

www.optovik24.de

Nr. 4 (229)

April 2021

Preis 4,00 Euro

monatliche russischsprachige
Handelszeitschrift in Deutschland

HandelsZentrum

ОБЪЕДИНЕННАЯ ГАЗЕТА
для посетителей
РУССКИХ МАГАЗИНОВ

кругозор
МОЁ ЗДОРОВЬЕ
РУССКИЙ МАГАЗИН
все в одной газете!



БЕСПЛАТНО!

ЗАКАЗЫ ПО ТЕЛЕФОНУ:
Tel.: 08671 / 929 85 70
Fax: 08671 / 929 85 71
Email: info@vela-verlag.de
Internet: www.krugezor.de

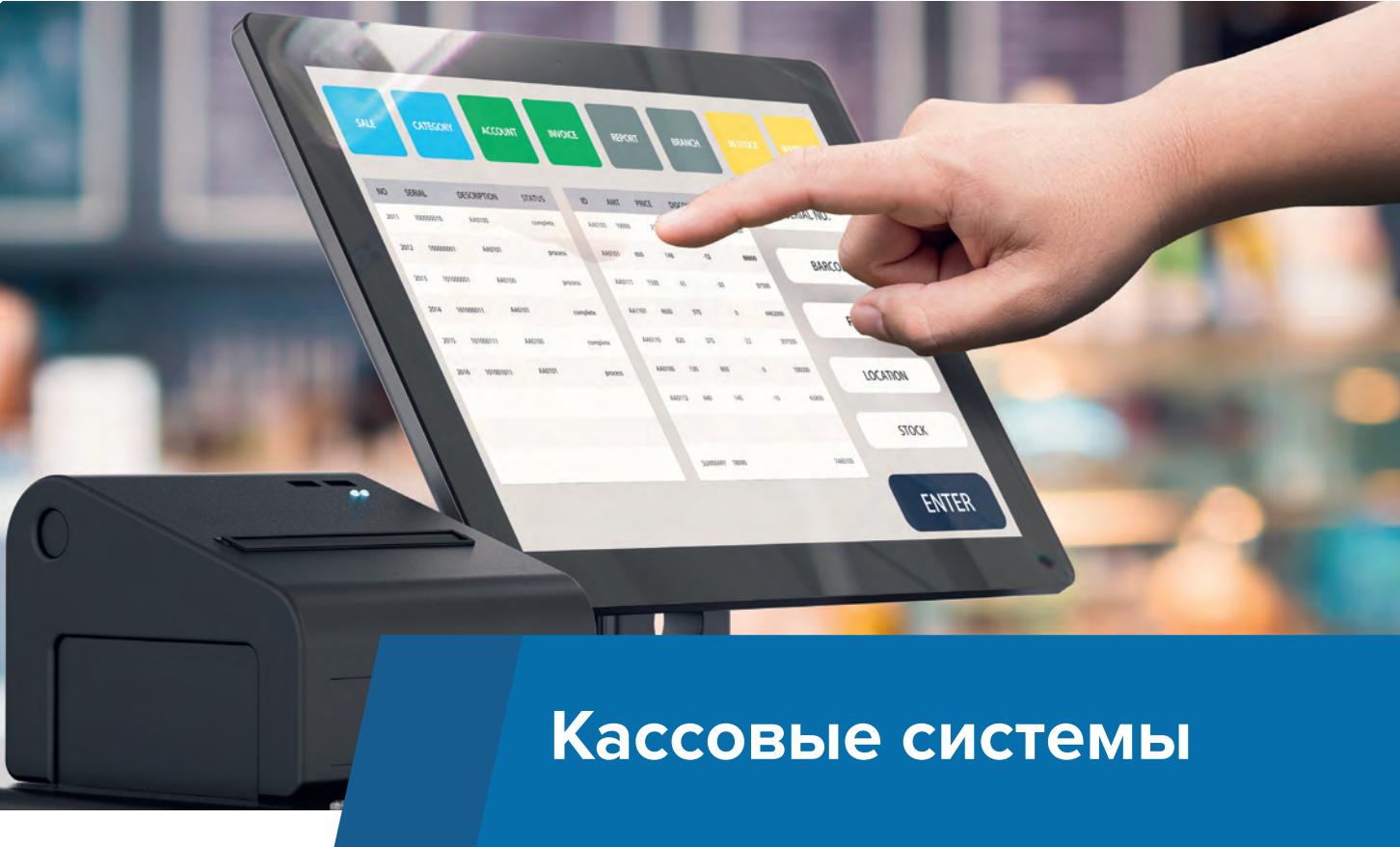
двигатель вашей торговли

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР





Без лишних слов.



Системы
видеонаблюдения



Охранные системы и
контроль температур



Gross Systems • Friedenstraße 33 • 90571 Schwaig

📞 0911 56195530

✉️ info@gross.systems

НОВЫЙ ГОД – НОВАЯ СТРАТЕГИЯ

ЧТО МЫ ПРЕДЛАГАЕМ

► ПРИВЛЕЧЕНИЕ РУМЫНСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ В ВАШ МАГАЗИН!

- # Полный разбор в румынском ассортименте
- # Лучший выбор румынских продуктов
- # Полная коммуникация и владение румынским языком (а также русским и немецким)
- # Выбор стратегий продвижения для румынского потребителя
- # Создание полностью страницы Facebook, Instagram для румынских потребителей
- # Контакт через группы румынских потребителей в соц. сетях, румынские газеты, журналы, итд.
- # Полная техническая поддержка профилей

► УСЛУГИ РАЗРАБОТКИ САЙТОВ

- # Web разработка
- # Внутренняя оптимизация сайта
- # E-mail рассылка
- # Продвижение сайтов



УСЛУГИ ДИЗАЙНА И ПЕЧАТИ

ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ

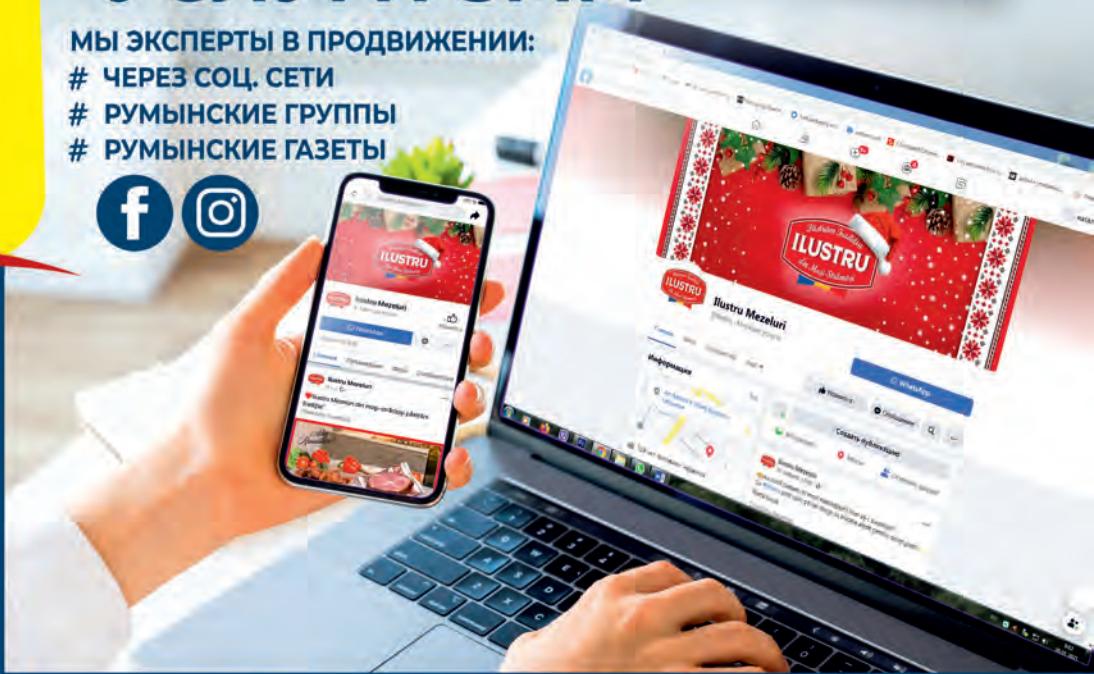
- > ЛИСТОВКИ А5 / А4 / А3 И ДРУГИЕ АФИШИ, ПЛАКАТЫ А3 / А2 / А1
- > РАЗРАБОТКА ЛОГОТИПА, БРЕНДА, ТОРГОВОЙ МАРКИ
- > РАЗРАБОТКА ПЕЧАТЕЙ, ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК И ДРУГОЕ
- > РАЗРАБОТКА ДИЗАЙН-КОНЦЕПТА МЕНЮ, КАТАЛОГИ, ЖУРНАЛЫ



► УСЛУГИ SMM

МЫ ЭКСПЕРТЫ В ПРОДВИЖЕНИИ:

- # ЧЕРЕЗ СОЦ. СЕТИ
- # РУМЫНСКИЕ ГРУППЫ
- # РУМЫНСКИЕ ГАЗЕТЫ



ПОЧЕМУ С НАМИ НУЖНО РАБОТАТЬ:



IMPRESSUM

Zeitschrift «HandelsZentrum»

Ausgabe Nr. 4 (229) April 2021

Zeitungskennzahl: B 58740
Erscheinungsweise: monatlich
Einzelpreis: € 4,00
Jahresbezugspreis: € 42,00
Abonnement EU-Ausland: € 56,00

Verlagsanschrift:
 Alexander Jochim Vela-Verlag, Germany
 Burghauser Str. 15, 84503 Altötting

Tel.: +49 (0) 86 71 / 929 85 70
Fax: +49 (0) 86 71 / 929 85 71

E-Mail: info@vela-verlag.de
 Internet: www.vela-verlag.de
www.optovik24.de
www.fb.com/handelszentrum
www.ok.ru/handelszentrum

Bankverbindung: Commerzbank Waldkraiburg
 IBAN: DE 10 711 420 410 630 263 201
 SWIFT: COBADEFFXXX

Herausgeber: Alexander Jochim

Redaktion: O.Wasiljewa, O.Molendorf, A.Jochim,
 G.Borisov, A.Scharafeddinova
redaktion@vela-verlag.de

Repräsentant in der Staaten der Ost-Europa
 Представитель в странах Восточной Европы
 Viktor Kuzyak / Виктор Кузяк

Layout, Anzeigengestaltung:
 Alexander Aisenstat
design@vela-verlag.de

Anzeigenleitung: Anna Fomina
 Tel.: 086 71 / 929 85 72
 Mob: 0176 / 74 73 56 53
a.fomina@vela-verlag.de

Abobetreuung: Renate Günther
 Tel.: 086 71 / 929 85 70
abo@vela-verlag.de

V.i.S.d.P. Alexander Jochim

Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Die Artikel und Meldungen sind nach besten Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Vom Verlag wird keine Haftung für den Inhalt übernommen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Nachdruck aus anderen Quellen wurde mit Genehmigung der Rechtsinhabers unternommen. Für den Inhalt der Anzeigen ist der Inserent verantwortlich. Nachdruck nicht gestattet.

Druck: Kössinger AG www.koessinger.de

Titelfoto: stokkete - depositphotos.com

© 2002-2021 beim Verlag

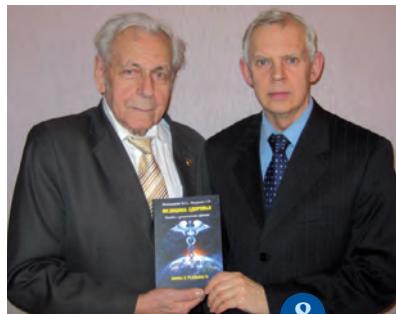
Ответственность за содержание рекламы
 несет рекламодатель

Anzeigenpreisliste Nr. 14A gültig ab 01.01.2021

Beilagen: Usedmarket GmbH

Все рекламные предложения в журнале
предусмотрены только для оптовых закупок

СОДЕРЖАНИЕ | INHALT



8

Новости издательства
Новые книги профессора И. П. Неумывакина выходят в нашем издательстве



Базовые знания 24

Как рассчитать рентабельность магазина



34

Тенденции
Пять трендов инноваций в производстве продуктов

ОПТОВИК 24
www.optovik24.de

Актуальная информация журнала
«Торговый центр»

ОПТОВИК24 -
ВАША МОБИЛЬНАЯ СВЯЗЬ
С ПОСТАВЩИКАМИ!

Справочник и реклама оптовых фирм,
 новостные сообщения, статьи в блоге
 на сайте журнала «Торговый центр»

fb.com/handelszentrum
ok.ru/handelszentrum

Архив журнала «Торговый центр»
 и полезные статьи в разделе «Блог»
 на сайте: www.optovik24.de

От редакции стр. 6

Готовимся к летнему сезону

Новости издательства стр. 8

Новые книги проф. И.П. Неумывакина
 в нашем издательстве

Оптимизация успеха стр. 10

Весенние новости
 от Koch Frisch&Tiefkühl GmbH

Актуальная тема стр. 12(13)

POSмотрел и купил

или Как заставить покупателя
 набрать полную корзину

Портрет магазина стр. 14(16)

Ольга Мигунова (Magnolia, Balingen):
 «Шторы – это уют, который всегда будет
 востребован»

Есть идея! стр. 18

POS-материалы для навигации в магазине

ТОРГОВЫЕ НОВОСТИ стр. 20, 22

Базовые знания стр. 24

Как рассчитать рентабельность магазина

Маркетинг стр. 28

Психологическая помощь
 предпринимателю

Тенденции стр. 30, 32

Пять трендов инноваций в производстве
 продуктов питания и напитков

Портрет продукта стр. 34

Продукты «Цезарь» – ваш лучший выбор!

«Визитки» стр. 19

Новинки стр. 38, 40, 42

Або | Купон коротких объявлений ... стр. 46

Сервисный перечень стр. 48



САНТА БРЕМОР

Будет вкусно!



**МОРСКАЯ КАПУСТА ОТ САНТА БРЕМОР –
НЕПРЕВЗОЙДЕННЫЙ ВКУС И
ИСКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ ПОЛЕЗНОСТЬ**

Представительство в Германии:
PET-FISCH GmbH
Am Lunediech 76
27572 Bremerhaven
Тел.: +49-471-14289187
info@pet-fisch.com

Для розничной продажи обращаться к:

- SIBERIA GROUP (Ulan GmbH, Leis GmbH, SLCO GmbH & Co. KG)
- Leon GmbH



Уважаемые читатели!

Пасха и в этом году также проходит в условиях мер защиты от инфекций, связанных с этим ограничений и требований в отношении торговли. Как и что именно можно и полезно в праздничные дни, пока не знает никто. Но одно нужно сказать наверняка: наступает Пасха и мы поздравляем читателей с этим светлым праздником!

Пока все ждут, когда же, наконец, закончится уже порядком поднадоеvший локдаун, торговле можно потихоньку готовиться к его окончанию: примерить смену экономики социального дистанцирования на торговые будни без соблюдения ограничений. Но в тоже время выбрасывать на свалку предупреждающие таблички и маски было бы преждевременным занятием. Новые мутантирующие коронавирусы в любой момент угрожают привести к повторению истории с карантинами, а может быть и к более жестким сценариям. Поэтому в оформлении магазина следует предусмотреть место и возможность для размещения всяческих правил закупок и гигиены.

Также наступает самое подходящее время для коррекций цен, если рентабельность торговой точки желает быть улучшенной. В публикации на стр. 24 мы приводим наиболее простые и эффективные методы расчетов рентабельности. Дополнительные материалы публикуем в нашем блоге на сайте журнала «Торговый центр», где вы всегда найдете материалы на самые разные торговые темы.

С уважением,
редакция журнала «Торговый центр»,
redaktion@vela-verlag.de



Готовимся к летнему сезону

**Эффективная реклама в журнале
«Торговый центр» с Анной Фоминой**

По предварительным прогнозам лето 2021 года будет довольно жарким. Особенно экстремально высокие температуры по заявлениям синоптиков нас ожидают в Германии **в период с 22 июля по 22 августа**. Однако жаркая погода наступит еще раньше – уже в июне. Май, напротив, несколько «охладит» нас нормальными для этого месяца погодными условиями и средними температурами 10-20°C. Тем не менее, для розничной торговли пришло время для постепенной смены ассортимента, введения летних новинок и перестройки части выкладки сообразно сезону. Таким образом оптовой торговле пора выводить летний ассортимент своих товаров на передовые позиции, акцентировать внимание розницы на своих ходовых товарах и сезонных новинках.

В прошлом выпуске журнала «Торговый центр» на стр. 6 мы **уже объявили о нашей летней акции** для рекламодателей, информацию о которой можно получить по вашему запросу или на сайте журнала. На данный момент мы готовы предложить также **дальнейшие акции для новых рекламодателей**, а также можем предоставить некоторые **специальные предложения**, учитывающие самые разные запросы **в рамках вашей рекламной кампании**. Поэтому ждем ваших запросов и звонков!



a.fomina@vela-verlag.de
Skype: anna.vela
Тел.: 08671 929 85 72
Моб.: 0176 74 73 56 53
(WhatsApp)

С ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР
МОЁ ЗДОРОВЬЕ
кругозор

ОПТОВИК 24



см: www.optovik24.de/sommeraktion2021
С уважением, Анна Фомина, менеджер
по рекламе журнала «Торговый центр»

www.optovik24.de
ok.ru/handelszentrum
fb.com/handelszentrum

**ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ
ПРИНОСИТ
ПРИБЫЛЬ**

НЕДОРОГО
ВКУСНО



SMART N&K

Приглашаем к сотрудничеству!

