

Heben Sie **Ihren EDEKA-Markt** deutlich von der Konkurrenz ab und werden Sie zum regionalen Kundenmagnet

Warum EDEKA-Kaufleute im Jahr 2023 diesen unfairen Vorteil nutzen, um mit einem noch besseren Einkaufserlebnis die Nr.1 im regionalen Einzelhandel zu werden.

Wie genau das funktioniert, erfahren Sie in diesem Report.

-INKLUSIVE-

Erfahrungsberichte von
EDEKA-Kaufleuten



Thorsten Witt



**DU BIST
GESCHÜTZT**
Selbstdesinfizierende
Folie

**-GRATIS-
FOLIEN SAMPLE**

Auf Seite 11

WIESO SIE AKTUELL KUNDEN VERLIEREN

... und sich nicht von anderen Märkten abheben.

Durch die Rekordinflation 2022 wurden Verbraucher in Deutschland stark verunsichert und die Betriebskosten im Lebensmitteleinzelhandel stiegen rapide.

Während Kaufleute mit ganz neuen monatlichen Kosten konfrontiert werden, sinkt zusätzlich die Gewinnmarge, da die erhöhten Einkaufspreise nicht 1:1 an ihre Kunden weiter gegeben werden können.

Denn aktuellen Umfragen und Studien zufolge ändert sich erstmals wieder das Einkaufsverhalten der Deutschen, nach drei Jahren historischer Umsätze im Einzelhandel. So orientiert man sich weg vom Einkauf im Vollsortimenter, hin zu Billigmarken und Discountern.

Zusätzlich trifft es die Kaufleute durch hohe Krankenstände und ständig fehlende Mitarbeiter. Das tägliche Tragen von Atemmasken bei der Arbeit und der erhöhte Einsatz von chemischen Desinfektionsmitteln haben die Immunsysteme spürbar geschwächt.



SVEN KLEE

Gesundheitsexperte und
Geschäftsführer von Rheinpuls



DIE GUTE NACHRICHT FÜR SIE

Durch unsere langjährige Arbeit mit EDEKA-Kaufleuten in ganz Deutschland haben wir Wege gefunden, mit denen Sie wirksame Alleinstellungsmerkmale im Markt schaffen.

So verbessern Sie das Einkaufserlebnis für Ihre Kunden effektiv und gestalten eine noch sicherere Arbeitsumgebung für Ihre Mitarbeiter.

Das Ergebnis: Eine messbar gesteigerte Zufriedenheit bei den Kunden, die nun bevorzugt im ausgestatteten EDEKA-Markt einkaufen.

Und ein sinkender Krankenstand bei den Mitarbeitern, die sich jetzt noch wohler bei der Arbeit fühlen und mehr Sicherheit genießen. (Mehr zu den Erfahrungen zufriedener EDEKA-Kaufleute ab Seite 14)

Wie auch Sie sich mit Ihrem Markt von der Konkurrenz im Ort abheben, um in den aktuellen Zeiten die Einnahmen zu erhöhen und die Kosten zu senken, erfahren Sie in diesem Report.

Ihr



Sven Klee,

Geschäftsführer von Rheinpuls Health Care

- Gesundheitsexperte für Infektionsschutz
- Seit über 20 Jahren in der Gesundheitsbranche
- Gründer und Geschäftsführer mehrerer Unternehmen in den Bereichen Gesundheit, Beratung, Fitness und Personaldienstleistung
- Ehemann und Vater einer Tochter

VOLLSORTIMENTER VERLIEREN TÄGLICH MEHR KUNDEN AN DIE KONKURRENZ

Denn Alleinstellungsmerkmale für den Markt und Neuerungen beim Einkaufserlebnis fehlen

Die goldenen Jahre im Lebensmitteleinzelhandel sind vorbei:

Nachdem die deutschen Vollsortimenter und Supermärkte in den Medien lange als “die großen Gewinner der Corona-Krise” (*Quelle: RP-Online*) betitelt wurden, wendet sich das Blatt aktuell rasant aufgrund der Rekordinflation 2022.

Begonnen mit den Strompreiserhöhungen stiegen die Betriebskosten in schwindelerregende Höhen, während der Einkauf von Produkten teurer wird und die Marge sinkt.

Die erhöhten Einkaufspreise können nicht 1:1 an die Kunden weiter gegeben werden, deren Kaufverhalten sich nach aktuellen Umfragen ebenfalls stark verändert.

Denn die Auswirkungen der Inflation bekommen auch Verbraucher im privaten Haushalt zu spüren.

Laut einer aktuellen Studie orientieren sich 68 Prozent der Befragten deshalb wieder in Richtung Billig-/Eigenmarken und ganze 70 Prozent gehen vermehrt im Discounter einkaufen.

(*Quelle: Consumer Trends Studie 2023 des Capgemini Research Institute*)

Die Erwartung der Kunden an Service und Sauberkeit im Vollsortimenter bleibt jedoch unverändert, auch Innovationen und Modernisierungen der Verkaufsfläche werden vorausgesetzt. Und das in Zeiten von stark verzögerten Lieferzeiten für neue Gerätschaften wie Kühlregale oder sogar Einkaufswagen.



„70 PROZENT DER DEUTSCHEN GEHEN VERMEHRT IM DISCOUNTER EINKAUFEN.“

(*Quelle: Consumer Trends Studie 2023 des Capgemini Research Institute*)

Die meisten selbstständigen Kaufleute wissen daher längst, dass es höchste Zeit ist für wirksame Alleinstellungsmerkmale im eigenen Markt.

Um sich von der Konkurrenz in der Umgebung effektiv abzuheben und das Einkaufserlebnis für die Kunden noch attraktiver zu gestalten.

Es ist dringender denn je, den Kunden zusätzliche Mehrwerte zu bieten und die Außenwirkung gezielt zu verbessern, damit die Kundenbindung durch ein höheres Vertrauen gestärkt wird.

DIE SCHMUTZIGE WAHRHEIT UNSERER HANDHYGIENE

Warum wir trotz regelmäßiger Desinfektion Krankheitserreger auf Oberflächen verteilen

HÄUFIG VERGESSENE ZONEN BEI DER HÄNDEDESINFEKTION



- Am seltensten vergessen
- Häufig vergessen
- Am häufigsten vergessen

(Quelle: Schülke & Mayr AG)



Oberflächen auf denen sich Bakterien durch Schmierinfektionen besonders leicht vermehren.

