



Molkerei Müller präsentiert erste Regaloptimierungs-App für Weiße Linie

ROSY – Regaloptimierung: In wenigen Klicks zum idealen Kühlregal

Aretsried, 19. Juni 2018. Als erster Molkerei-Hersteller hat die Molkerei Müller eine App für die Flächenoptimierung der komplexen Weißen Linie im Kühlregal entwickelt: Über die Anwendung „ROSY (RegalOptimierungsSYstem) – Regaloptimierung“ können Außendienstmitarbeiter der Molkerei Müller gemeinsam mit Mopro-Verantwortlichen und Marktleitern in wenigen Klicks die Regalsituation vor Ort in Echtzeit erfassen und direkt nach der neuesten Shopper-Logik optimieren. Mit der App unterstützt der Aretsrieder Molkereikonzern die Märkte dabei, das Beste aus der Kategorie herauszuholen, und stellt erneut seine Innovationskraft für die Weiße Linie unter Beweis. Die Anwendung „ROSY – Regaloptimierung“ ist ab Juli verfügbar.

Ist die Weiße Linie im Kühlregal mit den richtigen Artikeln an der richtigen Stelle und im richtigen Markt platziert, profitieren Handel, Hersteller und Verbraucher. Deshalb stellt die Molkerei Müller als weitere Maßnahme ihrer Category-Initiative für mehr Flächenproduktivität die neue App „ROSY – Regaloptimierung“ vor: Die Anwendung ist die konsequente Weiterentwicklung des im vergangenen Jahr vorgestellten Flächenplaners. Sie kombiniert ein Regalsortierungssystem mit dem Flächenplaner und bildet die Weiße Linie entsprechend der Kategorie-Logik umfassend ab.

Mit der App können die Außendienstmitarbeiter der Molkerei Müller zusammen mit den Marktleitern und Mopro-Verantwortlichen die aktuelle Regalsituation vor Ort in Echtzeit erfassen und überprüfen. Dabei berücksichtigt ROSY die Flächenanteile des kompletten Kühlregals, der Kategorie Weiße Linie und der Subkategorien wie z. B. Getränke, Fruchtjogurt, Frischmilch sowie die Segmente innerhalb der Subkategorien.

Ist die Flächenbelegung nicht optimal, lässt sich dank ROSY mit den Verantwortlichen eine verbesserte Regalstruktur erstellen. Der große Vorteil dabei: Die App bezieht marktspezifische Gegebenheiten wie Regalhöhen oder spezielle Kühlmöbel, aber auch die Marktgröße und regionale Vorlieben der Shopper in das neue Platzierungskonzept mit ein.



In einem ersten Schritt erfasst sie lokale Daten und fragt Kriterien wie die Anzahl der Regalsegmente/PLEs, ihre Anordnung und Maße, Anzahl und Struktur der Regalböden sowie die Kundenlaufrichtung ab. Optional prüft die App den Flächenanteil der Weißen Linie im Vergleich zu anderen in der Kühltheke vertretenen Kategorien, indem sie die Ist-Flächen erfasst und Empfehlungen auf Basis regionaler Daten und Abverkaufszahlen ausspricht. Bei der Umsetzung des optimierten Platzierungskonzepts lassen sich auch spezielle Wünsche der Marktverantwortlichen wie z. B. separate Blöcke oder Sonderverkaufsflächen berücksichtigen. Anschließend zeigt das System die empfohlene Reihenfolge und Größe der Subkategorien an und bezieht die gewünschte Anzahl der Regalböden für die Platzierung der Waren mit ein.

„Das Ergebnis ist ein Regalplan nach neuester Shopper-Logik mit den jeweiligen Ankermarken in den Produktkategorien“, erklärt Daniel Pauli, Leiter Trade Marketing und Category Management bei der Molkerei. Für Marktleiter bedeutet das: Sie können die komplette Weiße Linie umfassend, neutral und schnell optimieren.“

Den Plan können die Außendienstmitarbeiter der Molkerei Müller den Marktleitern als Ausdruck oder PDF zur Verfügung stellen. Auch bei möglichen Regalumbauten stehen die Mitarbeiter des Müller Außendienstes jederzeit beratend zur Seite.

Innovationskraft und Beratungskompetenz

Mit der App untermauert die Molkerei Müller ihre Kompetenz in der Weißen Linie: „Wir sind die Ersten, die eine solche App für die Weiße Linie anbieten“, erklärt Pauli und fährt fort: „Das ist vor allem vor dem Hintergrund der hohen Komplexität dieser Kategorie branchenweit einzigartig.“ Die Molkerei Müller hat die App gemeinsam und exklusiv für die Weiße Linie mit der Shoppermarketing-Beratung plan + impuls entwickelt.

Zugleich erweitert die App die Beratungskompetenz des Müller Außendienstes um die Funktion des Category Advisors: „Indem wir die Märkte noch gezielter beraten können, um das Beste aus der Kategorie herauszuholen, setzen wir Maßstäbe“, sagt Pauli. „Das gelingt uns mit unserer neuen App ROSY jetzt noch besser: schnell und hoch professionell.“

Die App ist ab Juli erhältlich.



Über die Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG

Die Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG ist eine Tochter der international im Lebensmittelbereich agierenden Unternehmensgruppe Theo Müller.

Die Molkerei Alois Müller hat ihren Sitz seit 1896 in Aretsried bei Augsburg und ist Geburtsstätte der Unternehmensgruppe mit inzwischen rund 27.000 Beschäftigten.

Innerhalb der letzten vier Jahrzehnte hat sich das Unternehmen zu einer modernen Großmolkerei entwickelt.

Rund 1.300 Mitarbeiter arbeiten am Standort Aretsried in insgesamt sieben Firmen – zum Beispiel von der Molkerei über die eigene Fruchtverarbeitung Naturfarm, das eigene Logistikunternehmen Culina, die eigene Becherfertigung von Optipack und die eigene LKW-Werkstatt. Rund 140 Mio. kg Milch werden jährlich am schwäbischen Stammsitz zu hochwertigen Milchprodukten veredelt. In vielen Produktgruppen hat Müller mit zahlreichen Innovationen einen Markt überhaupt erst geschaffen. So zum Beispiel bei Buttermilch, Kefir, dem Joghurt mit der Ecke, Milchreis oder Müllermilch. Das Unternehmen hält bis heute in diesen Segmenten Spitzenpositionen. Die Bekanntheit der Marke Müller liegt bei nahezu 100 Prozent und praktisch jeder in Deutschland kennt den Slogan: "Alles Müller, oder was?"

Unternehmenskontakt

Molkerei Alois Müller GmbH & Co. KG
Zollerstraße 7, 86850 Aretsried

Nicole Schneider, Tel. +49 8236 999 – 8354
E-Mail: nicole.schneider@muellergroup.com
<http://muellermilch.de>

Pressekontakt

epr – elsässer public relations,
Maximilianstraße 50, 86150 Augsburg

Cornelie Elsässer, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7910, ce@epr-online.de
Frauke Schütz, Tel: +49 – (0)821 – 4508 7916, fs@epr-online.de
www.epr-online.de