SMART Nüsse und Kerne GmbH
гарантии для наших партнеров:



Прямая доставка
с операционного склада
в Германии



Гибкий подход
к формированию заказа



Максимально свежий
продукт на полке
вашего магазина

Smart Nüsse und Kerne GmbH
Hamburger str. 19a D-41540 Dormagen

Tel.: +49 (0) 2133 2171040
Fax: +49 (0) 2133 2171045

www.snk-snacks.de



Черноземные почвы
Краснодарского края,
Республики Адыгея
и Алтая



Собственные элитные
сорта семян



Экологически чистый
способ выращивания



Научный подход
(сотрудничество с ведущими
научно-исследовательскими
центрами России и зарубежья)

ПРЕДСТАВЛЯЕМ
ОБЪЕДИНЕННУЮ ГАЗЕТУ
ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
РУССКИХ МАГАЗИНОВ

кругозор

моё ЗДОРОВЬЕ

РУССКИЙ МАГАЗИН

все в одной газете!



БЕСПЛАТНО!

- Бесплатное ежемесячное издание «Кругозор» распространяется по русским магазинам, включает специальные приложения:
- Газета в газете «Мое здоровье» - ежемесячное приложение для всех, кого интересуют темы здоровья, медицины, правильного питания, активного образа жизни, гармонии души и тела
- Специальное приложение «Русский магазин» с рубрикой «Новинки», посвященной продуктам из русских магазинов

ЗАКАЗЫ ОТ 50 ЭКЗ. ПО ТЕЛЕФОНУ:

Tel.: 08671 / 929 85 70

Fax: 08671 / 929 85 71

Email: info@vela-verlag.de

Internet: www.krugozor.de

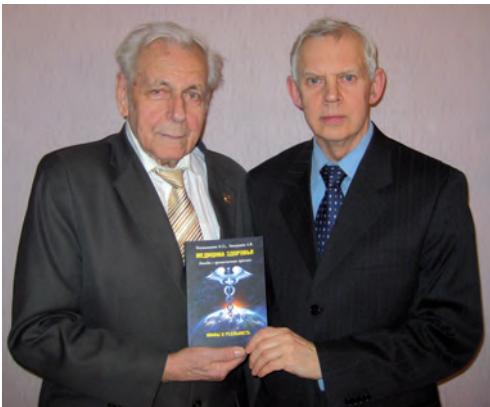
Готовятся к выходу новые книги проф. Неумывакина

■ Ольга ВАСИЛЬЕВА

Профессор И. П. Неумывакин стал в свое время родоначальником совершенно новой научной дисциплины в СССР и во всем мире – под названием «космическая медицина». Он первым задался вопросом: «Что же такое здоровый человек?» Были определены все параметры абсолютно здорового человека и по ним стали отбирать космонавтов. Свой богатый опыт, созданный им в космической медицине, Иван Павлович всегда старался перенести и внедрить в земных сферах зравоохранения. Он создал простые и эффективные методики оздоровления организма с помощью самых простых и всем доступных средств. Эти методики до сих пор используются в космонавтике, а также многими миллионами последователей профессора во всем мире.

В декабре 2014 года в нашем издательстве вышла книга проф. И. П. Неумывакина «Медицина здоровья. Беседы с космическим врачом. Миры и реальность», в российском варианте книга получила несколько другое название и вышла в 2015 г. Второй книгой в нашем издательстве стал фундаментальный труд И. П. Неумывакина «Рак: причины возникновения и профилактика», ставший последней выпущенной работой профессора, который ушел из жизни 22 апреля 2018 года, достигнув 90-летнего возраста.

Все книги известного автора и целителя И. П. Неумывакина знакомят читателей со взглядами на здоровье и оздоровительной системой профессора, помогают добиться значительных и долгосрочных результатов в оздоровлении организма простыми и эффективными методами, проверенных более чем 30-летней практикой в космической медицине. Являясь создателем уникального стационара – космической больницы на борту корабля, Иван Павлович не только координировал работу ведущих медицинских специалистов СССР в этом направлении, но и сам разрабатывал новые принципы, методы и средства оказания медицинской помощи космонавтам при полетах различной продолжительности. Так в его книге «Медицина здоровья» представлена наиболее полно вся система оздоровления, созданная профессором.



На фото слева - профессор И. П. Неумывакин и - справа - редактор А.В. Закурдаев на презентации книги «Медицина здоровья. Беседы с космическим врачом. Миры и реальность» в 2014 г.

Книга «Рак: причины возникновения и профилактика. Миры и реальность» стала одной из последних книг профессора Неумывакина, среди прочих предоставленных им нашему издательству. В книге всесторонне рассматриваются все вопросы причин возникновения и профилактики раковых заболеваний, даются эффективные рекомендации по распознаванию рака (по статистике в Германии 40% диагнозов рака неверны), по предупреждению и лечению болезни. И автор дает практические рекомендации на каждом этапе рассматриваемых в книге вопросов, основанных на собственном опыте многолетней врачебной практики, целительства и собственной универсальной системы оздоровления организма «Медицина здоровья», а также мирового передового опыта.

В настоящее время готовятся к изданию две более ранние и широко известные книги профессора; «Сода» и «Перекись водорода». Мы предлагаем книги проф. И.П. Неумывакина в постоянном ассортименте к продаже в «русских» магазинах. Таким образом, у магазинов не возникает проблем с доказом этих востребованных у покупателей книг, доставка осуществляется за 2-3 дня. Чтобы точнее определиться с тиражом новых книг, просим все магазины, заинтересованные в приобретении новинок для реализации, сообщить нам об этом заранее. Тогда мы сможем лучше определить спрос и заказать необходимое количество экземпляров.

Более подробную информацию о нашем предложении можно получить по тел.: 08671 929 85 70 или по электронной почте E-Mail: kniga@vela%verlag.de

ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА

**Мангал
“Аладдин”
складной**

0002



высокое
качество

со складными ножками
и откидной полочкой
НЕРЖАВЕЙКА
толщина 0,8 мм
60x30x47 см

**Мангал “Президент”
складной**

0003



со складными ножками
и откидной полочкой
НЕРЖАВЕЙКА
толщина 0,8 мм
76,5x30x61 см
съемный короб для угля
вес 8 кг

**Набор
для гриля
с фартуком**

0120



новинка!

**Щетка
для
гриля**
0011



59 x 43 см, 7 частей

**Казаны татарские
с крышкой**

алюминиевые

4,5 л 6003-k45
6 л 6088-k360
7 л 6004-k70
9 л 6005-k90
12 л 6072-k120

15 л 6070-k150
22 л 6102-k221
28 л 6006-k281

**Учаги
для казана
(съемные ножки)**



СТАЛЬ
толщина
2 мм

СТАЛЬ

Учаг «Туризм»

Ø 39,5 см 4,5л 6066-uk08

Ø 37,5 см 9л 0205

Ø 40,5 см 12л 0206

**Мангал “LUX”
складной** 0236

со складными ножками,
со съемным поддоном
из нержавеющей
НЕРЖАВЕЙКА
толщина 0,6 мм
75x33,5x60,5 см
деревянные ручки
ножки и решетка
не являются нержавеющей

**Мангал “Рыбак” “Сезам II” для 9 или 11 шампуров
складной** 3035

3035

НЕРЖАВЕЙКА
со складными
ножками
45x30x12/35 см

**Жаровня
чугунная
с крышкой**

8091 8111

шампуры
в набор
не входят!

Мангал “Звезда 90” складной 0006

0006

STERN 90
MANGAL
НЕРЖАВЕЙКА
толщина 1,5 мм
ширина 90 см
со складными ножками
и регулировкой высоты решетки,
с деревянными ручками для переноски,
2 грильные решетки

Насадки на мангал

“Сезам” для 9 или 11 шампуров

8909 8911_11
переключение
направления
вращения

простой монтаж, ширина регулируется (24-38 см), длина 62 см
для шампуров шириной до 1,2 см, толщиной до 3 мм

6011

Мотор 1,5 V,
от батарейки D-LR20
или аккумулятора.
Подходит к насадке
“Сезам”. С входом
для сетевого адаптера.
Батарея
и аккумулятор
в комплект не входят.

3601

Мотор с адаптером
для зарядки
аккумулятора.
Подходит к насадке
на мангал “Сезам”.
Батарея
и аккумулятор
в комплект не входят.



6800
Внешний
аккумулятор
LXB01,
6800 mAh,
черный

5050 5060
50 CM **60 CM**
плоский профиль,
50 шт.

НЕРЖАВЕЙКА
толщина 1,5 мм
ширина 10 мм

НЕРЖАВЕЙКА
толщина 1,5 мм
ширина 10 мм

5010 6010
50 CM **60 CM**
10 шт. 10 шт.
20 шт. 20 шт.

Казаны алюминиевые с крышкой
2 л 6084-k20

Казан походный с крышкой-сковородой
3 л 6077-kp30
5 л 6060-kp50

Казан походный с крышкой и дужкой
зеленый 2,5 л 1018

6 л 6078-k60
8 л 6079-k80

2,5 л 1005
6 л 1020

4,5 л 1006
черный 2,5 л 1014

5 л 1004

**Подставки
под татарский
казан**

Ø 30 см 4,5 л 6096-l070-1
Ø 37 см 9 л 6062-l010
Ø 40 см 12 л 6063-l012

Ø 45 см 15 л 6061-l06
Ø 53 см 15 л 6109-l022
Ø 58 см 28 л 6083-l07

**Тренога
с фиксатором**

6082-l021
H: 73 см

**Казан походный
с крышкой и дужкой**

Ø 42,5 см 30 л 6058-k300

Ø 39,5 см 4,5л 6066-uk08

Ø 40,5 см 12л 0206

Ø 37,5 см 9л 0205

Ø 45,4 см 28л 6074-uk028

Ø 40,8 см 30л 6076-uk16

Ø 39,5 см 4,5л 6066-uk08

Ø 40,5 см 12л 0206

Ø 37,5 см 9л 0205

Ø 45,4 см 28л 6074-uk028

Ø 40,8 см 30л 6076-uk16

Весенние новости от Koch Frisch&Tiefkühl GmbH

Чебуреки, пельмени, вареники марки Koch в представлении не нуждаются. На рынке Германии компания работает более 20 лет и уже завоевала доверие и признание покупателей. Замороженные полуфабрикаты Koch можно купить во многих русских магазинах Германии, в том числе и в сети магазинов Mix-Markt. Как развивается производство? Как пережили «коронный» 2020-й? Какие новинки ждут владельцев магазинов и конечных покупателей этой весной? На эти и другие вопросы отвечает руководитель по развитию компании Koch Frisch&Tiefkühl GmbH Сергей Пивоваров.

– Сергей, начнем с главной новости. У владельцев русских магазинов, закупающих со склада Monolith, теперь появилась возможность заказывать весь ассортимент продукции Koch...

– Да, это совместный проект с группой компаний Monolith. Дело в том, что из-за ограничения складских помещений Monolith West мы могли предложить магазинам только восемь наименований нашей продукции, которые были всегда на складе. С 1 марта мы организовали прямые поставки для партнеров региона Monolith West, и теперь владельцы магазинов могут заказать всю нашу линейку (31 позицию!) и радовать своих покупателей еще больше. Кстати, эта схема уже опробована с магазинами региона Nord. Ведь все мы знаем, что, если покупатель берет пельмени одной марки, он будет готов попробовать и другую продукцию (например, вареники, пирожки) этой же марки, нужно только ему предложить. Независимые магазины могут также заказать у нас продукцию напрямую, по телефону 0208 621 73 12. Доставка в течение двух-трех дней.

– Отличная новость. Расскажите подробнее об ассортименте продукции марки Koch. Есть какие-то новинки?

– В 2020 году мы вывели на рынок необычные чебуреки – с рассыпчатым подсоленным творогом, укропом, луком и петрушкой. Новинка пришла по вкусу не только вегетарианцам, но и другим

группам покупателей. Новые манты по-корейски из свиного фарша со свежей капустой и восточными специями приятно удивили всех любителей мантов. Расширили линейку пельменей. Так, «Пельмени от Олежки» с курицей отвечают потребностям современного рынка в более легких и диетических продуктах. Замечу, что мы действительно вкладываем много сил, чтобы продукция Koch получилась качественной, вкусной, домашней. Например, для производства вареников или пирожков наши мастерицы отваривают картофель, толкнут пюре и добавляют обжаренный до золотистого цвета лук. Для пельменного теста используем муку высшего сорта и куриные яйца; начинки для пельменей и мантов – свежее мясо (сами его разделяем и перекручиваем в фарш), лук, соль и перец. Стоит отметить и наши пирожки, жареные или печеные в духовке с различными начинками (кислой капустой и мясом, мясом и картошкой, с яблочным или вишневым повидлом). Лидерами продаж остаются пельмени ручной лепки, вареники с картошкой, вишней, творогом, жареные чебуреки с мясом. В апреле и мае мы поддержим нашу продукцию еще и телевизионной рекламой, так что спрос будет еще больше!

– Получается, что прошлый год, несмотря на «коронный» кризис, был тоже успешным для Koch Frisch&Tiefkühl GmbH?

– В среднем продажи замороженных

полуфабрикатов в прошлом году выросли по рынку на 20%, мы увеличили продажи на 25%. Нестабильные времена еще раз подтвердили нашу философию – потребители отдают предпочтение качественной, вкусной продукции, а не горняются за самой дешевой. Опять же стоит отметить, что мы успешно пережили прошлый год только благодаря нашим сотрудникам. Они усердно работали, прекрасно справились с растущим спросом, ответственно подошли к соблюдению всех гигиенических и защитных мер от коронавируса; никто у нас на производстве не болел, наоборот, прошлый год всех нас сплотил еще больше! Еще раз огромное спасибо нашим сотрудникам, мастерницам производства, многие из которых работают у нас более 20 лет.

– Итоги 2020 года подвели, а какие планы на 2021-й? Наверняка у вас есть интересные проекты?

– Одно из направлений, котором мы активно занимаемся и будем развивать дальше, – горячая выпечка для отделов кулинарии в русских магазинах, так называемых Heiße Theke. Готовые печеные, жареные пирожки с различными начинками, чебуреки марки Koch продают не только замороженными, но и в отделах кулинарии в горячем виде. Нужно просто разморозить продукцию с вечера, а утром подогреть в духовке (микроволновке) и предложить покупателям в качестве вкусных быстрых перекусов по принципу «to go». В ближайшее время мы планируем сделать удобную упаковку для этих целей – картонные коробки с 40-50 пирожками или чебуреками внутри. Т.е. продавцам не придется больше заниматься утомительной распаковкой стандартных пакетов по пять пирожков, чтобы обеспечить необходимый запас выпечки для кулинарии; в целом будет меньше пластикового мусора.

– Сергей, спасибо за интервью! Что бы вы хотели сказать или пожелать читателям журнала «Торговый центр» в конце беседы?

– Уважаемые владельцы магазинов, предприниматели, успехов, терпения вам в вашем нелегком деле, уважения от покупателей, больших продаж, несмотря на любые кризисы. Компания Koch Frisch&Tiefkühl GmbH поздравляет всех со Светлой Пасхой. Мира, любви, здоровья, всего самого доброго вам и вашим близким.

Беседовала Ольга Молендор



Коллектив на производстве Koch Frisch&Tiefkühl GmbH

KOCH

Koch Frisch & Tiefkühl GmbH, Lindnerstr. 29, 46149 Oberhausen
 Tel.: +49 (0)208 - 621 73 12, Fax: +49 (0)208 - 621 73 13
info@pelmeni-koch.de, www.pelmeni-koch.de



MEHR ALS
50 ARTIKEL



Почему «КОЧ»?



1. Привлечение постоянных покупателей продукции «КОЧ» в ваш магазин.
2. Увеличение оборота замороженной продукции на 15-20%.
3. Формирование заказа из более чем 50-ти видов продуктов у одного поставщика.
4. Рекламная поддержка (Одноклассники, TV, TikTok).
5. Доставка продукции через 2-3 дня после заказа со склада в Германии и многое другое.

ГДЕ ЗАКАЗАТЬ?

Monolith Gruppe
in den Regionen
Süd, Ost und Mitte

Koch Frisch & Tiefkühl GmbH
in den Regionen
Nord und West



POSмотрел и купил, или Как заставить покупателя набрать полную корзину

Наверняка каждому из нас знакома ситуация: пошел в магазин за «хлебушком», а вернулся с полными сумками, набитыми всякой всячиной. Или поехал в Икею за полочками в детскую комнату – в итоге спустя пару часов в полной растерянности пытаешься упаковать в багажник лампы, коврики, свечи, посуду (там же такой милый рисунок) и пальму! Давайте разбираться, кто «виноват» в этих спонтанных покупках и как владельцу эффективно использовать эти приемы для увеличения прибыли магазина.

Что такое POS-материалы?

Не будем долго интриговать и сразу назовем «виновника» спонтанных покупок: это – POS-материалы.

POS (англ. аббревиатура Point of Sales) дословно переводится как точка продаж. А POS-материалы – все виды рекламы, используемые непосредственно в розничных магазинах (световые панели, информационные стенды, шелфтокеры, ценники, промо-стойки и т.д.), которые служат для дополнительного привлечения внимания и эффективного продвижения товаров. Если вы где-то увидите аббревиатуру POSM (Point of Sales materials), не теряйтесь: это означает то же самое.