WASCHEN UND DESINFIZIEREN DER HÄNDE BIETEN KEINEN AUSREICHENDEN SCHUTZ VOR KRANKHEITEN FÜR IHRE MITARBEITER

Aktuelle Studien enthüllen, dass mehr als 73% der Menschen immer noch Keime und Bakterien an ihren Händen haben, selbst nachdem sie ausgiebig gewaschen und desinfiziert haben. Dies ist besonders alarmierend angesichts der detaillierten Anleitungen, die in den Sanitärräumen aushängen.

Vor allem nach den letzten Jahren sollte jeder wissen, wie man die

Handhygiene richtig ausführt.

Aber noch immer ist es so, dass Einwirkzeiten nicht eingehalten werden. Zudem werden ganze Handareale häufig komplett ausgelassen, sodass Krankheitserreger nicht absterben.

Ganz im Gegenteil:

Bakterien & Viren vermehren sich rasant und sorgen so per Schmierin-

fektion über Griffe, WC-Spülungen & Touchscreens für kranke Mitarbeiter.

Mit welchen Konzepten Sie trotz falscher Handhygiene für messbar weniger Krankheitserreger sorgen, **erfahren Sie auf Seite 8.**

DIESEN ZETTEL BEKOMMEN SELBSTSTÄNDIGE KAUFLEUTE LEIDER VIEL ZU OFT ZU SEHEN

Trotz regelmäßiger Desinfektion und starker Hygienekonzepte im Einzelhandel fehlen Mitarbeiter krankheitsbedingt mehr als 24 Tage pro Jahr.

Kaufleute sind aber überzeugt: Mitarbeiter stecken sich nicht im eigenen Markt an, sondern außerhalb der Arbeitszeit im Privatleben.

Dennoch ist man weiterhin bemüht, die bestmögliche Hygiene und Sauberkeit zu bieten, unabhängig von den damit verbundenen Kosten und dem intensiven Zeiteinsatz.

Spätestens seit Ende 2022 bemerkt man im Einzelhandel die geschwächten Immunsysteme der Mitarbeiter. Experten sprechen von Auswirkungen der langfristigen Maßnahmen, wie dem täglichen Tragen von Masken im Arbeitsalltag.



**„24 TAGE FEHLEN MITARBEITER
KRANKHEITSBEDINGT
DURCHSCHNITTlich IN DEUTSCHLAND!“**

Quelle: Dachverband der Betriebskrankenkassen

Die Folgen:

Kaufleute sitzen immer wieder selbst an der Kasse oder räumen Regale ein, während sich im Büro die wichtigen Aufgaben stapeln. Überstunden im eigenen Markt gehören zur Normali-

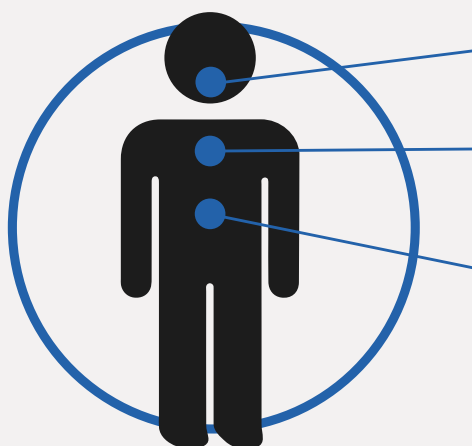
tät und auch die eigene Familie wird schweren Herzens erneut getröstet.

Denn wenn Mitarbeiter krank werden und sie es nicht gleich merken, verteilen sie ihre Viren & Keime trotz der

starken Hygienekonzepte. Für diese müsste man eigentlich noch häufiger alle Oberflächen desinfizieren, als es im stressigen Supermarkt Alltag machbar ist.

Die damit verbundenen Kosten möchte man eigentlich gerne reduzieren – aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage. Und Mitarbeiter werden ohnehin für wichtigere Aufgaben benötigt.

KRANKHEITSTAGE JE FALL



(Quelle: Dachverband der Betriebskrankenkassen)



UNSERE KAUFLEUTE SIND SICH SICHER: “DAS VIELE MASKENTRAGEN UND STÄNDIGE DESINFIZIEREN HAT MEINE MITARBEITER ANFÄLLIGER GEMACHT.“

Die Stärkung des Immunsystems durch den Kontakt mit Krankheitserregern ist von großer Bedeutung. In natürlichen Umgebungen wie Wiesen oder Waldböden kann dies positiv zur Abwehrkräfteentwicklung beitragen.

Allerdings vermehren sich auf Plastik- & Metalloberflächen wie den Griffen von Einkaufswagen und Kühlregalen, WC-Spülungen und Touchscreens gefährliche Krankheitserreger wie Magen-Darm-Viren rasant.

Im Alltag verwenden wir daher zahlreiche Reinigungs- und Desinfektionsmittel, die nicht nur der Umwelt schaden, sondern auch Viren- und Bakterienkulturen begünstigen, die unserem Immunsystem eher schaden als nutzen.

Gleichzeitig berichten unsere Kunden,

dass ihr Team in den vergangenen drei Jahren anfälliger für Krankheiten geworden ist, vermutlich aufgrund des Tragens von Masken und der häufigen Desinfektion.

