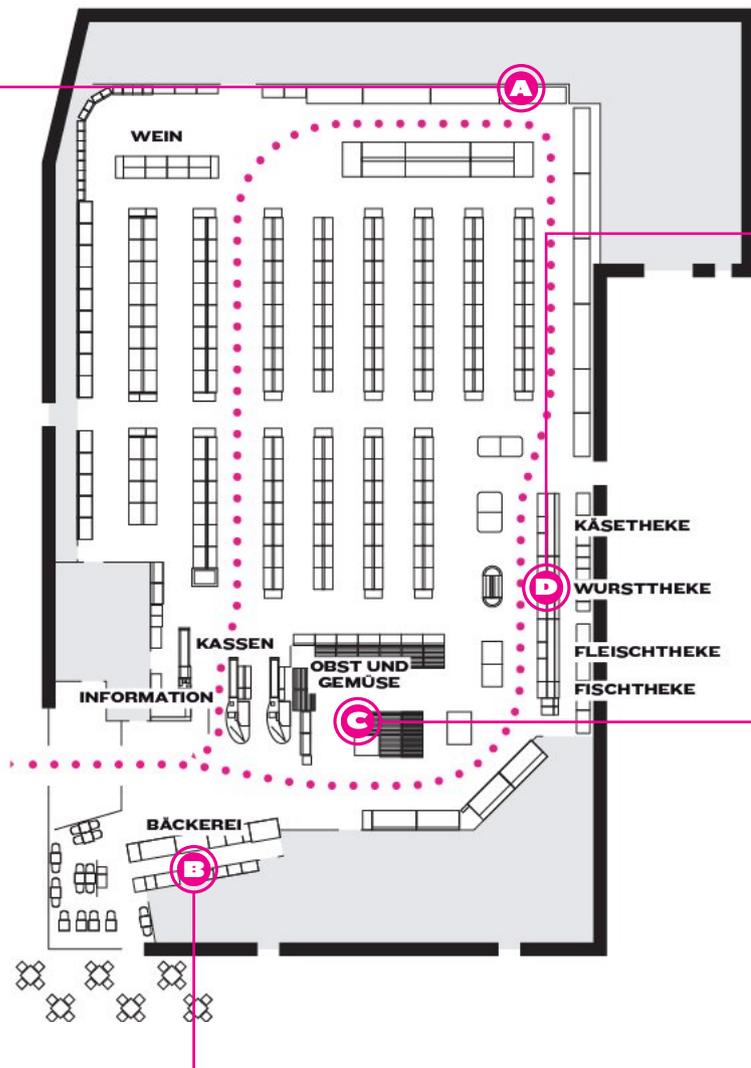




**„...WEIL DIE
MENSCHEN
VON HIER UNS
WICHTIG
SIND.“**



A Breite, unverbaute Gänge sind ein Kennzeichen des neuen Marktkonzepts.



B Die Wasgau-Bäckerei ist der erste Kontaktpunkt für den Kunden im Markt und ein Treffpunkt im Ort.



D Die Wasgau-Metzgerei liefert mit ihrem Angebot Differenzierungsmerkmale und trägt wesentlich zum Frischeanteil von nahezu 60 Prozent bei.



folgt ein 1.600-qm-Markt in Rohrbach.

Der Wasgau-Frischemarkt basiert auf den Prinzipien des Green-Buildings. Es kommen keine fossilen Brennstoffe (Gas, Öl) mehr zum Einsatz. Fast die gesamte Energie aus der Kälteanlage (z. B. die Abwärme) wird über Pufferspeicher aufgefangen und wieder in den Energiekreislauf eingespeist. Wärmepumpen, Tageslicht durch große Glasflächen, LED-Technik, Glastüren an allen Kühlmöbeln und CO₂ als Kühlmittel sowie die Verwendung nachhaltiger Baustoffe sind weitere Details des Marktes. Die Verkaufsfläche beträgt 1.300 qm (brutto: 1.750 qm). Mehr als 20 Prozent weniger Energieeinsatz gegenüber konventioneller Technik bilanziert Leis. Zudem können E-mobile Kunden an einer Schnellladestation Strom für ihr Elektrofahrzeug kostenlos tanken.

Der erste Kontaktpunkt im Markt ist die Wasgau-Bäckerei, die gleichzeitig auch für das gastronomische Angebot steht. Sie wird beliefert mit den Waren aus der zentralen Bäckerei in Pirmasens. 25 Sitzplätze im Innen- und 20 im Außenbereich stehen zur Verfügung und tragen dazu bei, dass sich dieser Bereich zum kommunikativen Treffpunkt von Lustadt entwickelt. Neben diversen Snacks werden auch verschiedene Mittagsgesichte angeboten, die von Pirmasens geliefert werden. In Spitzenzeiten werden bis zu 50 Mittagessen ausgegeben. Auch das Frühstücks-Paket für 5,20 Euro werde gut

C Die Obst- und Gemüse-Abteilung ist gespickt mit Bio-Artikeln und vor allem mit Produkten von Erzeugern aus der näheren Umgebung.