Эта реклама подталкивает покупателя сделать нужный выбор непосредственно в торговом зале, завуалированно направляет его и в большей мере ответственна за продажи того или иного товара. Посетители магазина, невольно

изучая POS-материалы, получают информацию о преимуществах той или иной продукции. Таким образом, благодаря информативности и способности привлекать внимание к товару, POS-материалы стимулируют продажи и «заставляют» совершать спонтанные покупки. Главная задача средств POS – увеличить продажи конкретного товара (или группы товаров) в торговой точке. Это воздействие носит ограниченный во времени и пространстве характер, т.е. мотивируют покупателя совершить покупку «здесь и сейчас». Этим POS отличается от других видов рекламы, которые не предполагают незамедлительной реакции покупателя.

Функции POS-материалов

Различные виды POS имеют разное функциональное предназначение. Среди этих функций есть как общие для всех, так и уникальные для каждого вида:



- Локализация и информирование – указание на торговую точку, в которой можно найти определенный товар.
- Коммуникативная функция – сообщение информации о товаре на уровне теста и на уровне образов.
- Ориентирование – оказание помощи покупателю в поиске товара среди прочих видов непосредственно в месте продаж.
- Зонирование – разбивка торгового пространства на отделы.
- Мотивация – побуждение посетителя к совершению покупки.
- Экспонирование товара – привлечение к товару дополнительного внимания за счет выделения места его выкладки.
- Брендинг – напоминание о существовании товара, закрепление положительных ассоциаций у покупателя.

Зоны применения POS-материалов

Торговая точка с точки зрения продаж делится на пять функциональных зон, в каждой из которых применяются свои POS-материалы:

- Наружное оформление.
- Входная группа.
- Торговый зал.
- Место выкладки.
- Прикассовая зона.

Важно помнить, что между элементами POS и остальными рекламными средствами должна существовать некая, как правило, визуальная связь, необходимая для создания у покупателя механизма ассоциаций с заложенными рекламными образами. Подобное воздействие в месте продаж становится логичным завершением по продвижению торговой марки. Эффективность воздействия зависит от многих факторов, но, в первую очередь, от

того, насколько полно и адекватно конкретной ситуации использован инструментарий POS.

Наружное оформление.

Первая функция наружного оформления – локализация: владельцу магазина необходимо использовать все средства для привлечения потенциального покупателя.

К средствам наружного оформления относятся: комплексное оформление фасада, оформление витрин, вывески, панель-кронштейны, тротуарная графика, выносные конструкции, щиты и другие отдельно стоящие конструкции.

Наружное оформление должно четко сориентировать покупателя, какой тип торговой точки перед ним, какие товары здесь могут продаваться и какова их ценовая категория: безлиное, неаккуратное или несоответствующее наружное оформление отпугнет многих потенциальных потребителей.

Наконец, POS-материалы наружного оформления служат для информирования о наличии в данном месте продаж определенного товара.

Входная группа.

К POS-материалам входной группы относятся таблички «Открыто/Закрыто» (Geöffnet/Geschlossen), стикеры с режимом работы, а также коврики или напольные стикеры с фразой «Добро пожаловать» (Herzlich Willkommen). Если вход в магазин устроен по принципу «шлюза» с двумя дверьми – внешней и внутренней, то целесообразно использовать и это пространство для размещения POS-материалов. В данной ситуации может применяться как комплексное оформление пространства, так и простые постеры и стикеры.

Входная группа очень важна для воздействия на покупателя. Во-первых, POS-материалы, размещенные здесь, видят все входящие покупатели. Во-вторых, это та точка, в которой покупатель получает последнее напоминание непосредственно перед тем, как он окажется в магазине.

Торговый зал.

Основная цель размещения элементов POS в торговом зале – направить покупателя к месту выкладки конкретного товара. Для этого используются различные указатели: напольная графика, воблеры, стикеры, вымпелы. Световые короба, гирлянды, мобайлы (рекламные изображения большого формата, как правило, из картона) и джумбы (объемные конструкции, своей формой повторяющие товар, только увеличенный в несколько раз) подвешиваются



непосредственно над местом выкладки, сразу привлекая внимание покупателей.

Помимо этого, в торговом зале имеет смысл разместить POS-материалы для «напоминания» о товаре: часы с логотипом, плакаты, световые панно, информационные модули с логотипом рекламируемой торговой марки (например, указатели этажей и торговых зон).

Место выкладки.

POS-материалы в месте выкладки особенно важны: во-первых, на них ложится основная «ответственность» за принятие решения о покупке. Во-вторых, рядом, как правило, находятся товары-конкуренты и перед покупателем встает второй вопрос, какой из них предпочтеть.

Привлечь к конкретному товару максимальное внимание, помочь наиболее выгодно представить товар, ненавязчиво проинформировать о его свойствах и связанных с ним специальных акциях – вот задача POS-материалов. Акцентировать внимание покупателя можно с помощью световых коробов и панно, воблеров (рекламное изображение, которое крепится к полке, дисплею или стенке на гибкой ножке и привлекает внимание за счет вибрации), флагов, стикеров.

Если пространство торгового зала позволяет, то выкладку товара, нуждающуюся во внимании, лучше осуществлять на стоящих отдельно экстра-дисплеях, в холодильниках или ларях. Диспенсеры служат для экспонирования небольших товаров или образцов товаров.

Если свободного пространства не так много и приходится его экономить, то товар выделяется среди других на общей полке. Для этого используются шелфтокеры и шелфорганайзеры. Первые предназначены для выделения торгового ряда товаров одного бренда. Крепятся они на торце полки стеллажа

или прилавка. Вторые позволяют зрительно обособить часть полки и организовать выкладку в этой части. Даже ценники с логотипом могут помочь выделить товар.

Когда необходимо экспонировать крупные товары, например, предметы мебели, автомобили или стиральные машины, то используются подиумы – неподвижные или вращающиеся. Полнота информации – основа для доверия к товару и фактор, значительно влияющий на принятие решения о покупке, поэтому на месте выкладки должны быть листовки и другие информационные материалы, размещенные в лифлетхолдерах и на информационных стойках. Важная промо-информация о скидках и акциях ВСЕГДА должна бросаться в глаза, для этих целей используются стикеры и постеры.

Прикассовая зона.

Особенность этой зоны в том, что, находясь у кассы, покупатель уже фактически «использовал» свой основной бюджет. Как правило, он, стоя в очереди, прикидывает суммарную стоимость покупок и остаток денег. Таким образом, маркетологи советуют размещать у касс те товары, которые можно купить на этот остаток, так называемые «товары импульсивной покупки» – жевательная резинка, какие-то актуальные мелочи, сладости, презервативы и т.д. Кроме того, в прикассовой зоне могут размещаться сезонные товары. Так, летом эффективна установка ларей с мороженым, пивом и охлажденными напитками. Соответственно и POS-материалы в прикассовой зоне служат для максимально эффективной выкладки и привлечения внимания к таким товарам. Это могут быть воблеры, стикеры, диспенсеры, лотки для мелочи и световые короба (с надписью «касса»).

Подготовила Ирина СМИРНОВА

Ольга Мигунова (Magnolia, Balingen): «Шторы – это уют, который всегда будет востребован»

– Впервые декор окон в домах появился в Европе в позднем Средневековье. Параллельно с эволюцией архитектурных стилей, эволюционировали, если можно так сказать, и средства, а также стиль, декора окон. Например, в Средневековье узкие окна закрывались промасленной бумагой, а большие – простой тканью. В XVII веке окна стали драпировать гобеленами, вельветом, шерстью. Далее строгость ренессанса сменилась роскошью барокко. На окнах появились бархат, парча, шёлк, атлас, муар, тафта... Свои моды мебели, произведениям искусства и, разумеется, средствам драпировки окон диктовали последовательно эпохи рококо, неоклассицизма, ампира, «далее по списку». Об актуальной моде поговорим чуть позднее. – Такой краткой лекцией начала нашу беседу Ольга Мигунова, хозяйка салона магазина «Магнолия» (г. Балинген), специализирующегося на изготовлении и продаже портьер и гардин, но не только.

– Шторы, гардины являются важной составляющей любого интерьера. Эти атрибуты интерьера всегда были и будут востребованы: они обеспечивают уют в квартире и тем самым поднимают настроение и улучшают самочувствие её обитателей. Как было сказано, мода переменчива, но при этом вид ткани и качество изготовления остаются всегда неизменно важны.

Изделия индивидуального пошивка качественнее покупных

– Ольга, магазины предлагают широкий выбор готовых портьер и гардин. Чем плохи такие покупные?

– Конечно, в основном они хороши. Но только изделия, выполненные по индивидуальным заказам, как правило, выделяются своим качеством среди прочих (кстати, это же касается и одежды). Они больше отвечают запросам и вкусам конкретного заказчика, позволяют комнатам приобрести «своё лицо», особую привлекательность, некий шарм, когда всё в квартире: мебель, ковры (если они есть), зачастую и светильники, а также шторы, гардины и т. д. представляют собой как бы единый, цельный, завершённый ансамбль.

– Каковы основные направления вашей деятельности?

– Основные направления таковы:

1. Индивидуальный пошив штор, гардин, чехлов на подушки, скатерей, салфеток, дорожек на стол. У меня в «Магнолии» предлагается широкий ассортимент тканей для штор и фурнитуры. Эти ткани должны иметь особый состав, прочность, светопропускание;
2. Продажа карнизов, багетов из дерева, металла, пластика;
3. Продажа готовой женской одежды;



4. Ремонт и переделка одежды;
5. Приём одежды в химчистку и выдача заказов;
6. Продажа высококачественных изделий из серебра;
7. При необходимости могу проконсультировать клиента по пошиву штор, дать совет.

Заказы на пошив штор принимаю также заочно, по размерам, сообщаемым мне клиентом. Кроме того, предлагаю также услуги по стирке и глажке штор. При необходимости могу и повесить сшитые мною изделия.

– Хотелось бы услышать ваши суждения по актуальной моде...

– Современные тенденции в изготовлении штор нынешнего сезона предлагают отдавать предпочтение выдержаным и лаконичным решениям без излишеств в декоре: это прежде всего функциональность штор, при этом в основном используются гладкие, однотонные ткани. Трендовыми в нынешнем сезоне являются стили штор в скандинавском, римском, японском направлениях. Но понятно, что в любом случае шторы и гардины должны гармонировать с типом мебели и цветом её обивки, отделкой стен и декора комнаты – как по стилю, так и по цветовой гамме. Замена штор, гардин – это отличный способ изменить стиль домашней обстановки.

– Как часто в наших краях принято менять гардины/шторы?

– По мере естественного износа, обычно это раз в 5-7 лет, иногда бывает и чаще. Некоторые семьи практикуют иметь дома зимний и летний комплекты. Зимние, понятно, короче летних: чтобы не



Магазин-салон «Магнолия» в Балингене

закрывались отопительные батареи, устанавливаемые, как правило, под поконниками. Кроме того, зимние шторы могут шиться из более плотной ткани, чем летние, дабы удерживать в комнате больше тепла.

«Шитьё всегда было частью моей жизни!»

– Кем вы видели себя в детстве?

– С того самого юного возраста, с какого себя помню, я шила. Начиналось всё, конечно, с пошива одежды для кукол, потом пошла дальше. Даже не допускала мысли, что стану кем-то другой, не швеёй. Шитьё всегда было частью моей жизни. На Родине, в Омске, работала мастером по пошиву женской одежды. В Германию мы с семьёй переехали в 1997 г., с малыми детьми. Планов особых поначалу не было. Когда дети подросли, появилось свободное время. Знакомые прознали, что я люблю и умею шить. Потихоньку стали мне давать заказы на пошив штор и гардин. Потом я открыла собственное предприятие, расширила «поле деятельности». Кстати, в ноябре с. г. буду отмечать 15-летний юбилей своего предприятия. Вот это 2-этажное здание я арендую полностью. На нижнем этаже – производственный участок, рабочие места швей, склад и т. д. На верхнем – моя жилая квартира. Удобно, что всё рядом, всё под рукой. У меня две помощницы, причём одна специализируется на пошиве штор, другая – на переделке и ремонте одежды.

– Где закупаете ткани для штор и гардин, одежду для продажи?

– В Германии закупаю ткани, произведенные в основном на предприятиях Германии, Италии, Турции. О новинках ассортимента тканей меня извещают торговые представители фирм-изготовителей, привозят для ознакомления образцы тканей. Представители предприятий-изготовителей готовой одежды, сшитой, как правило, на предприятиях Киргизии, Турции, Польши, действуют подобным же образом. Изделия из серебра для продажи завозят раза 3-4 в году, по мере замены одних коллекций другими.

– Доводится ли вам общаться с коллекционерами – владельцами аналогичных предприятий?

– Да, встречаюсь с ними на выставках, ярмарках. До пандемии ездила на международные выставки, которые проводились в начале каждого года во Франкфурте. Участие в них, конечно же, полезно для моего дела. Возвращалась



Ольга Мигунова, хозяйка «Магнолии»



Гардины, готовые к продаже



Готовая одежда на продажу



Широкий выбор готовой женской одежды



Специализированный ассортимент магазина



Рабочее место в магазине-салоне



Уголок магазина-салона



оттуда, обогащённая новым опытом, знаниями, идеями. Надеюсь, что, когда ситуация стабилизируется, выставки эти будут возобновлены. В нашем регионе есть несколько предприятий, оказывающих услуги, аналогичные моим. Конкурентов в них не вижу. На отсутствие заказчиков и покупателей, как правило, не жалуюсь. Экономический кризис 2008-2009 гг. на оборот моего предприятия отрицательного воздействия не оказал, как раз в те годы моё дело ещё только разворачивалось. Только вот нынешняя «ковидная» ситуация несколько отрицательно отражается на моём бизнесе. Заметна тенденция: в преддверии Рождества и Пасхи количество заказов возрастает. Срок изготовления заказов? От 2 недель до 2 месяцев, смотря по загруженности.

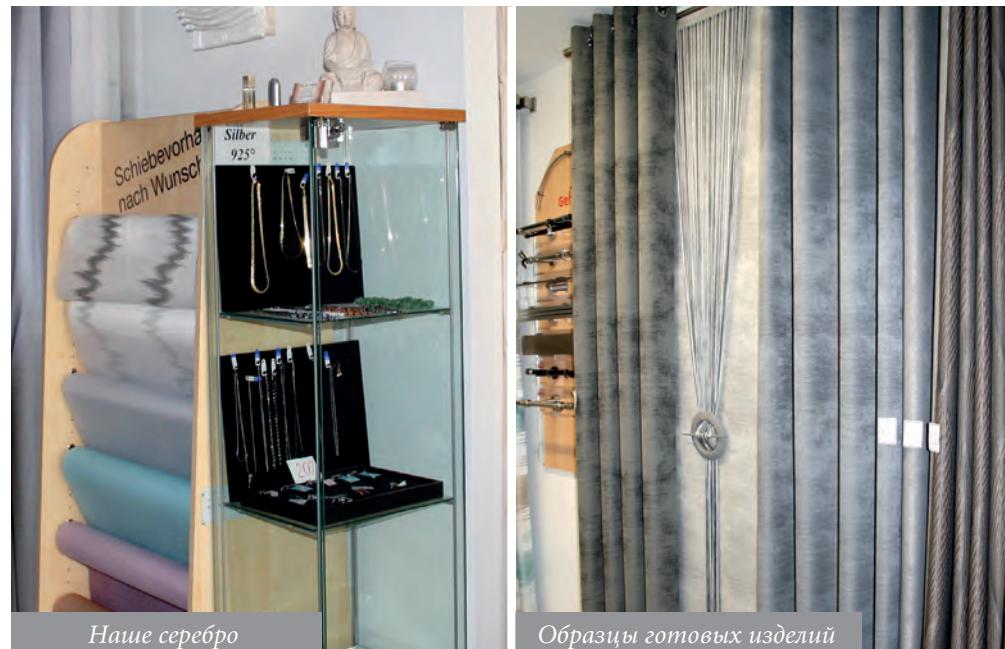
Мой салон-магазин стал известен населению в основном по рекомендациям; действенной рекламой считаю раздачу визитных карточек. Я спокойно отношусь к тому, что некоторые клиенты делают заказы в другом месте.

Менталитет играет свою роль

– **О ваших заказчиках и покупателях, пожалуйста...**

– Процентов 70-80 – это русскоговорящее население. Я следую пожеланиям заказчиков, считаю также важным поделиться своими идеями при выборе штор. Но при этом пожелания клиента у меня всегда на первом месте. Стараюсь предложить клиенту несколько вариантов и советую не торопиться с выбором. Я даю клиентам с собой образцы тканей, чтобы они ещё могли обдумывать выбранные варианты. И лишь после этого принимается заказ.

В основном шторы заказывают супружеские пары, а вообще, конечно, заказчиков бывает больше, чем заказчиков.



Наше серебро

Образцы готовых изделий

– **Бывают случаи, когда заказчик раз+думал выкупить свой заказ?**

– Знаете, такого в моей практике ещё не было. Но если вдруг подобное случится, в любом случае можно будет найти решение с учётом интересов обеих сторон.

– **По заказам фирм, офисов работаете?**

– Слышится. Иногда доводится выполнять заказы Pflegeheim, Altheim, пиццерий, небольших офисов.

– **Какой техникой пользуетесь?**

– Используем профессиональное индустриальное оборудование – швейные машины разных конструкций, но одной и той же японской фирмы Juki.

– **Несколько слов о продаваемой вами готовой одежде, пожалуйста...**

– «Мода не просто делает женщин красивыми, она даёт им уверенность в себе». Красота женщины зависит не только от «идеальных» пропорций фигуры, но и от других факторов, одним

из которых является одежда. Правильно выбранный стиль, цвет одежды, с учётом индивидуальных особенностей фигуры, возраста, подчеркнут достоинства женщины, сделают её чуть моложе, уверенней в себе, а иногда и скроют недостатки, даже если они имеются. Моя задача – помочь выбрать одежду, сделать женщину более привлекательной и красивой. С учётом всего сказанного, я закупаю для продажи в своём магазине широкий ассортимент одежды для любого возраста, любой фигуры и на все случаи жизни...