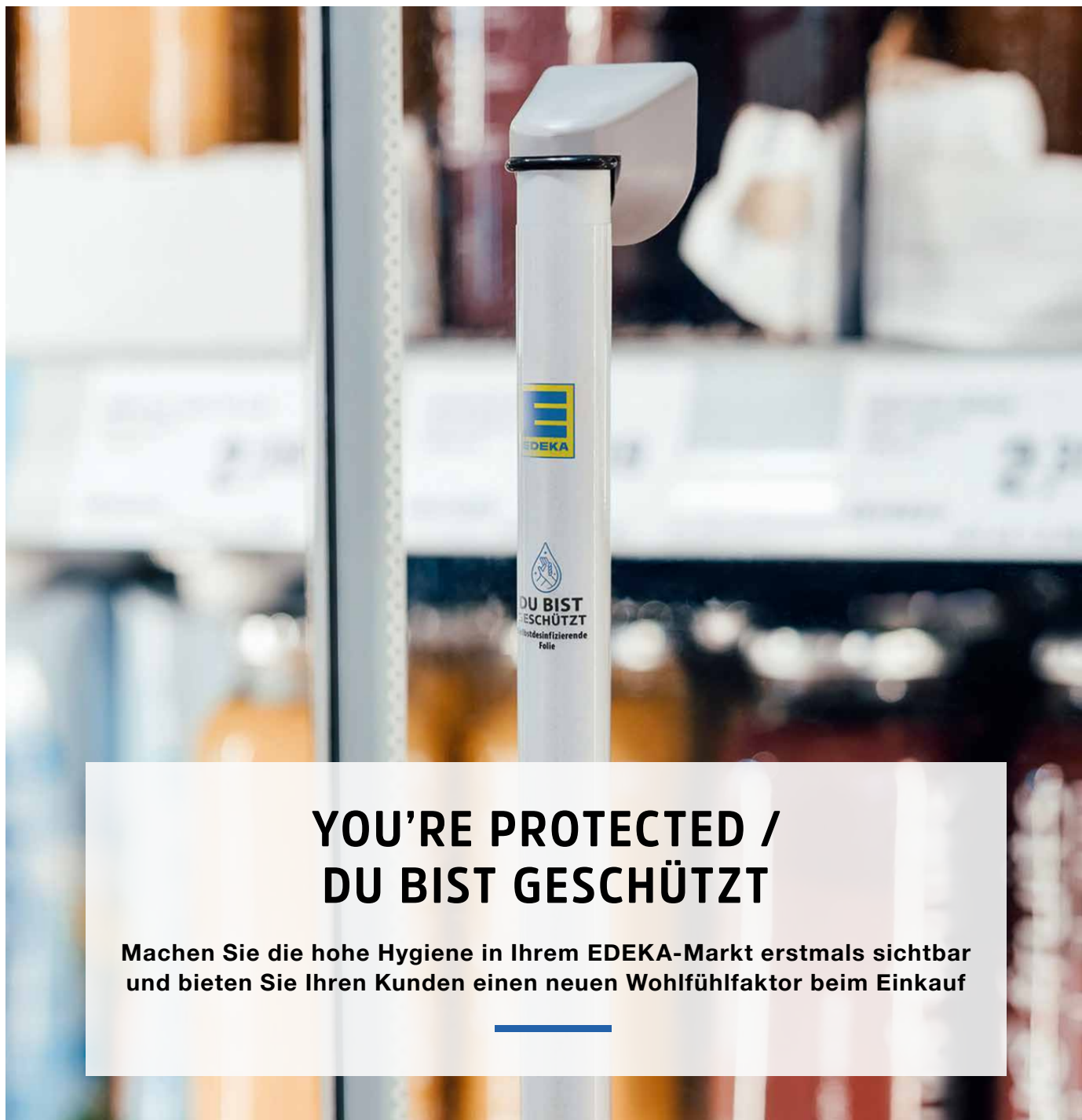
Es ist daher von großer Bedeutung, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um eine gegenseitige Ansteckung Ihrer Mitarbeiter zu verhindern. Dadurch können Sie vermeiden, dass wichtige

Büroarbeit liegenbleibt, weil Sie wieder einmal an der Kasse sitzen müssen.

Unsere Konzepte setzen daher auf eine chemiefreie, physische Wirkweise.

Erfahren Sie auf der nächsten Seite, wie diese Lösungen in Ihrem Markt aussehen können.





YOU'RE PROTECTED / DU BIST GESCHÜTZT

Machen Sie die hohe Hygiene in Ihrem EDEKA-Markt erstmals sichtbar und bieten Sie Ihren Kunden einen neuen Wohlfühlfaktor beim Einkauf

Mit unseren „You're Protected / Du bist geschützt“ Beschichtungen werten Sie Ihre Oberflächen auf, sodass sie sich von **selbst desinfizieren**.

Krankheitserreger werden von unseren Händen auf Oberflächen übertragen und dort auf die Hände anderer Personen. Je nach Virus oder Bakterium kann man sich noch zwei Tage bis zu sechs Monate(!) lang über diese kontaminierten Oberflächen anstecken.

Rhinoviren, die Hauptauslöser von Erkältungen, können mindestens sieben Tage(!) lang über Gegenstände übertragen werden. (Quelle: *Journal of Medical Virology*)
Um Schmierinfektionen vorzubeugen und die Hygiene in

Supermärkten sichtbar zu steigern, haben wir die „You're Protected“ Beschichtungen entwickelt, in Form von Lacken, Sprays & Folien.

Sie sind für alle häufig genutzten Flächen im ganzen Markt geeignet und halten der Belastung im Alltag problemfrei stand.

Die „You're Protected“ Beschichtungen sind selbstdesinfizierend und töten krankheitserregende Viren, Bakterien & Keime in kürzester Zeit ab.

Das ist vergleichbar mit einem Team von Mitarbeitern, die alle Ihre Mopro-Regalgriffe, Einkaufswagen und Türklinken nach jeder Berührung desinfizieren und effektiv von Krankheitserregern befreien würden.

WESHALB EDEKA-KAUFLEUTE AUF SELBSTDESINFIZIERENDE OBERFLÄCHEN VON RHEIMPULS SETZEN



Entfernt bis zu 99,99 % aller Viren & Bakterien*, damit Ihre Kunden ein noch sichereres Einkaufserlebnis genießen und nur noch bei Ihnen einkaufen.

*(gemäß Normen ISO 22196 & ISO 21702)



Mindestens 3 Jahre Wirkungsdauer, damit Sie langfristig von der gesteigerten Sicherheit im Markt profitieren und sich um das Thema Hygiene endlich weniger Gedanken machen können.



Positiver psychologischer Effekt, der das Wohlbefinden Ihrer Kunden und Mitarbeiter nachweislich erhöht. Durch sichtbare Folien und Hinweise auf die neuen hygienischen Oberflächen.



Hohe Zeitersparnis durch den Wegfall der ständigen Flächendesinfektion, damit sich Ihr Personal um die Wünsche Ihrer Kunden und die wirklich wichtigen Aufgaben kümmern kann.



