



# ganz cool zu noch mehr umsatz



Perfekt präsentiert für mehr Umsatz

## Coolness-Faktor am Point of Sale: endori setzt auf innovative Regal- und KühlDisplays im Handel

Stegaurach, im Dezember 2022

**Ab sofort setzt endori, Hersteller von pflanzlichen Fisch- und Fleischalternativen, auf neue Regaldisplays mit Magnetschienen sowie Premiumkühlschränke, sogenannte Coolios, um eine maximale Sichtbarkeit seiner Produkte zu erzielen. Für impulsstarke Unterstützung sorgen gleichzeitig weitere Marketingaktivitäten auf den digitalen Kanälen sowie eine reichweitenstarke Out-of-Home-Kampagne.**

Echte Hingucker für optimale Sichtbarkeit: endori bietet zielgruppenorientierte Zweitplatzierungen in Form von attraktiven KühlDisplays und neuen, praktischen Regalschiebern an, die Kund:innen am Point of Sale begeistern und auf das breite pflanzlich Sortiment aufmerksam machen sollen. Zum Jahresstart sorgt die gemeinnützige Organisation und Kampagne Veganuary wie jedes Jahr für allerhand Aufmerksamkeit im Bereich „Veggie“ – und selbst sechs Monate nach dem Aktionsmonat zeigt die vegane Ernährungsweise noch Wirkung: Von den Menschen, die vor dem Veganuary tierische Produkte aßen und sich dann am Veganuary beteiligten, änderten 80 Prozent ihr Konsumverhalten nachhaltig und ernährten sich über den Januar hinaus deutlich mehr von pflanzlichen Produkten.<sup>1</sup> Generell bezeichneten sich im Jahr 2020 bereits mehr als die Hälfte der Menschen in Deutschland als Flexitarier:innen.<sup>2</sup> Beim Verzicht auf tierische Produkte unterstützen pflanzliche Fleisch- und Fischalternativen wie die von endori nicht nur eine schnelle und einfache Ernährungsweise, sie sind auch besonders lecker und stehen dem tierischem Original in Geschmack, Bissfestigkeit und Textur in nichts nach.

### Veggie all around – umso wichtiger ist Orientierung am PoS

Dass die endori-Produkte gut ankommen, zeigt das überproportionale Wachstum im Vergleich zur Kategorie: Der Umsatz stieg, gemessen von Januar 2021 bis Januar 2022, um 168 Prozent an, während der gesamte Fleischersatzmarkt im gleichen Zeitraum um lediglich 18 Prozent zunahm. Generell sind Ersatzprodukte die am schnellsten wachsende Kategorie im Kühlregal und hierbei Fleisch-, Wurst- und Fischalternativen mit 43,5 Prozent das am schnellsten wachsende Segment in

<sup>1</sup> <https://veganuary.com/de/6-monate-spaeter-80-prozent-der-veganuary-teilnehmenden-reduzieren-langfristig-tierprodukte-um-mindestens-50-prozent/> [12.12.2022].

<sup>2</sup> <https://proveg.com/de/ernaehrung/anzahl-vegan-vegetarischer-menschen/> [22.11.2022].

der Kategorie Ersatzprodukte.<sup>3</sup> Auch das Kühlregal profitiert von Ersatzprodukten und performt durch deren Integration besser.<sup>4</sup>

Mit den PoS-Werbemitteln von endori wird jetzt noch mehr Orientierung im Regal geschaffen sowie Sichtbarkeit und Awareness für die Kategorie „Vegan“.

### Kleines Display, große Wirkung

Die wiederverwendbaren und damit besonders nachhaltigen Regalschieber sind so konzipiert, dass dank der identischen Größe wie die Produkte kein Platzverlust im Regal droht. Das Besondere ist die Befestigung durch Magnetschienen, die sich leicht und schnell für die Reinigung oder einen Umbau entfernen lassen.



- Standfläche: ca. 260 x 155 mm
- Höhe: 30 mm vorne, 90 mm hinten
- 4 Packungen je Tray platzierbar

### Zweitplatzierung als Umsatzbringer



endori setzt auch im Jahr 2023 die exklusiven KühlDisplays, sogenannte Coolios, als gezielte PoS-Marketingmaßnahme ein und unterstützt den Handel mit einer innovativen Zweitplatzierung, um bei Kund:innen neue Kaufimpulse zu setzen. Dabei empfiehlt endori, diese Displays als temporäre Impulspunkte in hochfrequentierten Zonen oder dort, wo die Verweildauer besonders groß ist, zu positionieren. Bei Erstausrüstung sind 32 endori-Produkte inklusive.

- Maße: 1.835 mm x 445 mm x 465 mm (H x B x T); 230-Volt-Anschluss; Länge Stromkabel: 2,84 m
- 64 Einzelpackungen platzierbar

Weitere Informationen unter [www.endori.de/coolios](http://www.endori.de/coolios)

### Über endori

endori wurde im April 2015 aus Liebe zu gutem Essen und Hunger auf eine bessere Zukunft für Tiere, Menschen und Umwelt von den Familien Büse und Wedel in Bamberg gegründet. 140

<sup>3</sup> GfK-Verbraucherpanel: Umsatz-VÄ in %, MAT 09/2022 vs. 2020.

<sup>4</sup> GfK-Verbraucherpanel: Shoppingtrips-VÄ in %, MAT 09/2022 vs. 2020.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten an der Herstellung leckerer pflanzenbasierter Lebensmittel als Alternative zu Produkten tierischen Ursprungs.

Das Unternehmen stellt pflanzliche Fleisch- und Fischalternativen wie Burger-Pattys, Würstchen, Hack, Kebab u. v. m. her, die als Alternative zu Fleisch und Fisch in praktisch allen Gerichten gelingsicher eingesetzt werden können. Beim Einsatz der Rohstoffe liegt der Fokus auf Proteinpflanzen, wie etwa in traditioneller Mehrfelderwirtschaft angebauten Erbsen. Das Unternehmen verzichtet bewusst auf den Einsatz von Soja, Palmfett und künstlichen Aromen.

Die „endori veggie“-Produkte sind im deutschen und österreichischen Einzelhandel sowie über den eigenen Onlineshop erhältlich. Zudem werden sie bereits von namhaften Playern aus der Ernährungswirtschaft bezogen und finden sich damit in Gastronomie, Hotellerie, Kliniken, Schulen, Betriebskantinen und vielen anderen professionellen Ernährungsbereichen. Für den Lebensmitteleinzelhandel findet der Vertrieb direkt über Reichold Feinkost GmbH (Feinkost Dittmann) statt. [www.endori.de](http://www.endori.de)

**Für mehr Informationen kontaktieren Sie:**

Jara Schönfeldt, PR-Beratung  
BRAND UPGRADE GmbH  
Schulterblatt 58, 20357 Hamburg  
Tel.: +49 40 4309368-22  
E-Mail: [endori@brand-upgrade.de](mailto:endori@brand-upgrade.de)

**Pressekontakt im Unternehmen:**

Andreas Müller  
endori food GmbH & Co. KG  
Industriestraße 2, 96135 Stegaurach  
Tel.: +49 951 917975-160  
E-Mail: [pr@endori.de](mailto:pr@endori.de)