– **Говорят: «Мы продолжаем себя в на+ших детях». Ваши дети пошли по вашим стопам?**

– Да, правильно говорят, это верное суждение. Моя дочь Вера, по профессии технолог по изготовлению женской одежды, работает по этой специальности на одной из фирм нашего региона. Сын Александр заканчивает институт, факультет машиностроения.

– Ольга, благодарю за то, что уделили время и внимание, за интересную беседу, за то, что встретили с поезда и отвезёте обратно. Надеюсь, наше интервью окажется интересным для читателей.

– Я тоже на это надеюсь...

Интервью провёл Георгий БОРИСОВ,
фото автора

МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ:

Статья со ссылками на информацию по данной теме также публикуется в блоге на сайте журнала



www.optovik24.de



За работой. На заднем плане – сопутствующие товары



seit 1992

LUBMAX

PPH Lubmax Sp. z o.o.

Tomaszowice 26A
21-008 Tomaszowice, POLEN

Telefon: +48 690 604 053
+48 500 469 666

Internet: www.lubmax.eu
E-mail: lubmax@op.pl
info.lubmax@gmail.com

**ПРОДУКТЫ ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА
ОТ ПОЛЬСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Производственно-торговому предприятию LUBMAX более 25 лет

Мы специализируемся на поставках овощей, фруктов и других продуктов питания из Польши на рынок Германии.

Оптом

В нашем ассортименте более 500 наименований товаров:

- Овощи
- Фрукты
- Соленья по-домашнему
- Молочные продукты
- Яйца куриные и перепелиные
- Каши и макароны
- Мясные изделия SOKOLOW
- Мясные и рыбные консервы
- Готовые блюда
- Соки, напитки и сиропы
- Консервированные овощи
- Соусы и приправы

Приглашаем продуктовые магазины и оптовые базы к сотрудничеству!

PUTENROLLE
ca. 900 g



WURST OMSKAJA
ca. 500/900 g

SPECK DEREWENSKOE
ca. 300 g



**КОЛБАСЫ
KELLER**

Дело во вкусе!

WURST DOKTORSKAJA
ca. 600 g



RIPPCHEN GERÄUCHERT
ca. 500 g



SOSISKI LJUBIMIE
ca. 300 g

FLEISCH & WURSTWAREN GmbH, Leo Keller
Gewerbering 17, D-49681 Garrel

- + 49(0)441 9602415
+ 49(0)441 9602417
keller-wurst@gmx.de
www.keller-wurst.de



САЙТ ЖУРНАЛА «ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР» www.optovik24.de (также в мобильной версии)



**Лучшие предложения на рынке!
Поставщики, которые
заслуживают ваше доверие!**

ЕСТЬ ИДЕЯ! | EINE IDEE!

POS-материалы для навигации в магазине

В рубрике «Актуальная тема» на стр. 12 -13 мы рассказали о том, что такое POS-материалы, каковы их функции, виды и способы применения. В данном материале мы предлагаем вам несколько идей, как POS-материалы можно использовать для навигации в магазине, а также поговорим о важности единого стиля в оформлении магазина.

Даже в небольших торговых точках навигация играет существенную роль: она разграничивает зоны разных отделов, подсказывает покупателю, где размещаются новинки, ангеботы, БИО- или региональные продукты.

Для размещения навигации чаще всего используются стены, где указатели можно расположить на уровне глаз человека. Однако все чаще навигацию в торговом зале располагают на полу, прикрепляют к потолку, к полкам или продуктовым тележкам.

Если рассматривать различные зоны магазина, то наиболее эффективными местами размещения информационных указателей являются:

- * вход в магазин;
- * отделы с товарами;
- * полки с товаром;
- * прикассовая зона.

Таблички и указатели чаще всего изготавливаются и размещаются группами в качестве комплексной информационной системы.

Важно помнить и соблюдать правило: вся навигация в магазине должна быть выполнена в едином стиле. Дизайном рекламных указателей должно поддерживаться стилистическое оформление интерьера помещения. Эстетическая составляющая навигации торговой точки является не менее значимой, чем рекламная. Она должна не только помогать покупателям ориентироваться в торговом пространстве, но и органично вписываться в интерьер.

Виды рекламных указателей

Помогать покупателю в ориентировании в магазине помогают специализированные POS-материалы. На сегодня их существует достаточно много, чтобы соответствовать различным целям и задачам в вопросах навигации в торговых точках:

схемы торговых объектов;
указатели направления движения;
таблички;
разделители зон и пр.

Схема магазина играет важнейшую роль в крупных торговых точках. Она помогает клиентам легко сориентироваться, что и где находится в данных заведениях. При этом очень важно ее правильное расположение: она должна находиться на главном входе, на каждом из второстепенных входов, в том числе и на входах с парковок.

Указатели и таблички должны быть максимально лаконичны, но при этом информативны. Кроме надписей, здесь могут применяться символические изображения объектов, действий или жестов. Информация на знаках должна быть интуитивно понятной всем посетителям, исчерпывающей и актуальной. Размер букв и символов должен быть достаточно большим, однако соизмеримым с расстоянием восприятия его покупателем. Хотя в магазинах различной направленности могут применяться различные отклонения от данной нормы. К примеру, в детском магазине таблички могут быть более веселыми и яркими.

Отдельно стоит отметить, что POS-материалы играют важную роль в зонировании внутреннего пространства любой торговой точки. Ведь покупателю намного проще сориентироваться, если товар в магазине разграничен по группам согласно его назначению. Самое простое — цветовое разграничение. Например, зеленый для обозначения БИО- или ЭКО-продуктов, региональные товары можно обозначить соответствующими традиционными цветами земель, для детских товаров — использовать яркие, насыщенные цвета и т.д. При этом единство цветовой палитры POS-материалов и торгового оборудования играет чрезвычайно важную роль. Данный метод именуется цветовым зонированием торговой площади. Кроме того, для зонирования можно использовать подвесные потолочные указатели, стеллажи с информационными щитами или табличками и другие элементы.

Подготовила Ирина СМИРНОВА

ost-West REISEN

Международная ассоциация авиаперевозок
Deutsche Bahn AG

Приглашаем к сотрудничеству РУССКИЕ МАГАЗИНЫ
Продажа авиа, автобусных, железнодорожных и билетов на паромы.
Визы в страны СНГ. Семейный отдых в:

ИСПАНИИ, ИТАЛИИ, ХОРВАТИИ, БОЛГАРИИ, ТУРЦИИ, ГРЕЦИИ

Ost-West Reisen GmbH Auf der Höhe 24 Tel.: 0203/318 68 11
www.olymp-otpusk24.de 47059 Duisburg Tel.: 0203/318 68 19
E-mail: olymp@ost-prospekt.de Fax: 0203/318 68 14

СВЕЖИЙ ОСЕТР

www.msexpress.be

а также деликатесы:
- балты из осетра
- классическое филе осетра
холодного и горячего копчения

Доставка до 3-х раз в неделю
+32 486 299 077 (WhatsApp / Viber)

LOGOS Werbeagentur

ДИЗАЙН и ВЕРСТКА
периодических изданий

- ✓ газеты
- ✓ журналы
- ✓ каталоги

Karlsbader Str. 12 · 40625 Düsseldorf · T. 0211-249 55 11
kw@logos-werbung.de · www.logos-werbung.de

EI Firma Novikov

Gross und Einzelhandel • Export-Import

**Косметика • Парфюмерия • Текстиль
• Хозяйственные товары**

Am Zollstock 9 • 61381 Friedrichsdorf

Tel.: 06172-985556 • 06172-898457
Fax: 06172-898290 • Handy: 0179 218 68 21 • 0617 238 94 35
E-Mail: alnovikov@gmx.de

ЦЕНТР ПЕЛАГЕИ МОРОЗОВСКОЙ

9-ти званной целительницы ясновидящей
ГАДАЮ что есть, что было, что будет
СНИМАЮ все виды порчи, сглаз, испуг,
проклятие, безбрачие, приворот, вдовью долю
ПОМОГУ соединиться двум любящим сердцам,
сохранить любовь и создать крепкую семью.
опыт работы более 40 лет
Целительство, Магия, Ясновидение, Гадание
04 443 - 64 55 90
0179 - 555 81 67

Нужно быстро создать
или продвинуть сайт?

Дизайн вебсайтов любой категории
Тексты для сайтов и рекламы
Создание интернет-магазинов
Продвижение вашей страницы
Интернет-маркетинг
Графика и печать

EXPERT-WEBDESIGN.DE

**Хотите издать
собственную книгу?**

**Издательство Vela поможет
осуществить Вашу мечту!**

Оформление, верстка и
печать книг от 10 до тысячи
и более экземпляров
(предоставление ISBN,
внесение в реестр VLB
- по желанию автора)

Запросите у нас
более подробную
информацию:

Наш e-мейл: kniga@vela-verlag.de
или по тел.: 08671 / 929 85 75
www.facebook.com/knigoizdat

• КОРОТКИЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ •

LKW-Fahrer с большим опытом работы. Организация и доставка грузов, переезд по Европе (EC). Mob. 0152 55 36 36 97

Купон для кратких объявлений - стр. 46 или по E-Mail: werbung@vela-verlag.de

**Ваша мобильная связь
с поставщиками!**

ОПТОВИК 24

www.optovik24.de

Реклама товаров и услуг
Справочник оптовых фирм
Новости и объявления

Подробная информация:
по тел.: 08671 929 85 72
E-Mail: info@vela-verlag.de

**Вниманию всех русских магазинов в Германии!
«Оптовый справочник 2019»***

Укажите Ваши полные данные и отправьте заказ по почте, по факсу или на наш E-Mail

да, я хочу получить «Оптовый справочник» **бесплатно** по E-Mail (PDF-Datei)
 да, я заказываю «Оптовый справочник» в печатном варианте по цене **6,50 евро**
(в стоимость уже входит пересылка и MwSt. 7%)

* Версия: апрель 2019 г.

Название магазина | Firma:

Владелец/Inhaber | Name, Vorname:

Tel.:

Mobil:

Fax:

электронная почта | E-Mail:

Strasse:

PLZ / Ort:

Меня также интересуют дальнейшие новости и предложения, сообщаемые по почте, по телефону и электронной почте. Я могу в любое время отказаться от этого дополнительного сервиса (ненужное зачеркнуть).

Ich gebe mein Einverständnis zu weiteren wichtigen Nachrichten und Angeboten, die elektronisch oder telefonisch übermittelt werden. Der Nutzung meiner Daten kann ich jederzeit widersprechen (falls nicht gewünscht - streichen).

Bestellungen: 086719298570, Telefax: 086719298571, best@vela-verlag.de

БЕСПЛАТНАЯ БИБЛИОТЕКА

www.PressaRu.EU

Газеты и журналы Европы
более 4000 номеров

Здесь каждый найдет,
что почитать!

Также архив -

РЕКЛАМА
в газетах и
журналах, на TV,
в интернете

Wildberries запустил продажи в Германии



Российский маркетплейс Wildberries начал продажи в Германии, говорится в сообщении компании. «Wildberries сообщает о начале работы на одном из крупнейших рынков Европы. Германия стала десятой страной присутствия компании», — отмечается в релизе. Ранее в 2019 году маркетплейс запустился в Польше, Словакии, на Украйне и в Израиле. Клиентам из Германии будет доступно около четырех миллионов наименований товаров. Доставкой займутся логистические партнеры маркетплейса, заказы можно будет получить в пунктах выдачи или с помощью курьерской доставки. В Wildberries также анонсировали, что в ближайшее время маркетплейс намерен выйти на рынки Франции, Италии и Испании. В настоящее время Wildberries работает на рынках России, Белоруссии, Казахстана, Киргизии, Армении, Украины, Польши, Словакии, Израиля и Германии. // Retailer.ru

Работы начали печь блины в магазинах



Ритейлер «Ленты» приступил к пилотированию проекта по роботизации собственного производства. Автоматы по приготовлению блинов появились в двух московских магазинах. Пилотный проект стартовал в конце октября в московском супермаркете по улице Ивана Франко и в гипермаркете в Истре. Робот за три минуты может приготовить простые блины или блюда с начинками стоимостью от 60 до 130 рублей. Покупатель самостоятельно выбирает топпинг из десятка сладких и соленых начинок и получает порцию горячих блинов, приготовленных у него на глазах. Интерес к новым аппаратам возник уже в первые сутки после установки. Наибольшей популярностью в меню пользуются сытные блины с начинками из мяса, индейки, ветчины и сыра. Среди сладких ингредиентов лидирует варенье из малины. Вендинговые автоматы работают круглосуточно, ночью продукция продается со скидками. В ближайшем будущем компания планирует ускорить процесс приготовления блинов в часы пиковой нагрузки и использовать в качестве начинок ингредиенты собственного производства. // New-retail.ru

Число покупок с курьерской доставкой в увеличилось на 64%

Аналитики банка «Русский Стандарт» в ходе исследования выяснили, что в 2020 году общее количество покупок с доставкой курьерской службой выросло на 64% год к году, а средний чек — на 13% и составил 5 617 руб, говорится в сообщении банка. Этому способствовали введенные на фоне пандемии ограничения, которые спровоцировали рост онлайн-покупок и спроса на курьерские услуги. Уже в марте россияне стали чаще пользоваться услугами курьеров: так, согласно статистике банка, относительно января 2020 года в марте общее количество подобных операций выросло на 25%. Однако уже в сентябре на фоне слухов о второй волне россияне вновь вернулись к курьерской доставке: в сентябре относительно августа общее число таких операций по картам банка выросло на 6%. Пик спроса на курьеров был зафиксирован в декабре, когда количество подобных операций по картам выросло на 47% год к году. // Retailer.ru

Сбербанк подал заявку для выпуска собственной криптовалюты



Сбербанк России в январе подал в ЦБ РФ заявку на регистрацию блокчейн-платформы для выпуска собственной криптовалюты, проект может быть запущен весной, сообщил журналистам зампред правления Сбербанка Анатолий Попов. Он пояснил, что по закону процедура регистрации занимает 45 дней, и в течение этого срока площадку либо зарегистрируют, либо банк получит какие-либо замечания. «Есть большая вероятность, что весной уже получится этот проект запустить. Есть еще один вопрос, который пока не разрешился до конца — это вопрос с налогом на добавленную стоимость ЦФА (цифровых финансовых активов - ИФ), но мы надеемся, что он прояснится. Самое простое применение сберкоина — это цифровой вексель», — сказал топ-менеджер Сбербанка. // Интерфакс

В Италии появится маркировка мяса

В Италии на законодательном уровне появилось предписание в обязательном порядке указывать на этикетках продуктов происхождение переработанного мяса (салами, мортаделла, ветчина и т. д.), сообщает Retail Detail. По

словам представителей группы итальянских фермеров Coldiretti, маркировка мясных продуктов с указанием места производства позволит поддержать подлинные итальянские продукты и разоблачить подделки, когда иностранное мясо представляют как «сделано в Италии». Исследование этой организации показало, что 82% итальянцев предпочитают покупать продукцию местного производства, чтобы поддержать экономику и местный бизнес. Теперь на этикетке продукта производителям необходимо подробно указать происхождение мяса. Аналитики отмечают, что 35 миллионов итальянцев регулярно потребляют переработанное мясо. Кроме того, три из четырех ветчин, продаваемых в Италии, сделаны из иностранного мяса, без упоминания об этом на этикетке. // Retailer.ru

В российские магазины может вернуться «Книга жалоб и предложений»

Союз потребителей России на заседании рабочей группы по «регуляторной гильотине» выступил с инициативой вернуть в магазины «Книгу жалоб и предложений». Эту идею поддержал Роспотребнадзор, сообщают «Известия». «Роспотребнадзор всегда за сохранение различных способов коммуникации с потребителем, чем их больше, в том числе новых и традиционных, тем лучше», — заявили в пресс-службе ведомства. Отказаться от книг жалоб и предложений в магазинах как от анахронизма советских времен предложил в сентябре 2020 г. Минпромторг. С 1 января 2021 г. в перечне обязанностей для торговых точек уже нет требования иметь жалобную книгу. // retailer.ru

YouTube запустит опцию покупки товаров



Генеральный директор YouTube Сьюзен Войжитски анонсировала планы по созданию собственного инструмента для совершения покупок прямо на платформе и выходу на рынок e-commerce, говорится в официальном письме главы видеохостинга. Она также отметила, что новые функции будут запущены в течение этого года, сейчас уже идет бета-тестирование в сфере товаров для красоты и электроники. Кроме того, YouTube инвестирует в развитие новых инструментов для обработки видео. // Retailer.ru



EUROSHOP

NATURKOSMETIK HAUSHALT SOUVENIR

Косметический бренд «Рецепты Бабушки Агафьи»,
созданный на основе рецептов сибирских натуральных трав,
представлен официальным дистрибутором
в Германии Euroshop-24



www.euroshop-24.eu

Позвоните и оформите
первый заказ уже сегодня!