Rein physikalische Wirkweise, ohne den Einsatz von Pestiziden oder anderen gesundheitsgefährdenden Stoffen, um die Gesundheit Ihrer Kunden und Mitarbeiter nicht anderweitig zu belasten.



Dermatologisch getestet, um allergischen Reaktionen und Hautirritationen vorzubeugen und die Zufriedenheit Ihrer Kunden sicherzustellen.

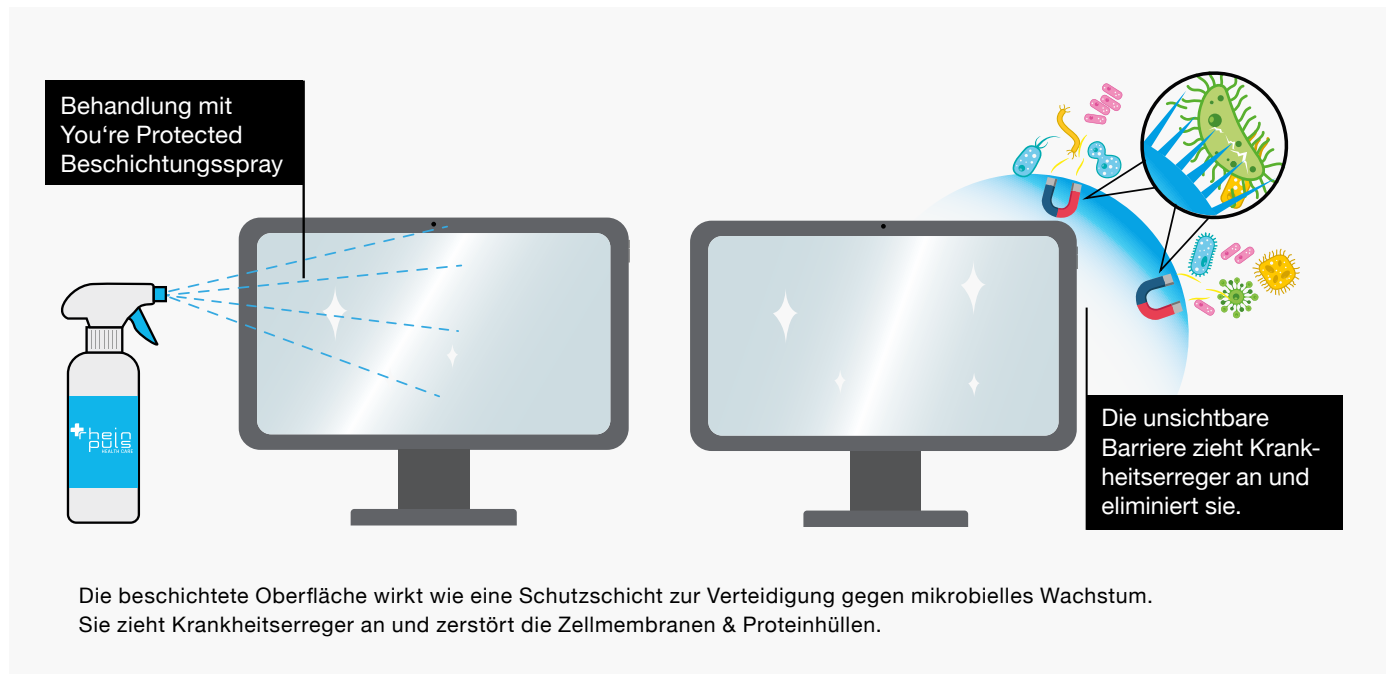


Hygiene-Institut
des Ruhrgebiets
Institut für Umwelthygiene und Toxikologie

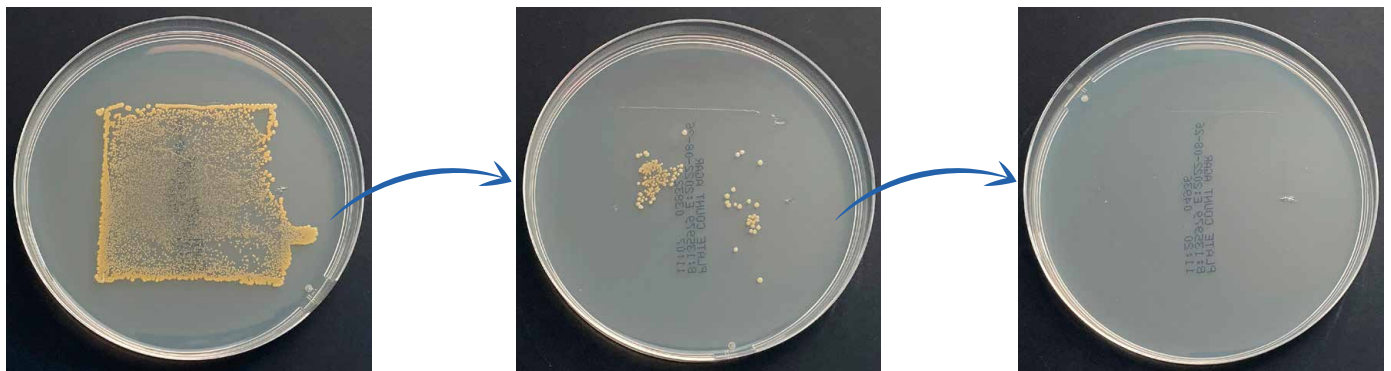


SO WERDEN IHRE OBERFLÄCHEN ZU SELBSTDESINFIZIERENDEN SCHUTZBARRIEREN

LACKE & SPRAYS

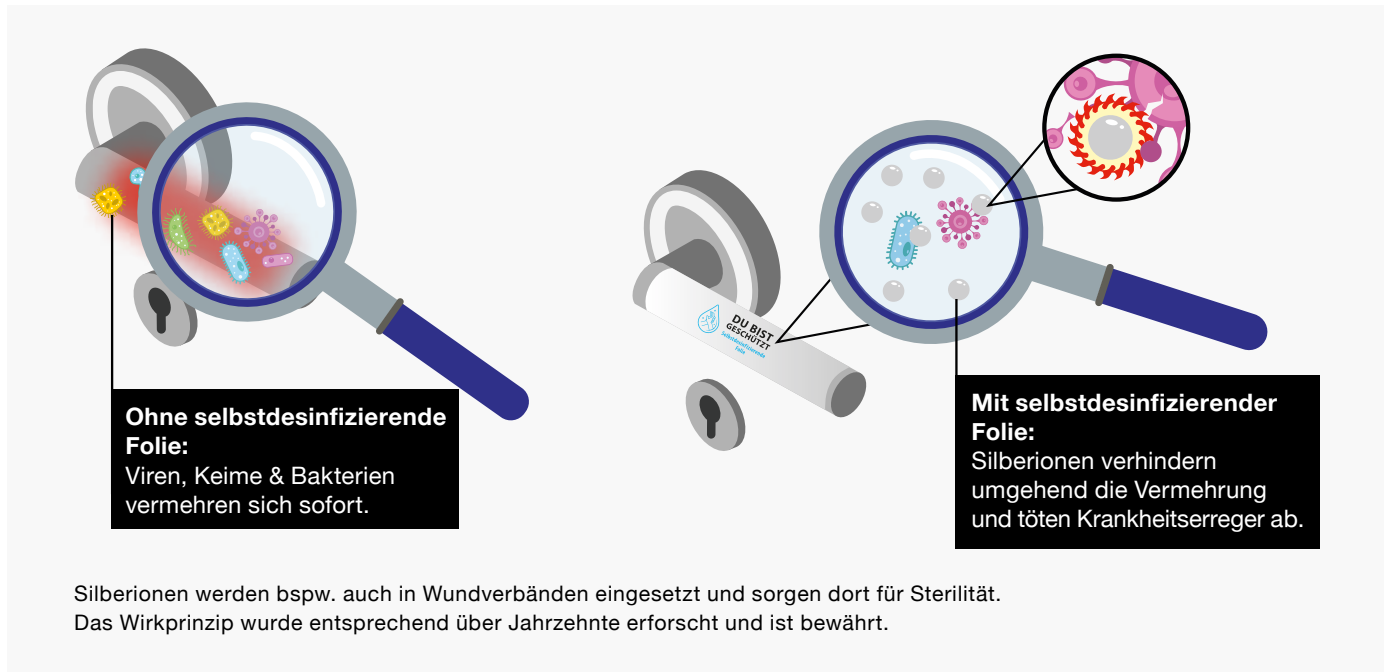


- 1 Im ersten Schritt werden Ihre Oberflächen durch das „You're Protected / Du bist geschützt“ Beschichtungsspray porendicht versiegelt, um so das Eindringen von Krankheitserregern zu verhindern.
- 2 Die dabei entstehende Oberflächenspannung sorgt zusätzlich dafür, dass Viren, Keime & Bakterien nicht mehr an Ihren Oberflächen haften können.
- 3 Alle Krankheitserreger, die noch übrig bleiben, werden von den biologisch aktiven Verbindungen unseres Beschichtungssprays unschädlich gemacht, indem die Zellmembranen & Proteinhüllen irreversibel zerstört werden.



So beseitigen unsere Beschichtungen Krankheitserreger innerhalb kürzester Zeit.

FOLIEN



- 1 Auf unserer „You’re Protected / Du bist geschützt“ Folie werden bei der Herstellung Silberionen in einer Glasmatrix eingebettet und gleichmäßig verteilt.
- 2 Sobald Silberionen mit Krankheitserregern in Kontakt kommen, blockieren sie sofort ihren Stoffwechsel und hemmen die Vermehrung (welche eine Infektion erst möglich macht).
- 3 Im Anschluss werden die Viren, Keime und Bakterien abgetötet, indem die Zellmembranen & Proteinhüllen irreversibel zerstört werden.

PROBEEEXEMPLAR UNSERER FOLIE