Vertriebsleiter Peter Leis freut sich bereits auf die nächste Neueröffnung in Rohrbach im März.

angenommen, fügt Marktleiterin Ina Uhrhan an.

Im Kundenlauf folgen im „Frischegürtel“ die Obst- & Gemüseabteilung sowie die Fleisch- und Wursttheke, deren Angebot überwiegend aus der konzerneigenen Metzgerei kommt. Bei Obst und Gemüse setzt Wasgau sehr stark auf regionale Erzeuger. So werden etwa Kartoffeln und Salat aus dem nahen Umland geliefert. Die jeweiligen Lieferanten sind auch mit ihrem Porträtfoto im Markt präsent. In beiden Sortimenten spielt zudem Bio eine Rolle. Junge Familien mit Kindern sowie ein Kaufkraft-Index von 100 bieten gute Voraussetzungen für diese Angebote. In der Metzgerei wird bei Rind- und Kalbfleisch

ausschließlich Bio-Ware verkauft, die preislich 25 bis 30 Prozent über konventioneller liegt.

Eingebunden in diesen Frischegürtel ist ein Kühlregal für Convenience-Produkte, das sich über 5 m erstreckt. Frische, conveniente Fruchterzeugnisse werden zusätzlich in einer Gabrio-Truhe herausgestellt. Die Bedientheke der Wasgau-Metzgerei für den Verkauf von Fleisch, Wurst und Käse misst insgesamt 12 m. Zum Wochenende wird in einem 1,20-m-Thekenmodul auch Frischfisch angeboten. In der „Metzgerei“ ist Rot als Signalfarbe angesagt. Für das übrige Angebot steht die Farbe Grün. Neben diesem Farbcode (gelb, rot, grün) liefern Piktogramme im

Markt weitere Orientierungspunkte. Der Frischeanteil am Umsatz bewegt sich auf 60 Prozent zu.

Die vierte Sortimentssäule ist die Weinabteilung, die sich durch Farbgebung und Interieur abhebt. Rund 250 Sorten Wein finden hier Platz. Zu 70 Prozent stammen sie aus der Pfalz. Viele Winzer aus der Region liefern direkt, bei fairen Preisen, wie Leis betont. Der Online-Shop bietet mehr als 700 Sorten. Weinbestellungen können auch im Markt abgeholt werden.



Dieter Druck ist LP-Redakteur im Handelsressort und schätzt moderne Nahversorger im pfälzischen Nahbereich der Redaktion.

Über mehr als 20 m erstreckt sich das komplett verglaste Mopro-Regal.

Praktisch:
plastikfreie
Transport-
alternativen für
1 Euro



Premiere: Erste Stromzapfsäule bei Wasgau für E-Mobilisten in Kooperation mit den Pfalzwerken.



„WIR SIND EINKAUFSTÄTTE UND TREFFPUNKT ZUGLEICH.“



Marktleiterin
Ina Uhrhan:
Sie kennt ihre
Kunden, und
die kennen sie.



Schnörkellos einfache, mit wechselnden
Artikeln bestückte Impulswürfel im
Vorfeld der Kasse.



FAKTEN IM FOKUS

 **1.300 qm**

Verkaufsfläche inkl. integriertem
Getränkemarkt (brutto: 1.750 qm)

 **34**

Voll- und Teilzeitkräfte sowie
Aushilfen im gesamten Markt

 **12.000**

Artikel

 **8 - 21 Uhr**

von montags bis samstags. Bäckerei:
von 6.30 Uhr bis 21 Uhr sowie sonntags
von 8 bis 17 Uhr

 **20 %**

weniger Energieeinsatz im Vergleich
zu konventioneller Technik

Schnell gelesen

**WASGAU-MARKT
UNTERE HAUPTSTRASSE 114
67363 LUSTADT**

- Moderner Nahversorger mit hohem Frischeanteil.
- Energieeffizientes und ressourcenschonendes Wirtschaften nach Green-Building-Prinzipien.
- Eigenproduktion durch die konzern-eigene Bäckerei sowie Metzgerei.
- Sehr breites Bio-Angebot für einen Supermarkt dieser Größenordnung.
- Starker Bezug zur Region durch Erzeuger aus der näheren Umgebung und als Treffpunkt für ortsansässige Kunden.
- Kaufkraft-Index von 100 und ein Einzugsbereich von 10.000 Haushalten.