Telefon 054 05 - 80 83 280
oder 054 05 - 80 83 281
info@euroshop-24.eu

В «Перекрестках» запустили оплату покупок «одним взглядом»



X5 Retail Group, Сбербанк и Visa объявили, что запускают сервис оплаты с помощью биометрии на кассах самообслуживания в магазинах сети X5. К сервису уже подключили 52 супермаркета «Перекресток». К концу марта с ним будут работать уже в 150 «Перекрестках». В апреле его подключат в нескольких магазинах формата «у дома» сети «Пятерочка» в Москве. По сообщению ритейлера, «оплата взгляделом занимает несколько секунд, что сопоставимо по скорости с обычной транзакцией банковской картой». Покупателю нужно будет в мобильном приложении «СберБанк Онлайн» выбрать пункт «Оплата одним взгляделом» (в разделе «Карты» или «Профиль») и указать карту, с которой будут списываться средства при оплате по лицу. На кассах самообслуживания он сначала отсканирует выбранные товары, затем выберет режим «Оплата одним взгляделом», «на пару секунд» снимет маску и посмотрит в камеру. «Ни банковская карта, ни смартфон не понадобятся», – говорится в пресс-релизе. // foodnewstime.ru

Dzintars вернётся на рынок под новым названием



Рижское косметическое производство Dzintars, признанное неплатежеспособным в ноябре 2019 года, продолжит работу под новым названием H.A. Brieger. Об этом сообщили прибалтийские СМИ. Напомним, Генрих Адольф Бригер (H.A. Brieger) в 1849 году основал в Риге фабрику мыла и парфюмерии, которая впоследствии стала Dzintars – одним из крупнейших производителей косметики в Латвии. Новые владельцы компании – «Даугавпилсский локомотиворемонтный завод» эстонского миллиардера Олега Осиновского и ООО «Asko R» Анастасии Удаловой – планируют вернуть продукцию под брендом Dzintars на полки магазинов уже весной 2021 года, если распространение Covid-19 и государственные ограничения не окажут существенного влияния на деятельность предприятия. Покупателям станут доступны средства по уходу за телом – бальзамы для губ, гели для душа, кремы для тела и рук, а также жидкое мыло. Ассортимент планируют изменять (например, духи будут сняты с производства) и по-

степенно расширять. По словам А. Удаловой, продукты Dzintars останутся в прежней ценовой категории, то есть будут доступны широкой аудитории. // fashionnetwork.com

Сеть дискаунтеров Mere откроет в Испании 40 супермаркетов

Открытие первой торговой точки сети дисконтных магазинов Mere (принадлежит ритейлеру «Светофор») в Мадриде запланировано на май 2021 г., сообщает InfoNegocios. Открытие торговых точек запланировано в крупных городах страны, на первом этапе экспансии Mere будет сосредоточена на Каталонии. Супермаркеты Mere будут функционировать в формате складов: товары разместят на поддонах, или непосредственно в коробках и каждому виду товара присвоят индивидуальный артикул. Ритейлер намерен установить прочные отношения с испанскими и европейскими поставщиками и отдавать приоритет конструктивному сотрудничеству с местными производителями и подрядчиками. // retail.ru

Первый за пределами США магазин Amazon



Гигант интернет-торговли, компания

Amazon открыла в Лондоне «оффлайновый» продуктовый магазин Amazon Fresh без касс – это первый магазин компании за пределами США. Покупатели сканируют приложение для смартфона при входе в магазин, берут продукты, кладут в корзину, и им автоматически выставляется счет при выходе, передает BBC. В супермаркете продаются сотни товаров под собственным брендом, а также товары сторонних производителей. Здесь же можно забрать или вернуть товары, которые были куплены онлайн. Одни эксперты считают, такая система вряд ли изменит расклад сил на рынке, другие называют новую систему покупок переломным моментом в сфере торговли. // foodnewstime.ru

В странах Бенилюкса появятся «самые экологичные» супермаркеты

Голландская сеть продовольственных магазинов Jumbo (является второй по величине сетью супермаркетов в Нидерландах) вскоре откроет первый супермаркет с самым экологичным дизайном для стран Бенилюкса. Супермаркет построен с использованием экологически чистых строительных ма-

териалов и сертифицированной древесины FSC из экологически чистых лесов. Отапливание магазина обеспечено за счет остаточного тепла, выделяемого холодильными и морозильными полками, а при необходимости дополнительный обогрев обеспечивается тепловым насосом. Территория вокруг здания также экологически чистая, на ней расположены «гостиница» для насекомых, специально оборудованное место для летучих мышей и скворечники для птиц. Экологичности также отведено центральное «место» в дизайне интерьера магазина. В ассортименте супермаркета большое внимание уделяется местным продуктам и экологичности товаров. Например, покупатели могут найти на полках чистящие средства из апельсиновых корок, которые собираются отдельно в магазинах Jumbo. // RetailDetail

В российских магазинах появится «зеленая продукция»

В правительство внесен законопроект о выделении сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия с улучшенными экологическими характеристиками в сегмент «зеленой продукции» со специальной маркировкой, пишет «Российская газета». В маркированной продукции предлагается запретить использовать геномодифицированное сырье и применять ионизирующее излучение. Кроме того, к такой продукции будут добавлены требования к снижению применения пестицидов. «Выделение такой продукции в отдельный сегмент позволит российскому потребителю осознанно выбирать «зеленые» продукты, с другой стороны – повысить ее конкурентные преимущества за рубежом, сформировать на внешнем рынке положительный имидж страны как поставщика сельскохозяйственной продукции и продовольствия с особыми характеристиками», – рассказала вице-премьер России Виктория Абрамченко. По ее словам, доля «зеленой» продукции может составить 10–15% от всего российского экспорта. Создание бренда «зеленой продукции» позволит монетизировать преимущества ведения отечественного сельского хозяйства и увеличить объем экспорта, уточнила Абрамченко. // retailer.ru



Latino Moxito

- die pure
Erfrischung



Jetzt auch als Verkaufsdisplays
erhältlich



IBF Logistik und Trade GmbH
International Food Trading



IBF Logistik und Trade GmbH - Auenstraße 49, D-73079 Süßen - Telefon: +49 7162 94711 0
Telefax: +49 7162 94711 291 - E-Mail: info@ibf-trade.de - www.IBF-TRADE.de

Как рассчитать рентабельность магазина

Слово «рентабельность» происходит от латинского *rendere* (рента) – что значит: приносить доход (*Rendite*). Это один из ключевых показателей розничного магазина, производственного предприятия и любого другого бизнеса. В отличие от других показателей (маржинальность, прибыль, оборачиваемость), рентабельность можно применить ко всему: прогнозирование и оценка изменений в показателях прибыли, при необходимости инвестиций и кредитов, при продаже торговой точки.

При стабильном спросе на товары, реализуемые магазином, существует простой способ определения уровня рентабельности торговли. Для этого нужно знать среднегодовое значение расходов (берутся все ежемесячные расходы на протяжении года в общей сумме – даже разовые, например, на ремонт холодильного оборудования) и среднее значение осуществляемых продаж. Разница между этими показателями равняется прибыли до уплаты налогов (*Rohgewinn*). Отнимая уплаченные налоги, получаем чистую прибыль. Конечно, если торговая точка терпит убытки, то значение получается отрицательным (убыток), тогда в формуле применяется этот показатель.

Следующее значение, которое также следует определить, – торговая наценка, может варьироваться на разные товары. Среднее значение может составлять 30-50% (более или менее). Это значение помноженное на сумму среднего годового общего дохода магазина (средняя выручка в месяц помноженная на 12) составляет общую сумму торговой наценки.

Важно рассчитывать уровень рентабельности в процентах, так как это легко сравниваемый показатель.

Заметим попутно, что среднегодовое значение всех расходов, но без учета затрат на покупку товара, составляет важный показатель – основных расходов (*Gemeinkosten*), которые должны быть включены в стоимость товаров наряду с затратами на их приобретение и планируемой прибылью. Покрытие через продажи товаров этих расходов вместе в суммой затрат на покупку товаров является «покрывающей расходы выручкой» (*Deckungsbeitrag* – маржа вклада). Эту сумму (как в годовом, так и в ежемесячном значении, т.е. общая сумма поделенная на 12) магазин должен постоянно зарабатывать, чтобы не превратиться в убыточный. А рентабельность торговой точки начинается за показателями, превышающими общую сумму «покрытия» расходов.

ПРИМЕР:

- Средняя выручка магазина в день составляет 3 тыс. евро / либо, например, в месяц показатель составляет 60 тыс. евро – это составляет 720 000 евро в год.
- Торговая наценка составляет в среднем примерно 30%.
- Среднегодовое значение прибыли (после вычета всех расходов – на покупку товаров и другие затраты) составляет в месяц, например, 5 тыс. евро – это составляет 60 000 евро в год.

Рентабельность определяется в процентах: прибыль магазина делится на торговую наценку. Затем показатель прибыли делится на это значение и умножается на 100%.

ПРИМЕР:

Сумма торговой наценки:
 $720\,000 \times 0,30 = 216\,000$ евро
 Рентабельность магазина:
 $60\,000 / 216\,000 \times 100 = 27,7\%$

Другая формула показателя рентабельности учитывает лишь прибыль с продаж товаров и затраты на их покупку. В данном случае речь идет о доходности предприятия, поэтому здесь рассматриваются только показатели непосредственно касающиеся реализуемых торговой точкой товаров.



Bild: Eisenhans / adobe.stock.com



Bild: Observer / Depositphotos



ПРИМЕР:

На закупку товара затрачено, например, 20 тыс. евро, а продано товаров за отчетный рассматриваемый период (к примеру, за месяц) на сумму 35 тыс. евро.

Рентабельность:

$$35\,000 / 20\,000 \times 100 = 175\%$$

(то же самое можно повторять в различных вариациях – например, на квартальный или годовой период).

В доходности рассматривается также понятие «порог рентабельности», когда продажи товара принесли столько прибыли, что «закрыли» затраты на его приобретение (т.е. маржу вклада). Как правило, это показатель 100%. При этом значение 200% считается наиболее оптимальным. Почему это показатель важен? Не все закупленные в магазин товары продаются сразу и без остатков. Магазин закупает новые товары и практически невозможно учитывать за какой период распродается каждое наименование в ассортименте торговой точки. Тем не менее, чтобы избежать убыточности, доходность магазина в каждый текущий период (месяц, квартал, год) должна превышать 100%. Иначе у магазина не будет средств на то, чтобы поддерживать товарооборот.

Сравнивая между собой вышеуказанные два показателя рентабельности можно вносить корректировки в ценовую политику магазина, прослеживать проведенные акции, анализировать продажи и прибыльность.

Подготовила Ольга ВАСИЛЬЕВА,
по материалам: mioni.ru, ekam.ru, fn.ru

В публикации этой статьи на сайте журнала «Торговый центр» вы можете воспользоваться ссылками на дополнительные материалы: www.optovik24.de/rendite

ПРЕВОСХОДНАЯ ИДЕЯ НА КАЖДЫЙ ДЕНЬ



Икра «Стольная» имитированная

По вкусу, аромату и текстуре впечатляюще похожа на натуральную. В основе продукта – бульон из лососевых рыб и экстракт морских водорослей. Приготовлена без консервантов.

**24
STUNDEN
SUPPORT**

EXTRA
software solutions

STATIONÄRE & MOBILE TERMINALS
FÜR JEDE ANFORDERUNG DAS PASSENDE KARTENTERMINAL

Платёжные терминалы для оплаты банковскими картами



Мы подберём Вам терминал
для карт любых требований.

Удобные, портативные или мобильные
терминалы, для безналичной оплаты.
Устройства могут подключаться
как к стационарным POS системам, так
и к планшетам и мобильным телефонам,
легко помещаются в кармане и могут
проработать весь день без зарядки.

Предлагаемые нами терминальные решения
для безналичных расчетов намного удобнее,
гибче и безопаснее, чем наличные.
Они позволяют производить оплату
карточкой практически в любом месте
и в любое время.



С помощью нашего мобильного терминала вы можете принимать следующие карты



Портативные или мобильные терминалы, в чём разница?

Терминалы доступны в двух версиях: портативные считыватели карт можно использовать
на определенном расстоянии через Bluetooth или WLAN, а мобильные считыватели с подключением GPRS можно
использовать везде, где есть сотовый прием – независимо от того, как далеко вы находитесь от точки продажи.

Хотите узнать больше и получить рекомендацию по выбору терминала?
Звоните, мы Вас проконсультируем.



+49 (0)6281-564 50 77

KASSENSYSTEME

18. JAHRE ERFAHRUNG. MEHR ALS 5.000 INSTALATIONEN.

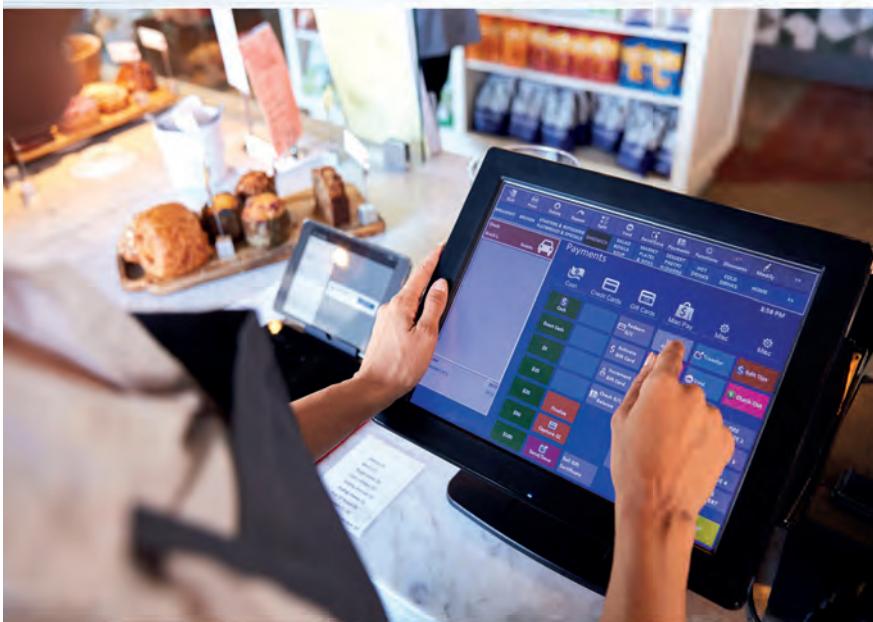
FÜR SIE-
IMMER EIN
EXTRA

SICHERN SIE SICH
**STAATLICHE
UNTERSTÜTZUNG**

FÜR IHRE
DIGITALISIERUNGSPROJEKTE

„Digital Jetzt“ – Neue Förderung
für die Digitalisierung des Mittelstands

Кассовые системы и программное обеспечение



- Статистика, отчёты продаж, по обороту, себестоимости, количеству, бренду
- Система контроля персонала
- Отслеживание неликвидного товара
- Модульное построение
- Инвентаризация
- Проведение акций и бонусов
- Кассовая книга (Kassenbuch)

Kostenlose Prüfung
von bestehenden
Kassensystemen /
Check-up

- Печатание этикеток любого формата
- Finanzamt Certifikat
- Соответствие кассового закона 2020
- Управление складом

- Возможность использования имеющегося оборудования
- Управление Вашей фирмой на удалении, со смартфона или планшета

LEBENSMITTEL-
GESCHÄFT

RESTAURANT
CAFE / BAR

LAGER
E-SHOP

EINZEHANDEL
GROßHANDEL



ANPASSBAR AN VIELE BRANCHEN.

Diebstahlsicherung - Kassen - 3d Scanner - Waagen - Drucker - Kundendisplay



KassenSichV
TSE 2020
konform

Wir beraten Sie gerne und helfen Ihnen
hohe Strafen zu vermeiden.



Психологическая помощь предпринимателю

Многие знают меня, как маркетолога, помогающего предпринимателям развивать свой бизнес в Германии и в Европе уже 12 лет (общий опыт работы более 20 лет). При этом мало кто подозревает, что по первому образованию я психолог (магистратура СФУ) и также работаю в этом направлении с клиентами: личные консультации, тренинги продаж. Сегодня я хочу обсудить с вами не маркетинговую тему, а психологическую – острую и востребованную. Причины, которые мешают достичь успеха в бизнесе.

История из моего опыта

Татьяна назначила встречу с покупателем ее бизнеса, потому что устала крутиться «как белка в колесе». Муж был против продажи, но она чувствовала, что «не тянет». Подруга посоветовала сходить на психологическую консультацию. После наших консультаций произошло неожиданное: женщина отказалась от продажи дела, а вскоре открыла второй филиал компании. Одним занимается сама, а вторым – муж. Отношения с ним наладились и дело процветает (имя вымышленное, история реальная). Используя системный психологический подход, мы выяснили истинные мотивы Татьяны. Ей было тяжело работать с супругом: невозможно договориться, найти общий язык и другие моменты, что привело к разочарованию, снижению мотивации и выгоранию. Клиентка с помощью психологических техник смогла лучше понять себя и выстроить более доверительные отношения с мужем, вместе они пришли к обоюдным договоренностям. Конечно, это частный случай. У каждого предпринимателя своя история, свой внутренний конфликт и свое решение.

Какие психологические проблемы бывают у предпринимателей?

Неумениеправляться со стрессом. Отпустить контроль мало кто способен, ведь без присутствия «Главного» некому «тушить пожары», вникать во все дела, включая мытье полов, встречи с партнерами, разработки стратегий. Часто бизнесмены не умеют расслабляться и боятся делегировать. Это ведет к неврозам, выгоранию, проблемам на работе, в семье. И не позволяет подняться над бизнесом, взглянуть на него масштабно.

Проблема с персоналом. Отсутствие уважения к руководителю, высокие ожидания – это лишь часть проблем. Как избавиться от чувства, что люди «садятся на голову»? Какие существуют



Приглашаю на мою страницу в Инстаграм! Маркетинговые фишки, идеи, бесплатные разборы рекламы.
@olga.molendor

стратегии и варианты работы с персоналом? Есть ли эффективные программы лояльности внутри компании, чтобы работать без повышения премий?