Normalerweise klebt hier ein Probeexemplar unserer Folie.

Melden Sie sich gerne unter
+49 2173 893 900 1 oder
info@rheinpuls.de und wir lassen
Ihnen schnellstmöglich
Ersatz zukommen.

- 99,99%* Reduktion von Keimen und Bakterien
- 99,9%** Virenreduktion
- 3 Jahre Wirkungsdauer
- Dermatologisch getestet
- Von führenden Laboren geprüft
- Made in Germany

*gemäß Norm ISO 22196 **gemäß Norm ISO 21702

PROFITIEREN SIE MIT IHREM EDEKA-MARKT VON DIESEN 5 WETTBEWERBSVORTEILEN, DIE VIELE KAUFLEUTE SCHON HEUTE NUTZEN

SICHTBAR GESTEIGERTER HYGIENESCHUTZ

Als durchdachter Zusatz zu Ihrem starken EDEKA Hygienekonzept werden unsere selbstdesinfizierenden Folien individuell mit Logos und Hinweisen für Sie gestaltet. Auch auf unsere unsichtbaren Beschichtungen können Sie durch spezielle Hinweissiegel aufmerksam machen.

So sind Ihre Kunden jederzeit über den fortschrittlichen Hygieneschutz in Ihrem Markt informiert und es entsteht ein einzigartiger psychologischer Effekt.



EINKAUFSERLEBNIS MIT WOHLFÜHLFAKTOR SCHAFFEN

In unseren Befragungen gaben Kunden und Mitarbeiter in EDEKA-Märkten an, sich wohler und sicherer bei Ihrem Einkauf und bei der Arbeit zu fühlen. Bedingt durch den sichtbaren Schutz und das Wissen, stets wie frisch desinfizierte Oberflächen zu berühren.

Erfüllen Sie die steigenden Erwartungen Ihrer Kunden an die Hygiene & Sicherheit in Ihrem Markt und sorgen Sie so für eine erhöhte Zufriedenheit und wiederkehrende Einkäufe.

KRANKHEITSTAGE REDUZIEREN UND PRODUKTIVITÄT STEIGERN

Bieten Sie Ihren Mitarbeitern einen Arbeitsplatz mit selbstdesinfizierenden Oberflächen, sodass Infektionen wirkungsvoll und rund um die Uhr verhindert werden.

Dadurch reduzieren Sie die krankheitsbedingten Ausfalltage Ihrer Mitarbeiter, während diese noch gelassener im Kontakt zu den Kunden agieren können.