Сложности семейных отношений. Когда супруги работают вместе и не могут разделить ответственность, занимаются перетягиванием каната, переносят проблемы бизнеса в семью, возникает диссонанс. Бывает, что на первый план выходят деньги, а семейные ценности обесцениваются.

Страх разорения. Деловых людей часто преследует беспокойство: что будет с компанией завтра? Кризис, пандемия, неуверенность в будущем изматывают собственника бизнеса. Когда клиенты обращаются ко мне за психологической поддержкой, то мы в этом случае ищем возможности: жить полноценной жизнью, перестать нервничать и ждать катастроф, повысить шансы «на выживание» бизнеса.

Настрой и мотивация. На этапе формирования новых целей и задач важны внутренний настрой и понимание своих мотивов. Например, предприниматель

хочет, чтобы дело приносило прибыль 2 миллиона евро в год, но у него детская установка, что «деньги – это плохо». Или «хочу больше денег, но меньше работать», или нежелание рисковать.

Получается, внешне – хочется, а внутреннее состояние не дает этого достичь, нет уверенности в своих силах. Или даже потерян смысл. Такое бывает, когда бизнесмен работает десятилетиями, приобретает обязательства перед персоналом, арендаторами, поставщиками, партнерами и т.д. В рутине пропадает радость от деятельности, ощущение удовлетворения. И уже не до мотивации. Психологическая помощь предпринимателю в таком случае заключается в выяснении глубинных причин и поиске новых смыслов в своей деятельности.

Есть решение!

В своей практике я часто встречаю у предпринимателей не проработанные внутренние проблемы, установки и ценности, мешающие им развивать дело. Причем, преграды на пути к успеху не всегда внешние («хромает» маркетинг, не качественная работа персонала, кризис и т.д.). Зачастую причины кроются во внутреннем состоянии и барьерах руководителя.

Я – сама предприниматель, и не на слышке знаю, с какими проблемами сталкиваются бизнесмены, и что мешает стать более успешным. Опираясь на свой опыт, считаю, что нужно работать не только над целями, но и с внутренними качествами. Чтобы получить желаемый результат, нужно менять свои установки, начинать мыслить по-другому. Вникнуть в психологическую проблему предпринимателя и найти решение – дело не одной консультации. Обычно я предлагаю начать с десяти встреч, по одной в неделю, по видео чату в skype или whatsapp. Консультации платные, по предварительной записи.

Уважаемые предприниматели, если вы чувствуете, что вам не хватает поддержки, не только маркетинговой, но и психологоческой, источен душевный ресурс, необходимо снять негатив, нет четкого понимания, куда вести бизнес, обращайтесь ко мне за помощью.

Ольга Молендор,
психолог, копирайтер,
маркетолог, бизнес-тренер
Тел.: 05741-2326380, 01717-243722
ol.molendor@googlemail.com
www.molendor-marketing.com

С праздником Светлой Пасхи!

Schelmenweg 25a
47229 Duisburg
WWW.TRANSKIY.DE

Tel. 02065 / 25 999 26
Tel. 02065 / 25 999 27
Mobil 0179 / 92 45 592

KONDITOREI
TRANSKIY



WWW.TRANSKIY.DE



Пять трендов инноваций в производстве продуктов питания и напитков

Еда уже давно превратилась из базовой потребности в источник удовольствия и необычного опыта. Потребитель тщательно выбирает бренды, которые окажутся в его продуктовой корзине, а производители пытаются удовлетворить самые немыслимые потребности. Эксперты рассказали о главных трендах пищевой промышленности 2021 года.

ЗОЖ и укрепление иммунитета

Большую часть последнего года мы провели, пытаясь оставаться здоровыми. Это желание определило и наш выбор еды. Согласно исследованию ADM, все больше потребителей начали интересоваться продуктами, которые благотворно влияют на иммунитет.

По прогнозу аналитической компании WGSN, полезные ингредиенты станут ключевой темой этого года. Популярностью будет пользоваться все, что должно повысить иммунитет – от бузины и пробиотиков до куркумы и моринги.

Кара Нильсен из подразделения продуктов и напитков WGSN отмечает, что компании пытаются добавить полезные свойства и обещания к своим продуктам, которые позиционируются как здоровые. Например, производители йогуртов запускают линейки с пробиотиками и указывают на такие полезные качества, как пониженное содержание сахара.

- По данным опроса Innova Consumer Survey 2020, 6 из 10 потребителей ищут продукты, которые бы поддержали их иммунитет.

- Каждый третий говорит, что в 2020 году стал уделять этому больше внимания. Лу Энн Уильямс, директор по аналитике и инновациям Innova Market Insights, отмечает, что для повышения иммунитета не обязательно добавлять витамин С или цинк. В качестве примера она приводит растительные компоненты, которые не только полезны, но и придают продуктам натуральные цвет и вкус. «Потребителей интересует еда, которая от природы богата питательными веществами, которые укрепляют иммунитет, – говорит она. – Думаю, отличная возможность – комбинировать такие звездные ингредиенты со свойствами, о которых легко рассказывать».

Технологичное производство

В начале пандемии СМИ много писали о перебоях на производстве продуктов питания и мяса. В результате больше потребителей стали критически относиться к тому, откуда они получают свою еду и кто ее производит. Эксперты считают, что в следующем году задача технологий – обеспечить безопасность продуктов и работников фабрик. Innova Market Insights отмечает, что од-



ной из главных тем 2021 года станет прозрачность на производстве. 6 из 10 потребителей хотят больше знать о происхождении их еды. По мнению компании, помочь в этом могут новые технологии упаковки, например невидимые штрих-коды.

Инновации, которые появились в рамках этого тренда:

- цифровые метки о сроке годности, которые помогают следить за качеством продукта в режиме реального времени;
- блокчейн для отслеживания пути продукта от фермы до стола;
- автоматизация и роботы гарантируют стабильность поставок и безопасность производства;
- контроль сточных вод на предмет содержания коронавируса (эта же технология поможет в борьбе с пищевыми патогенами, например сальмонеллой или E. coli).

Продукты растительного происхождения

Растительная пища была одним из основных трендов последних лет. Данных о продажах за 2020 год пока нет, но они наверняка будут рекордными.

- По оценкам исследования Packaged Facts, продажи растительных молочных продуктов и яиц составят около

Продолжение на стр. 32

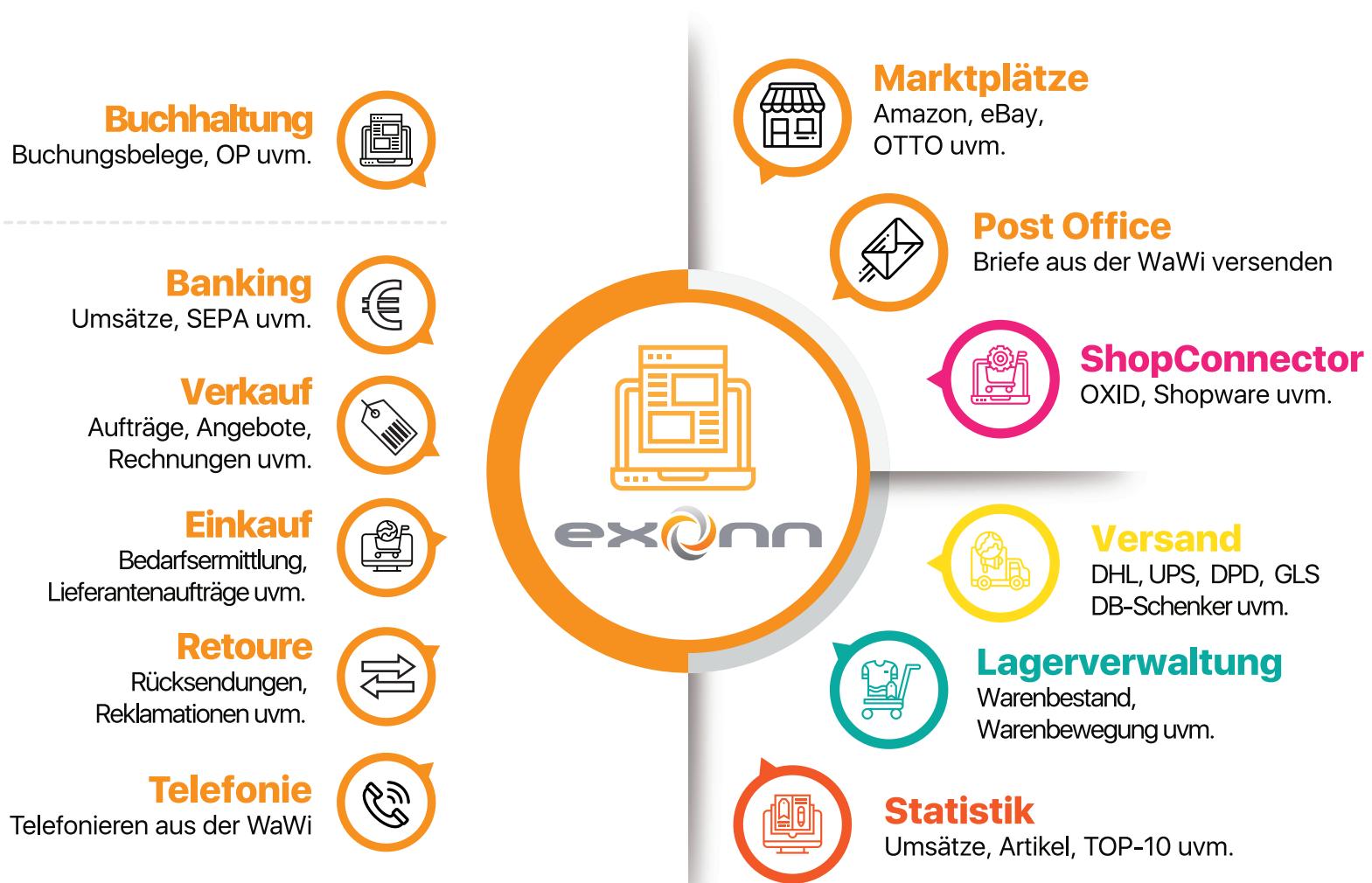


Für Einsteiger, Umsteiger oder Aufsteiger

ERP-System & E-Commerce-Lösung - die Zentrale Software für Dein Online-Business.

Exonn ERP-Software vereinfacht Ihre Geschäftsprozesse spürbar!

Bessere Übersicht und volle Kontrolle



Hotline & Support

+49 7623 - 460 40 60

www.exonn.de

info@exonn.de

exonn GmbH
Marie-Curie-Str. 2
79618 Rheinfelden

Продолжение. Начало на стр. 30

\$4,3 млрд и будут расти примерно на 6% в год.

- На 3 октября 2020 года продажи альтернативного мяса по данным Nielsen выросли на 129% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Можно ожидать, что как опытные, так и новые игроки рынка будут выпускать продукты растительного происхождения. Сейчас основные ингредиенты в этом сегменте – гороховый, соевый и пшеничный белок, но эксперты прогнозируют, что в 2021 году появятся и новые.

Фил Кафаракис, почетный президент Ассоциации специализированных продуктов питания (Specialty Food Association), указывает, что в последнее время уже появляются молочные продукты из других растений: овса, киноа, конопли и ореха макадамия. Цветная капуста используется в качестве альтернативы крупам, например пшенице и рису, а из нута и бобов производят сметану и компоненты растительных масел или сливок.

Сабина Виас, старший директор стратегических инициатив и коммуникаций в Ассоциации продуктов растительного происхождения (Plant Based Foods Association), выделяет три вида новых ингредиентов, которые будут популярны в 2021 году: водоросли, грибы и бобовые. Они экологичны, содержат важные питательные вещества, имеют хороший вкус и текстуру, а также относительно недороги и их легко получить. Майкл Роббинс, представитель Ассоциации продуктов растительного происхождения, добавляет: альтернативные ингредиенты становятся популярнее, потому что делают продукты уникальными. Это необходимое условие, чтобы попасть на полку магазина.



Bild: stock.adobe.com/ freshidea

Вкусы с разных концов света

В последние годы спрос на экзотические вкусы увеличивался. В 2021 году потребители лишились возможности путешествовать и питаться вне дома. Поэтому им не хватает нового и интересного опыта.

Аналитики, исследующие пищевую отрасль, говорят, что укрепленный пандемией рост интереса к ЗОЖ повысил спрос на вкусы, которые ассоциируются со здоровьем – например, традиционные ягоды и фрукты, анчан и моринга. Одновременно повышается интерес к культурам и этническим группам, которые ранее получали мало внимания. Потребители хотят не только пробовать новое, но и поддерживать подлинные продукты, за которыми стоит история.

CRISPR и ГМО

Пожалуй, найдется мало технологий, которые за последние десятилетия повлияли на пищевую промышленность также сильно, как модификация генов. Теперь CRISPR и другие методы помогают улучшить вкус, текстуру и производство фруктов и овощей.

Потребителей ожидает более свежая и

вкусная еда с самыми разными свойствами. Профессор Университета штата Северная Каролина Дженнифер Кузма отмечает, что, возможно, они даже не поймут, были ли гены продуктов модифицированы. «Я уверена, что в 2021 году на рынке появятся ГМО и CRISPR-злаки», – говорит она.

Первоначально генетическая модификация происходила преимущественно на таких злаках, как соя или кукуруза. Ученые пытались повысить их урожайность и сопротивляемость пестицидам или химической обработке. Сейчас фокус сместился на грибы, яблоки, картофель и салат, которые могут получить важные для потребителей свойства. Например, компания Pairwise использует метод CRISPR, чтобы удалить горечь из богатой питательными веществами зелени, семена с внешней стороны ежевики и косточку вишни. Представитель компании Райан Рапп отмечает, что несмотря на существующие риски, технология позволит принести пользу людям.

Однако некоторые переживают, что компании, использующие технологии ГМО, недостаточно прозрачны, а регулирование этой сферы недостаточно. Глава биотехнологического проекта в Научном центре защиты общественных интересов США Грегори Джейфф заявляет: «Прозрачность будет важна. Потребители хотят больше знать о еде и как она появляется, это будет необходимо, чтобы получить признание».

// rb.ru / fooddive.com



Bild: stock.adobe.com/ sergBob

МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ:
 Читайте дополнительные материалы по этой теме в публикации статьи на сайте нашего журнала:
www.optovik24.de

Damit Sie weiterhin
auf dem Erfolgskurs bleiben.

INLICO
**Лучший
выбор**

Milchprodukte

Kefir, Rjaschenka,
Quark, Frischkäse,
Sauerrahm, Milch,
Kaschkaval

Quark

Nach russischer hausmacher Art

NEU!
QUARK
0/15/30/50% Fett i.Tr.
370g



Jetzt bestellen!
tel.: 07251-93 24 40

INLICO GmbH | Am Mantel 4 | D-76646 Bruchsal | info@inlico.net

www.inlico.net





„Цезарь“ Вареники

из свежего картофеля
с белыми грибами / с жареным луком /
со шпинатом **NEU**

НОВИНКА!
с картофелем и шпинатом

Продукты «ЦЕЗАРЬ» – ваш лучший выбор!

Производственная Корпорация «МорозКом» - производитель замороженных полуфабрикатов с самым широким ассортиментом в России. Ассортимент «INLICO FROST» постоянно пополняется новой продукцией компании «МорозКом». Новые вкуснейшие продукты «ЦЕЗАРЬ» способны стать достойным дополнением вашего стола.

Все больше людей хотят покупать настоящему хорошие, качественные, натуральные продукты. Именно для таких людей и созданы продукты марки «ЦЕЗАРЬ»! Для изготовления «ЦЕЗАРЬ» закупается только лучшее сырьё, прошедшее строгий входной контроль. Вся выпускаемая продукция производится в условиях высоких стандартов чистоты и гигиены, так как на производстве внедрена Европейская система контроля качества.

Продукция марки «ЦЕЗАРЬ» – для тех, кто выбирает лучшее!! Под брендом «ЦЕЗАРЬ» выпускается продукция премиального качества, уже давно популярившаяся покупателям. Мы предлагаем только качественные блюда, которые ни в чем не уступают продуктам, приготовленным в домашних условиях.

INLICO FROST предлагает изысканные вареники «ЦЕЗАРЬ». Вареники с картофелем и жареным луком «ЦЕЗАРЬ» никого не оставят равнодушным, ведь они приготовлены из натурального картофеля с добавлением жареного лука! Вкус из детства! И вареники «ЦЕЗАРЬ» с картошкой и белыми грибами – вкус, который придает новые изысканные и утонченные ноты привычному блюду.

С весны 2021 мы рады предложить нашим покупателям новинку – вареники с картофелем и шпинатом «ЦЕЗАРЬ». Нежные вареники с начинкой из шпината, картофеля и жареного лука пленяют своим вкусом и ароматом. Питательное блюдо с высоким содержанием витаминов отлично подойдет для постного и вегетарианского меню. Вкус начинки усиливается только за счёт натуральных специй и приправ.

Вареники по-домашнему – это вкусно. Вареники «ЦЕЗАРЬ» приятно удивят вас прекрасным сочетанием нежного теста и вкуснейшей начинки.

Производство вареников – одно из основных направлений деятельности Производственной Корпорации «МорозКом». Освоены все тонкости, изучены классические рецепты, а потом все успешно внедрено в производственный процесс. Это позволило получить продукт премиум класса.

Оцените уникальную гармонию вкусов и начинок!!

Попробуйте продукты «ЦЕЗАРЬ»! Под этими марками выпускается несколько видов замороженных вареников, при производстве которых используются натуральные компоненты высокого качества. Их основой служит тесто, приготовленное, из хлебопекарной муки высшего сорта. Благодаря усовершенствованной технологии замеса оно не слипается, не разваривается, имеет приятную текстуру и идеальную форму. Начинка – только натуральный картофель, настоящие белые грибы, фермерский лук, шпинат.

Пельмени – это очень вкусное, питательное и при этом довольно полезное блюдо. Его история насчитывает много веков, и за это время оно приобрело много поклонников. INLICO FROST предлагает пельмени на любой вкус, с разнообразными начинками: курица, индейка, свинина и говядина, свинина. Пельмешки приготовлены из качественных натуральных продуктов. Пельмени ароматные и сочные, отлично хранятся в морозильной камере.

Приготовление пельменей и вареников требует минимум времени. Имея их под рукой, вы всегда сможете приятно удивить своих близких вкусным и сытным угощением!

INLICO FROST предлагает качественные продукты для тех, кто ценит время и желает побаловать близких вкусной и полезной пищей. Без особого труда, за несколько минут вы подадите к столу настоящие домашние вареники, пельмени. Соберите за столом своих родных, близких. Аромат любимых блюд наполнит вас ощущением домашнего уюта, а вкус пробудит приятные воспоминания.

**Продукция от INLICO FROST - для тех,
кто выбирает самое лучшее!**

Пельмени производимые
под брендом «Цезарь»

- это натуральные ингредиенты
высочайшего качества,
домашний вкус и аромат,
которые оценят покупатели,
выбирающие только самое лучшее.



СО СВИНИНОЙ И ГОВЯДИНОЙ | С КУРИНЫМ МЯСОМ | С МЯСОМ ИНДЕЙКИ | СО СВИНИНОЙ



Пельмени „Цезарь“



Gewinn durch QUALITÄT 100%

✓ Sichern Sie sich Ihren Umsatz mit „Caesar“

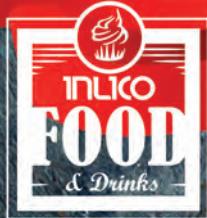
✓ „Caesar“ überzeugt Ihre Kunden mit seiner Rezeptur

✓ Nudelteigtaschen in vier verschiedenen Sorten

- Ausschließlich natürliche Zutaten
- Laktosefrei
- Ohne Konservierungsstoffe
- Ohne Farbstoffe
- Ohne Zusatz von Aromen
- Ohne künstliche Zusätze

www.inlico.net • Tel.: 07251-93 24 40





Основа для творчества, база для разнообразных блюд мировой кухни

Широкий ассортимент Мистраль
удовлетворит вкусы самого требовательного покупателя



Четырехступенчатая очистка сырья
- залог высокого и стабильного качества Мистраль



* Мистраль находится на 1 месте по спонтанному ассоциативному выбору бренд-качество по результатам опроса "Панели домашнего потребления Ромир" среди покупателей категории крупа.

КАЧЕСТВО
№1
В РОССИИ*

Мистраль



КРУПЫ ПРЕМИУМ - МИСТРАЛЬ



07251-93 24 40
www.inlico.net





INLICO MEAT

предлагает новинку - сочные сардельки от **«ДЫМОВ»**. Сардельки изготовлены по проверенному временем рецепту: из нежирной свинины с небольшим количеством пряностей – чёрного перца и чеснока. Сардельки от **«ДЫМОВ»** хороши и для полноценного семейного завтрака, и как основа для сытного обеда, и в качестве полноценного ужина.



INLICO MEAT

предлагает новинку - сосиски коктейльные упаковка весом 0,650г от польского производителя мясных продуктов **SOKOLOW**. Этот продукт обязательно понравится вашим покупателям, благодаря своему чудесному вкусу и невысокой стоимости.



INLICO MEAT

предлагает новинку - сосиски польского производителя мясных продуктов **SOKOLOW** Parowki Targowe, упаковка весом 0,600г. Колбаски отличаются тонким ароматом, плотной и сочной консистенцией и отличным вкусом. Идеально подходят для приготовления хот-догов, жарения и запекания, а так же в качестве холодной закуски.



INLICO MEAT

предлагает новинку - Kielbaski Bukowe упаковка весом 0,600 гр. польского производителя мясных продуктов **SOKOLOW**. Отличные колбаски из высококачественной свинины, Они имеют плотную сочную консистенцию и восхитительный мясной вкус, подчеркнутый тонким ароматом дыма. Отлично подойдут в качестве холодной закуски.



INLICO MILK

предлагает новинку - творог «**ЛУЧШИЙ ВЫБОР**» 0% 15% 30% 50% жирности - в упаковке весом 0,370 гр. Творог приготовлен из свежего молока по традиционным рецептам. Это источник белка и кальция. Продукт вкусный и полезный. Творог «**ЛУЧШИЙ ВЫБОР**» идеален и к завтраку, и на перекус, и к ужину. Пеките запеканки и сырники, воздушные ватрушки и кексы с творогом «**ЛУЧШИЙ ВЫБОР**»!



INLICO FROST

предлагает новинку – стейк карпа, упаковка весом 1,0 кг. Мясо карпа вкусное, нежное, сладковатое на вкус. Широко применяется в кулинарии и подходит для приготовления самых различных блюд.

SMART NÜSSE UND KERNE GmbH



Новинка от любимых семечек «ДЖИН»!!! 100% натуральный продукт. Семечка тыквы «ДЖИН». Сыре только лучшего качества и равномерная обжарка в потоках горячего воздуха придают столь восхитительный вкус и пользу нашим семечкам. Прямые доставки до дверей вашего магазина, предоставляем яркое и удобное торговое оборудование.



LEIS GmbH

Фирма LEIS представляет новинку - **компоты**, приготовленные в Молдавии, которые сохранили все полезные свойства и дарят неповторимый насыщенный вкус ежевики, чёрной смородины и кизила. Идеально удаляют жажду и освежают в любое время года. Попросите обрадовать ваших покупателей!



LEIS GmbH

И снова хит продаж от фирмы LEIS - **творог**, приготовленный из свежего молока по традиционным рецептам, в удобной упаковке 600 гр. 9% и 12%. Незаменимый источник белка и кальция, полезен детям и взрослым. Рассыпчатый творог отлично подходит для завтрака и легкого перекуса, прекрасно сочетается как со сладкими добавками, так и с зеленью.

FA. ELENA IKRIANNIKOVA



предлагает вам **ФИЛЕ ОСЕТРА** холодного копчения, вес 200-300 гр. Из свежего сырья, натуральное копчение на ольховых опилках.

*В свежем виде, срок хранения 30 дней (при температуре +2°/+4°C).
В замороженном виде, срок хранения 1 год (при температуре -18°C)*



SANTA BREMOR

Благодаря уникальной рецептуре на основе бульона из лососевых рыб и морских водорослей и современной технологии капсулирования **Икра «Стольная»** обладает впечатляющим сходством с натуральной икрой по вкусу и консистенции. Особая пищевая ценность продукта – в содержании комплекса полезных элементов при крайне низкой калорийности.



РУССКОЕ МОРЕ

Икра мойвы деликатесная «Русское море» – это натуральная икра мойвы в нежном соусе. Приятный рыбный вкус, свежие хрустящие икринки, воздушная консистенция соуса – это сочетание не оставит равнодушным! Икра мойвы «Русское море» идеально дополнит Ваши любимые блюда: нежные блинчики, хрустящие тосты или легкий овощной салат!

Телефоны для заказов см. на стр. 48 или в рекламе фирмы



ВЫГОДА ВО ВСЕМ:

- ✓ АССОРТИМЕНТ
- ✓ КАЧЕСТВО
- ✓ ЦЕНА

РУМЫНСКИЕ КОЛБАСЫ
И МЯСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

ЗВОНИТЕ И МЫ ПОМОЖЕМ С ВЫБОРОМ АССОРТИМЕНТА
ДЛЯ ВАШЕГО МАГАЗИНА

07251-93 24 40
www.inlico.net e-mail: info@inlico.net

ПРОДУКТ
ПРЕМИУМ
КЛАССА

ПРОИЗВЕДЕНО
В РУМЫНИИ

INLICO Meat

INLICO
INTERNATIONAL LIFESTYLE CORPORATION

PROMEZ

Продукт приносящий
ОГРОМНУЮ ПРИБЫЛЬ!

ОТКРЫВАЕМ
ГРИЛЬ-СЕЗОН

PROMEZ

Pe placul Romanilor!

UNSER BEST SELLER!

Произведено в Румынии – произведено для вас!

ПРОДУКТ ПРЕМИУМ КЛАССА

WWW.INLICO.NET • TEL.: 07251.93 24 40

INLICO Meat

INLICO
INTERNATIONAL LIFESTYLE CORPORATION

VINEX WEINGROSSHANDEL



Водка ТМ «Blagodar» приготовлена из высококачественного спирта «Люкс» с использованием финишной фильтрации серебром, а также артезианской воды, добытой из скважины глубиной 319 м. и представлена тремя видами. Wodka «Blagodar Premium» - вкус водки формирует ароматный спирт имбиря, позволяющий достичь особой изысканности и мягкости во вкусе.

VINEX WEINGROSSHANDEL



Водка ТМ «Blagodar» приготовлена из высококачественного спирта «Люкс» с использованием финишной фильтрации серебром, а также артезианской воды, добытой из скважины глубиной 319 м. и представлена тремя видами. Wodka «Blagodar Original» - вкус водки формирует экстракт изюма, который позволяет достичь особой мягкости традиционной водки.

VINEX WEINGROSSHANDEL



Водка ТМ «Blagodar» приготовлена из высококачественного спирта «Люкс» с использованием финишной фильтрации серебром, а также артезианской воды, добытой из скважины глубиной 319 м. и представлена тремя видами. Wodka «Blagodar Standart» - это особая водка, в состав которой добавлен ароматный спирт мяты перечной, придающий водке прямой вкус и оригинальный аромат.

INLICO ROMANIA



предлагает в ассортименте **икорную пасту** от румынских производителей. Продукт состоит из икринок и густого крема со сливочным вкусом. По густоте крем напоминает что-то среднее между очень густым майонезом и мягким сливочным маслом. Это вкусно, сливочно, нежно. Можно и на блины намазать, и на хрустящую горбушку свежего теплого батона.



INLICO ROMANIA

предлагает румынские безалкогольные, негазированные напитки торговой марки «**GIUSTO NATURA**». Это самые любимые напитки в Румынии, которые произведены на основе натуральных фруктовых соков и нектаров.



INLICO ROMANIA

предлагает газированный напиток румынского производства ТМ **FANTA «MADNESS»** со вкусом винограда. Идеальный газированный напиток для утоления жажды. Один глоток охлажденной фанты, и вы мгновенно ощутите прилив свежести.

USEDMARKET GmbH



Холодильная пристенная горка.

Подключается к выносной системе ходоснабжения Hitline Indiana MV 080/090 MT O 220/205-DLM. Температурный режим: 0 до +6°C. Динамическое охлаждение. Светодиодная подсветка внутреннего объема, оттенок белый нейтральный. Размер: 1875 x 815 x 2200 мм. Артикул 10774.

USEDMARKET GmbH



Hitline Missouri Cold Diamond slim A Convertible. Одна витрина-две функции: продажа товара через продавца или в режиме самообслуживания. Температурный режим: +2 до +4°C. Со встроенным агрегатором. Размер: 1250 (1875) x 1150 x 1210 мм. Артикул 10509.

OLYMP HANDELS GmbH



представляет бурлящие шары для ванны бренда **CAFE MIMI**: «Бергамот и грейпфрут», «Авокадо и Гуава», «Лаванда и персик», «Лichi и нони», «Лотос и мимоза», «Манго и апельсин», «Цитрус и вишня», «Ягодный лёд» (по 120 г) и гейзеры для ванны «Настоящая любовь» (розовый и голубой, по 115 г).

OLYMP HANDELS GmbH



представляет косметику бренда «ЧИСТАЯ ЛИНИЯ»: подарочный набор «Идеальная кожа» (мицеллярная вода и крем для рук, 100 + 50 мл); молочко для снятия макияжа для всех типов кожи «Идеальная кожа» и «Брусника и отвар трав»; мицеллярное молочко «Шалфей» для сухой кожи; мицеллярную воду 3 в 1 «Алоэ вера» и «Цветочная» (по 100 мл).

OLYMP HANDELS GmbH



представляет чугунные эмалированные сковороды красного цвета со съемной ручкой трех размеров:

- 1) Ø 28 см, высота: 66 мм, вес: 2,63 кг;
- 2) Ø 26 см, высота: 66 мм, вес: 2,37 кг;
- 3) Ø 24 см, высота: 58 мм, вес: 2,02 кг.

Сковороды подходят для всех видов плит, включая индукционные.

OLYMP HANDELS GmbH



представляет детский **двусторонний деревянный мольберт для рисования** (с белой и черной сторонами). Регулируется по высоте: приблизительно 97–109 см, ширина ок. 47 см, глубина 37–44 см, рабочая зона 39 x 59,5 см. Вес 2 кг. Аксессуары: 1 губка, 1 маркер, 1 корзина с 5 мелками.

Телефоны для заказов см. на стр. 48 или в рекламе фирмы



**Ювелирная
Коллекция!**



**Приглашаем
к сотрудничеству!**

keilbach-gold.de

📍 Herforder Str. 41
32105 Bad Salzuflen
📞 05222-80-74-89

📍 Bleibtreustraße 32,
10707 Berlin
Gleich am Ku'Damm
📞 030-845-26-480



**ЗАКАЗЫВАЙТЕ НАШ
НОВЫЙ КАТАЛОГ!**

MAXIMA

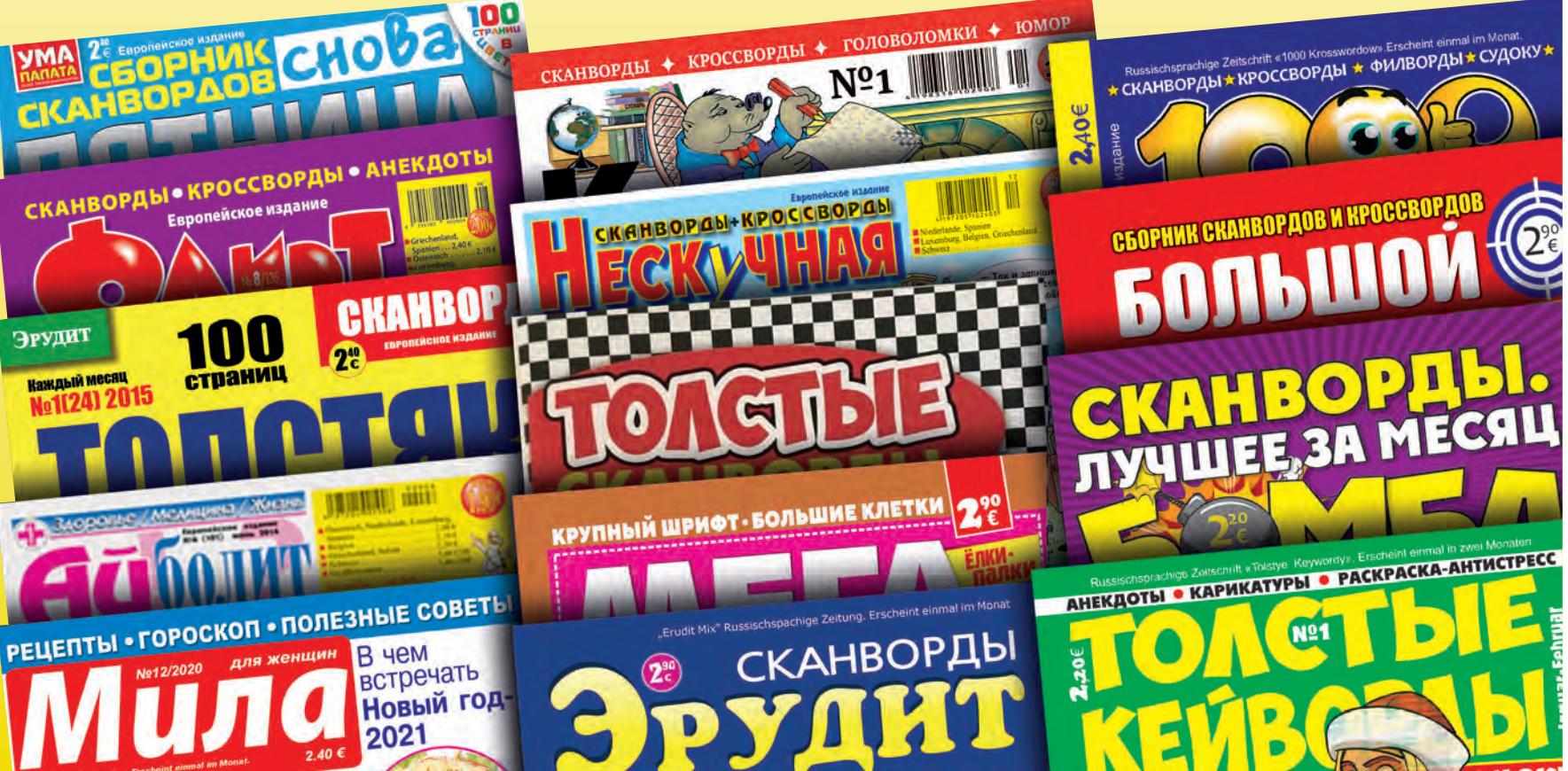
MEDIA VERLAG

MAXIMA MEDIA Verlag
05242-9643280

Заказывайте наши издания:

- ✓ Без договорных обязательств для Вас
- ✓ Доставка за наш счет - Portofrei
- ✓ Минимальный заказ всего 20 штук (можно в ассортименте)
- ✓ 100% провизион

Всегда в наличии!