Mit einer Reduktion der Krankentage Ihrer Mitarbeiter steigern Sie zugleich die Produktivität und fröhliche Stimmung, da Mehrbelastungen und Überstunden durch fehlende Kollegen vermieden werden.

Gleichzeitig verhindern Sie so als Kaufmann oder Kauffrau wieder selbst Regale einzuräumen oder an der Kasse zu sitzen, damit Sie sich auf die wichtigen Aufgaben konzentrieren können.



KUNDENZAHLEN ERHÖHEN DURCH MARKETING MIT ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Durch den Einsatz der neuesten Technologien erzeugen Sie Alleinstellungsmerkmale für Ihren EDEKA-Markt und punkten mit Innovationen und Nachhaltigkeit, sodass Sie sich im Marketing effektiv von Ihrer Konkurrenz im Ort abheben.

Mit maßgeschneiderten Marketingkonzepten unterstützen wir Sie bei Vermarktung und PR, damit Kunden schnell von Ihrer Erweiterung des Hygienekonzeptes erfahren und nur noch bei Ihnen einkaufen.

MITARBEITER EINFACHER GEWINNEN UND BINDEN

Stärken Sie Ihr Arbeitgebermarketing, indem Sie Ihren Markt als sicheren Arbeitsplatz und verantwortungsbewussten Arbeitgeber wahrnehmbar machen.

Genießen Sie einen großen Vorteil am Bewerbermarkt und gewinnen Sie dringend benötigtes Personal.

Unsere Kunden berichten von positivem Feedback in Bewerbungsgesprächen, denn Bewerber schätzen es heutzutage umso mehr, wenn die Gesundheit & Sicherheit der Mitarbeiter im Mittelpunkt steht.

Überzeugen auch Sie qualifizierte Mitarbeiter deutlich leichter, sich bei Ihnen zu bewerben und langfristig zu bleiben.



ERFAHRUNGEN ANDERER EDEKA-KAUFLEUTE

Feedback zur Zusammenarbeit mit Rheinpuls

„DIE IDEE VON RHEINPULS PASST ZU 100% ZU UNS EDEKANERN“



Mirko Hofmann
EDEKA Hofmann, Baden-Württemberg

Problem:

Mirko Hofmanns Märkte zeichnet eine exzellente Sauberkeit aus. Sein Hygienekonzept ist aber sehr zeitaufwendig. Mitarbeiter waren gezwungen, ihre täglichen Aufgaben zurückzustellen. Er suchte daher nach Lösungen, um seine starke Hygiene aufrecht zu erhalten und sichtbar für Kunden zu machen.

Lösung:

In allen drei Märkten wurden alle häufig berührten Oberflächen sowohl auf der Fläche, als auch in Mitarbeiterräumen mit Spray & Folie beschichtet. Hochwertige Hinweise im EDEKA Hofmann Design machen Kunden auf den erweiterten Hygieneschutz aufmerksam. Unter anderem desinfizieren sich von nun an Einkaufswagengriffe, Mopro-Türgriffe und Türklinken nach jeder Berührung selbst und schützen Mitarbeiter und Kunden vor Krankheitserregern.

Ergebnis:

Seit der Beschichtung erhält Mirko Hofmann nur positives Feedback. Vor allem seine Mitarbeiter schätzen den Schutz sehr, da sie sich wieder auf ihre normale Arbeit konzentrieren können. Auch seine Kundschaft lobt ihn für die zusätzliche Hygiene und findet die Beschichtungen toll.

Mirko Hofmann sagt dazu im Interview:

„Kunden kommen mit einem guten Gewissen zu uns einkaufen. Deshalb ist Rheinpuls mit seinen Lösungen für den Lebensmittelbereich ein Gewinn.“



Hier geht es zum ganzen Video mit Mirko Hofmann.



[RHEINPULS.DE/ERFAHRUNGEN-EINZELHANDEL](https://rheinpuls.de/erfahrungen-einzelhandel)



„DIE FOLIE IST DA UND TUT IHRE ARBEIT“



Antje Fritz
EDEKA Frischemarkt in Königsee, Thüringen

Problem:

In den letzten 2-3 Jahren mussten mehr Flächen desinfiziert werden, als je zuvor. Dazu gab es einen festgelegten Desinfektionsplan. Er garantierte jedoch lange nicht, dass die Desinfektion ordnungsgemäß ausgeführt wird.

Lösung:

Alle wichtigen Griffe und Oberflächen desinfizieren sich nun selbstständig durch die aufgetragenen Beschichtungen. Die deutlichen Hinweise sorgen dafür, dass Kunden und Mitarbeiter den Hygieneschutz jetzt aktiver beachten.

Ergebnis:

Der Schutz für Mitarbeiter & Kunden ist größer als zuvor, da die Bemühungen für Hygiene perfekt ergänzt werden. Die gemeinsam genutzten Oberflächen sind nun jederzeit frisch desinfiziert.

Antje Fritz sagt dazu im Interview:

„Da habe ich die Chance gesehen, dass dieser Faktor Mensch in bestimmten Dingen ausgeschaltet ist. Weil die Folie ist da und tut ihre Arbeit. Egal ob jemand vorbeikommt [zum Desinfizieren] oder nicht. Ob jemand den Türgriff anfasst oder nicht.“



Hier geht es zum ganzen Video mit Antje Fritz.



[RHEINPULS.DE/ERFAHRUNGEN-EINZELHANDEL](https://rheinpuls.de/erfahrungen-einzelhandel)



„MIT RHEINPULS HABEN WIR UNSERE HYGIENE AUF EIN NEUES LEVEL GEHOBEN UND FÜR UNSERE KUNDEN SICHTBAR GEMACHT“



Patrick Kox
EDEKA Kox, Kerken



Problem:

Hygiene ist für die Familie Kox äußerst wichtig. Ihre Kunden wurden die letzten Jahre immer sensibler und forderten daher zusätzliche Hygienemaßnahmen. Um die hohe Hygiene aufrecht zu erhalten wurde dafür regelmäßig Personal aus dem Tagesgeschäft abgezogen, um u. A. Griffe und Kühlschränke zu desinfizieren. Das führte jedoch zu unerledigter Arbeit auf der Verkaufsfläche.