PPH LUBMAX (POLEN)



Уважаемые партнеры! Предлагаем вашему вниманию польские грунтовые огурцы – сочные, вкусные и очень хрустящие. Отлично подходят для весенне-летних салатов, маринования, засолки.



KONDITOREI TRANSKIY

Близится Великий религиозный праздник Пасхи. Наша фабрика зарекомендовала себя многолетним опытом выпечки качественных пасхальных куличей. В связи с большим спросом на наши куличи в праздничные дни, просим, всех желающих, заранее сделать предварительные заказы.

PPH LUBMAX (POLEN)



Предлагаем новинку этого месяца - вафли от торговой марки «EUROWAFEL». В наличии тортовые круглые и квадратные, а также легкие вафли с низким содержанием сахара. Хрустящие, свежие, идеально подходят для приготовления десертов и различных закусок.



EXPERT-WEBDESIGN.DE

Вы хотите привлечь внимание интернет-пользователь к Вашей деятельности? Показать свой ассортимент товаров и список услуг? Мы сделаем для вас красивый и удобный сайт, адаптированный для телефонов и планшетов, быстро и эффективно. Но самое главное ваш сайт будет действительно работать и приносить вам деньги. **Созданный нами сайт поможет вам найти больше клиентов!**

FIRE DRINK GmbH



Новинка на рынке Германии – необычная водка премиум-класса «Metel'» 40%, на основе альфа-спирта с добавлением пищевого перламутра для блестящего эффекта. Потрясите бутылку и увидите серебристые переливы, как будто в бутылке и правда бушует снежная метель. Производится на старейшем винно-коночном заводе «Золотой Аист», Молдова.



EUROSHOP-24.eu

Представляем новую линейку косметики от бабушки Агафьи созданную на основе семейных рецептов сибирских травников и экстрактов из диких растений, ягод и трав, собранных вручную в самом сердце тайги. **Рецепты бабушки Агафьи. Таежные истории.** Таежные витамины - сыворотка для корней волос (170 мл.); в 3 раза более густые волосы, укрепление корней волос, глубокое питание кожи головы, активизирует рост волос.

FIRE DRINK GmbH



Водка «Metel'» 40%, на основе альфа-спирта со вкусом спелой дыни – идеальный напиток для застолья, шумной вечеринки или тихого ужина. Золотистый перламутровый оттенок водки добавит нотку сочной дыни и необычный визуальный эффект вашему освежающему коктейлю! Попробуйте обязательно нашу новинку.



EUROSHOP-24.eu

Рекомендуем новый косметический продукт марки **Рецепты бабушки Агафьи. Таежные истории.** Маска - втирка для кожи головы перед шампунем, «Русская», для роста волос (100 мл.). Маска - втирка: ускоряет рост волос, в 5 раз усиливает действие шампуня, глубоко питает кожу головы, пробуждает спящие волосяные луковицы.

OSTERTAG TEIGFABRIK GmbH



Все привыкли к традиционной форме пельменей, но компания Ostertag Teigfabrik GmbH меняет стереотипы, представляя пельмени «Татишка» в форме медвежонка! Этот продукт придётся по вкусу и малому и взрослому! Расширьте Ваш ассортимент и порадуйте Ваших покупателей новым продуктом в оригинальной форме.



APLGO.COM

Аккумулированные драже SLD (APLGO) - уникальное натуральное средство для здоровья Ваших суставов на основе целебных растительных экстрактов, специально подобранных с учетом их позитивного влияния на суставы, хрящевую и костную ткань, связки и сухожилия. Состав: корень имбиря, корень гарлагофитума, корень софоры, лист зеленого чая, корень куркумы, груша, земляника.

OSTERTAG TEIGFABRIK GmbH



«Две сестры» от компании Ostertag Teigfabrik GmbH - это пельмени с начинкой из мяса свинины, говядины, индейки и вареники с творогом, картофелем и капустой! Вкусный и яркий продукт в ассортименте Вашего магазина не только привлечет новых клиентов, но и повысит продажи Вашего магазина. Продукты «Две сестры» - это оптимальный баланс между ценой и качеством.



APLGO.COM

Аккумулированные драже RLX (APLGO) – может преодолеть нервные перегрузки. Уникальный комплекс экстрактов растений, который помогает справиться с любыми проявлениями стресса, защищая организм от напряжения и перегрузок. Состав: цветки ромашки, корень элеутерококка, листья пасифлоры, корень витамины, банан, кедровый орех, латук обыкновенный.

Телефоны для заказов см. на стр. 48 или в рекламе фирмы

ПОСЫЛКИ В СТРАНЫ СНГ



ДОСТАВКА НА ДОМ

Фото получателя

- ▶ **РОССИЯ**
* БЕЗ ФОТО
- ▶ **УКРАИНА**
* БЕЗ ФОТО
- ▶ **КАЗАХСТАН**
- ▶ **КИРГИЗИЯ**

B P D EXPRESS BANKOWSKI PAKET DIENST

BPD-Express GmbH & Co. KG
Bunsenstr.7, 54347 Griesheim

Besuchen Sie uns im
Internet: www.bpd-express.com
e-mail: info@bpd-express.com



**НАЗЕМНЫМ
ПУТЕМ**

- Отправка в конце каждого месяца
- Срок доставки от 3 до 6 недель



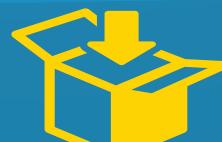
Вес посылки
от 8 до 25 кг
(Россия до 20 кг)



Посылку можно сдать
на одном из 1.500
приёмных пунктов



Ценные письма и
документы в Россию
и Украину не принимаются



Посылки должны быть
упакованы в плотный
картон, размером
не более 50 x 50 x 80 см

МЫ ПОМОЖЕМ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ!

Размещайте свои товары на Kaufbei.tv и получайте доступ к самой популярной торговой площадке в Германии.

БОЛЕЕ
750 000
АКТИВНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
НА САЙТЕ

БОЛЕЕ
500+
ЗАКАЗОВ
ЕЖЕДНЕВНО

БОЛЕЕ
15 лет
УСПЕХА
НА РЫНКЕ

БОЛЕЕ
100
ЛУЧШИХ ЕВРОПЕЙСКИХ И РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ С НАМИ

ЧЕТЫРЕ ШАГА ДЛЯ УСПЕШНОЙ ТОРГОВЛИ



ВАШ ТОВАР

- | Мы получаем подробную информацию о вашем товаре
- | Детально анализируем и изучаем



НАША РЕКЛАМА

- | Вы используете полный спектр маркетинговых услуг, необходимых для продвижения вашего бренда и увеличения продаж в телемагазине Kaufbei.TV.



ПРОДАЖА

- | Заказы обрабатываются как на сайте, так и в колл-центре
- | Наши сотрудники проводят консультацию и продают ваш товар



ДОСТАВКА

- | Мы организуем надежную, быструю доставку вашего товара прямиком к конечному потребителю

ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ? СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ!

KaufBei·tv

Andreas Grauer

📞 057 31 - 98 79 80
✉️ a.grauer@kaufbei.tv

Вы и ваши клиенты заслуживаете
воду самого лучшего качества!

BEM *Cora*
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ФИЛЬТР ДЛЯ ВОДЫ

KaufBei.tv



BREITE HÖHE TIEFE
27 CM 135 CM 45 CM



ПРИЧИНЫ
ВЫБРАТЬ
BEM *Cora*

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ

- Инновационная мембранный фильтрация.
- Прямое подключение к водопроводу.
- Горячая, охлаждённая и вода комнатной температуры, а также газированная вода по вашему желанию.
- Технология Ice Bank обеспечивает приготовление 7 литров холодной воды в час.
- Использование современной стерилизацией ультрафиолетом надежно убивает все бактерии, микробы и вирусы.
- Встроенный холодильник.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

Идеально вписывается в интерьер современных офисов.

ВОДА ДЛЯ БИЗНЕСА

Поддержание водного баланса является ключом к продуктивной работе.

ДВА ВИДА ФИЛЬТРАЦИИ НА ВЫБОР

Модель UF - ультрафиолетовая дезинфекция
Модель RO - система обратного осмоса

1.699,⁹⁹ €

Art.Nr.
586

ЗАКАЗ ПО
ТЕЛЕФОНУ

05731 - 245 15 20

ИЛИ НА САЙТЕ
WWW.KAUFBEI.TV

A.Jochim Vela-Verlag
Burghauser Str. 15
84503 Altötting
Tel.: 086 71 929 85 70
Fax: 086 71 929 85 71
Email: abo@vela-verlag.de

124/21

Abonnement

Данные можно выслать без заполнения формуляра на мейл: abo@vela-verlag.de

Абонемент

для статистических целей укажите, пожалуйста, общее количество ваших магазинов (филиалов), а также, если имеются, - автоловки

бесплатно
(для магазина в Германии) новый адрес магазина
(указывать при переезде) **платный абонемент**
(за пределами Германии)

Name, Vorname:
(имя, фамилия)
Firma:
(фирма)
Straße, Haus Nr.:
(улица, дом)
PLZ, Ort:
(индекс, город)
Telefon, Fax:
eMail:
(электронный адрес)
Land (страна):

бесплатно, для филиала магазина в Германии старый адрес магазина
(указывать при переезде) **платный абонемент**
(для частных лиц)

Name, Vorname:
(имя, фамилия)
Firma:
(фирма)
Straße, Haus Nr.:
(улица, дом)
PLZ, Ort:
(индекс, город)
Telefon, Fax:
eMail:
(электронный адрес)

Условия подписки на журнал

На территории Германии журнал «Торговый центр» получают полностью **бесплатно** русские магазины, а также оптово-торговые фирмы. Для этого достаточно выслать копию о регистрации фирмы. Для частных лиц и фирм в пределах Евросоюза действительна стоимость годового абонемента:

Стоимость абонемента в Германии: € 42,00
Стоимость абонемента в странах ЕС: € 56,00
В киосках стоимость номера составляет € 4,00

Для платного абонемента выберите стоимость для Германии или Евросоюза (банковские реквизиты см. Impressum на стр. 4 или внизу купона). Стоимость подписки за пределами ЕС - по запросу

Ja, ich abonniere die Zeitschrift „Torgowyj Zentr“ („Handels Zentrum“) für 12 Ausgaben inklusiv Postzustellung in Deutschland zum Preis von € 42,00

Да, я подписываюсь на журнал «Торговый центр» на год с доставкой за границу по цене € 56,00

ID-номер фирмы:
международный налоговый номер

Widerrufsrecht: Dieser Auftrag kann innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der Bestellung schriftlich, ohne Bergründung widerrufen werden. / Я имею право отозвать свой заказ в течение 14 дней, письменно, без указания причин.

Datum, Unterschrift / дата и подпись

Bankverbindung: A. Jochim Vela Verlag, Commerzbank Waldkraiburg, IBAN: DE10 7114 2041 0630 2632 01 **Betreff:** Abo TZ

A.Jochim Vela-Verlag
Burghauser Str. 15
84503 Altötting
Tel.: 086 71 929 85 70
Fax: 086 71 929 85 71
E-Mail: info@vela-verlag.de

124/21

Kleinanzeigen-Fax

Объявления можно высыпать без формуларя на мейл: werbung@vela-verlag.de

30 x 10 = 300 Zeichen

Absender: (Rechnungsanschrift)

Name, Vorname und / oder Firma:

Straße, Haus Nr.:

PLZ, Ort:

Telefon / Fax:

Malstaffel количество	HandelsZentrum Торговый центр	Zeitung Krugozor газета Кругозор	Kombi-Paket (beide zusammen) Комби-пакет (все вместе)
für 1 Mal / за 1 раз	<input type="checkbox"/> € 20,00*	<input type="checkbox"/> € 20,00*	<input type="checkbox"/> € 50,00* ein Monat / один месяц
für 6 Mal / за 6 раз	<input type="checkbox"/> € 100,00*	<input type="checkbox"/> € 30,00**	<input type="checkbox"/> € 200,00* 6 Monate / 6 месяцев
für 12 Mal / за 12 раз	<input type="checkbox"/> € 160,00*	<input type="checkbox"/> € 50,00**	<input type="checkbox"/> € 320,00* 6 Monate / 12 месяцев

Fließtext-Kleinanzeige / Текст объявления как он должен быть опубликован (включая телефон):

Bankverbindung: Vela Verlag, Commerzbank Waldkraiburg, IBAN: DE10 7114 2041 0630 2632 01 **Betreff:** Textannonce TZ

Архивы изданий в интернете: журнал «Торговый центр» - www.optovik24.de / газета «Кругозор» - www.krugozor.de

Kleinanzeigen Zeitschriften «HandelsZentrum» und/oder в Zeitung «Krugozor» werden nur gegen Vorauszahlung veröffentlicht. Rechnunstellung erfolgt nachträglich. Короткие объявления в журнале «Торговый центр» и/или в газете «Кругозор» печатаются по предоплате. Счет выставляется позднее, после выхода.

* Pauschalpreise inkl. ges. MwSt.
Общая сумма уже включает НДС

Разовое бесплатное объявление
для журнала «Торговый центр»:
поиск определенных товаров, по-
ставщиков, деловых партнеров.
E-Mail: werbung@vela-verlag.de

kartina.tv



Абонемент «Премиум»
• €16 50 мес.
Отменить подписку можно в любой момент!

Маленькая приставка, большие возможности.

Более 200 ТВ каналов, архив шоу и телепередач,
фильмы и сериалы на родном языке



Заказать по телефону
069 84 84 540

Оформить на сайте
www.kartina.tv

Загрузите в
App Store

доступно в
Google Play

БОЛЬШЕ ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ ТОРГОВЛИ

Отличное качество по отличным ценам, и все это с сервисным обслуживанием!

- ✓ ХОЛОДИЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ
- ✓ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ МЯСНЫХ ОТДЕЛОВ
- ✓ ПОЛКИ И ВСПОМОГАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОДАЖ

Низкие цены!

ПРЕДЛАГАЕМ:

Новое и бывшее в употреблении
торговое оборудование со склада,
с выставочной площадью более 5000 м²

Гарантийное и дальнейшее обслуживание



Опыт работы
более 25 лет



ZLT Zengin Ladenbau-Team GmbH
Industriestr. 2 g-h, 68169 Mannheim
www.zlt-team.de

Tel.: 0621 - 309 82 980
Fax: 0621 - 309 82 989
Email: info@zlt-team.de



SI_BERIA GROUP

ROTE BETE GEWÜRFELT

Свекла нарезанная кубиками



Идеально для
салатов!



SI_BERIA GROUP

ULAN GmbH

In der Kuhweid 2a, D-76661 Philippsburg-Huttenheim
Tel.: +49 (0) 72 56 - 92 59 20
www.ulan.eu

Leis GmbH

Waller See 25, D-38179 Schwülper
Tel.: +49 (0) 531 - 23 76 90
www.leis-24.de

SLCO GmbH & Co. KG

Kulmbacherstrasse 42, D-95512 Neudrossenfeld
Tel.: +49 (0) 92 03 - 97 380 0
www.slco.de

OHNE

KONSERVIERUNGSTOFFE
GESCHMACKSVERSTÄRKER

MADE IN GERMANY



PREMIUM QUALITÄT SEIT 1999

Sibirskie
Pelmeni



СИБИРСКИЕ
пельмени

1000 g

Tiefgefrorene Teigtaschen
mit Fleischfüllung



ALEXANDER TK GmbH
Tiefgefrorene Teigspezialitäten

Tel.: +49 (0) 62 33 / 376 90

Fax: +49 (0) 62 33 / 376 911

DE
RP 25001
EG

MADE IN GERMANY



PREMIUM QUALITÄT SEIT 1999

**Wareniki
mit Kartoffel**



**ВАРЕНИКИ
с картофелем**

1000 g

Tiefgefrorene Teigtaschen
mit Kartoffelfüllung

*Zubereitung im
gefrorene Zustand!*



① Topf mit
Wasser füllen
und aufkochen

② Teigtaschen
in kochendes
Wasser mit
etwas Salz geben.



Metel



Блестящая Водка «Metel»: удивите покупателей и заработайте больше!

- «Metel» - водка 40% премиум-класса на основе альфа-спирта с добавлением пищевого перламутра для блестящего эффекта. Производится на старейшем винно-коньячном заводе «Золотой Аист», Молдова.
- Заказывайте «Metel» чистую, серебристую, золотую, со вкусом спелой дыни.
- Дизайн продукта вызывает вау-эффект (нужно просто потрясти бутылку!)

Почему стоит заказать пробную партию на продажу прямо сейчас?

- «Metel» уже на слуху: отлично продается на Amazon и в нашем онлайн-магазине www.firedrink.de, рекламная поддержка на kartina.tv
- Оптовый заказ от одной коробки (6 бутылок) со скидкой 15%
- Доставка по всей Германии в течение 2-3 дней.
- Скоро вы сможете заказать у нас также яркие дисплеи для водки.
- Кроме «Metel» мы предлагаем водку «Омар Хайям», «Pierre Monte», вина «Омар Хайям», коньяки с выдержкой 10 лет марки Divin.



Все еще сомневаетесь? Закажите дегустационной набор за 20 €:
три разных вида водки «Metel» на пробу. Убедитесь во вкусе, качестве
продукции и нашем ответственном подходе в работе с партнерами

Заказывайте продукцию напрямую у нас

FireDrink GmbH

+49 178 9030485



info@firedrink.de



@metelvodka