Lösung:

Nicht nur der Personalbereich, sondern auch die Marktfläche sollte geschützt werden. Neben Türklinken, WC-Spülungen und Treppengeländern desinfizieren sich jetzt auch Einkaufswagen und Kühlregalgriffe nach jeder Berührung selbst.

Dabei wurden alle Folien und Hinweise so entwickelt, dass sie zum Marktdesign passen und jederzeit sichtbar sind.

Ergebnis:

Kunden und Personal nehmen den sichtbaren Hygieneschutz jederzeit wahr und geben Patrick und Philipp Kox stets positives Feedback. Gleichzeitig haben ihre Mitarbeiter wieder mehr Zeit für alltägliche Aufgaben auf der Fläche.

Patrick Kox meint zusätzlich im Interview:

„Es ist sehr wichtig für das Image, dass die Hygiene für den Kunden sichtbar ist. Durch Rheinpuls haben wir das ganze Thema auf ein neues Level gehoben.“

Hier geht es zum ganzen Video mit Patrick Kox.



[RHEINPULS.DE/ERFAHRUNGEN-EINZELHANDEL](https://rheinpuls.de/erfahrungen-einzelhandel)



„MITARBEITER SIND ZUFRIEDEN, WEIL SIE SICH SICHERER FÜHLEN“



Thorsten Witt
E aktiv markt Witt, Hamburg



Problem:

Eine hohe Hygiene in seinem Markt war Thorsten Witt sehr wichtig. Das war jedoch mit hohen Kosten und einem erheblichen Zeitaufwand verbunden, da seine Mitarbeiter intensiv per Hand desinfizieren mussten. Darunter litt auch der persönliche Kundenkontakt, weil für Gespräche mit ihnen keine Zeit mehr war.

Lösung:

Ein maßgeschneidertes Konzept für Thorsten Witts EDEKA Markt sorgt dafür, dass sich alle wichtigen Oberflächen selbst desinfizieren. Sowohl im Markt, als auch im Mitarbeiterbereich sind Kunden und Personal vor Krankheiten geschützt.

Ergebnis:

Mitarbeiter fühlen sich deutlich sicherer und schätzen den erhöhten Hygieneschutz. Kunden sehen die sichtbaren Hinweise, **gehen aktiv auf das Team von Thorsten Witt zu**, um positive Rückmeldungen zu geben. Zudem werden große Mengen an Desinfektionsmitteln und Müll eingespart, weil nicht mehr in einem Ausmaß wie zuvor desinfiziert werden muss.



Hier geht es zum Interview mit Thorsten Witt.

[RHEINPULS.DE/ERFAHRUNGEN-EINZELHANDEL](https://rheinpuls.de/erfahrungen-einzelhandel)



IHRE KUNDEN AUF DEN ZUSÄTZLICHEN SCHUTZ AUFMERKSAM MACHEN

Mit individuellem Marketingmaterial für Ihren Markt, Ihr Angebotsheft und Ihren Onlineauftritt, machen Sie Kunden auf die neuen Oberflächenbeschichtungen aufmerksam.



Angebotsheft & Social Media:

Informieren Sie Ihre Kunden schnell und prägnant – sowohl in Ihrem Angebotsheft, als auch über Ihren Internetauftritt.

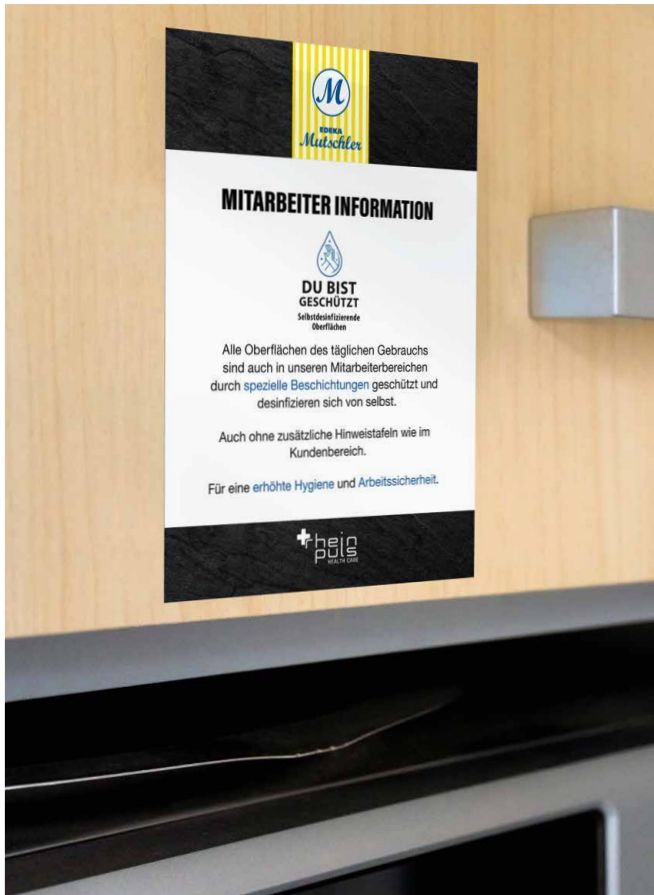
ROLL-UP BANNER

Steigern Sie die Kundenbindung und informieren Sie Ihre Kunden schon vor Ihrem Markt effektiv über den neuen Hygiene-Mehrwert.

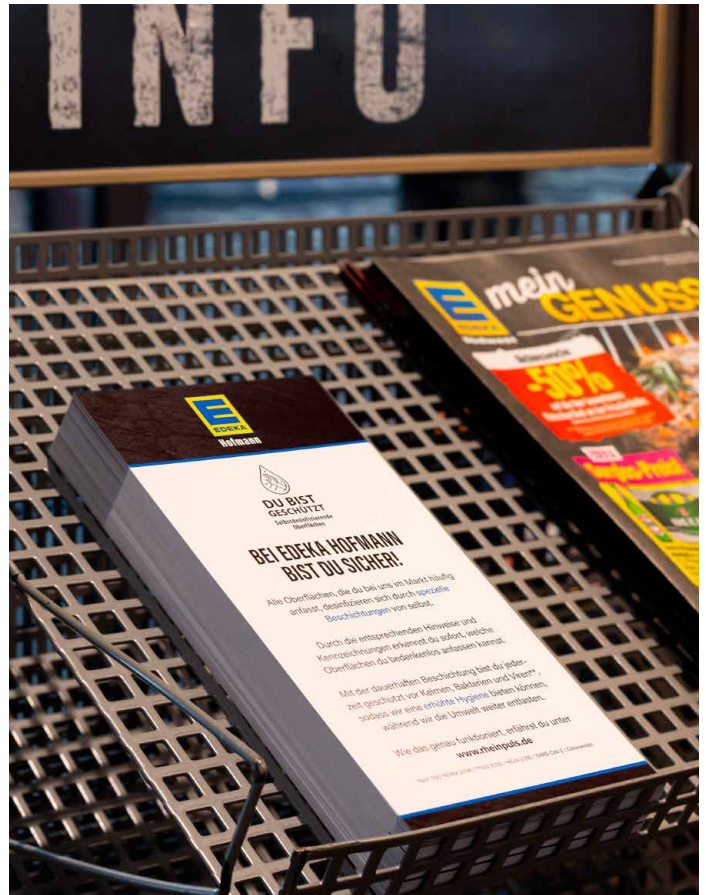
Unser Roll-up Banner ist leicht aufzustellen, frei platzierbar und schnell zu transportieren.

Im klassischen oder individuellen Design möglich.

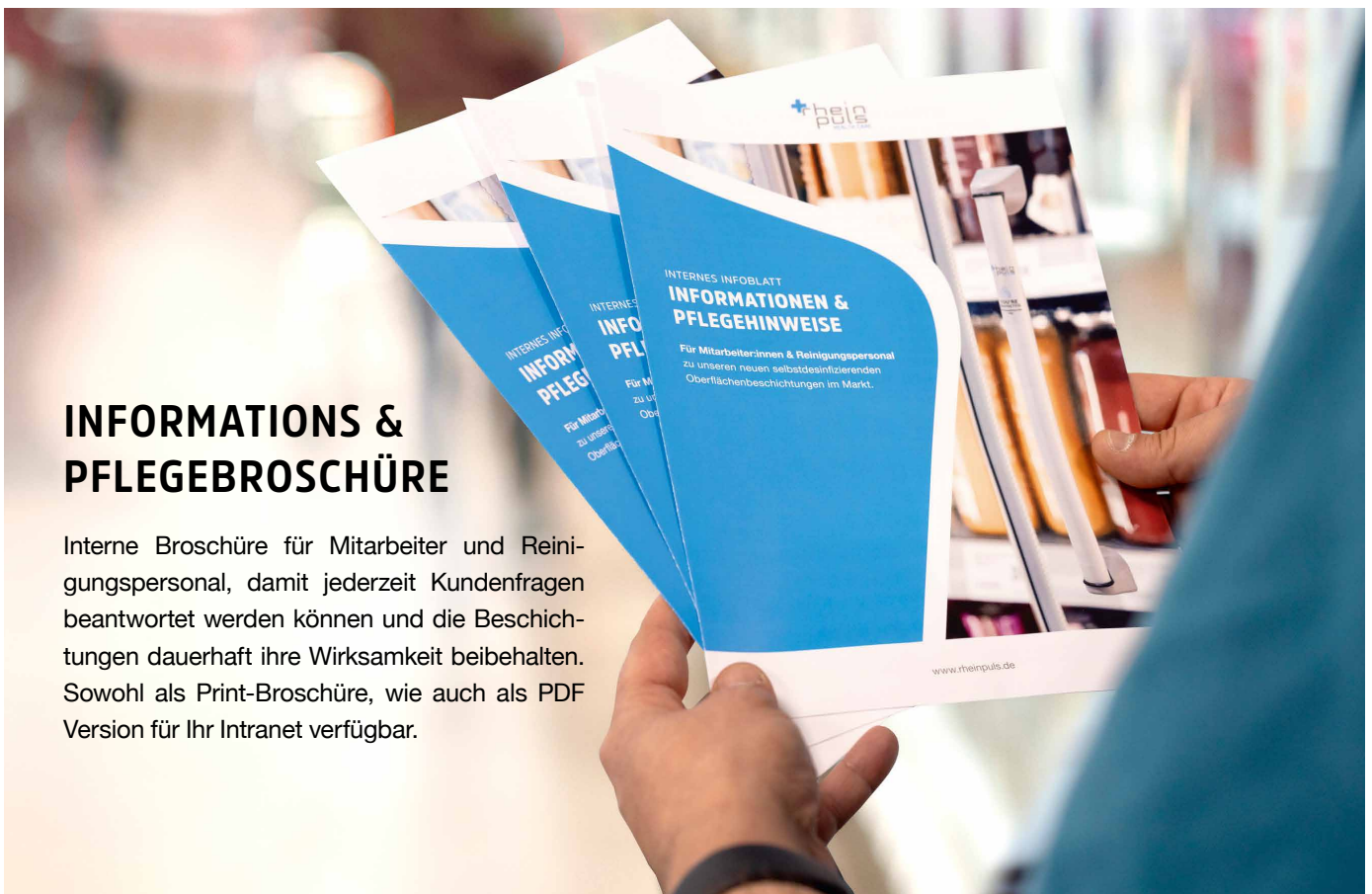




Mitarbeiter Information: Aufkleber und Hinweise für Ihre Mitarbeiterbereiche - Damit auch Ihr Team und Besucher über den Schutz informiert werden.



Flyer: Die Flyer können im klassischen Design oder auf Wunsch in Ihrem individuellen Marktdesign erstellt werden.



INFORMATIONEN & PFLEGEBROSCHÜRE

Interne Broschüre für Mitarbeiter und Reinigungspersonal, damit jederzeit Kundenfragen beantwortet werden können und die Beschichtungen dauerhaft ihre Wirksamkeit beibehalten. Sowohl als Print-Broschüre, wie auch als PDF Version für Ihr Intranet verfügbar.



Kühlgriffe: Besonders beliebt sind Beschichtungen mit eigenem EDEKA Logo und Hinweisen.

BESONDERS BELIEBT BEI EDEKA-INHABERN

Egal ob eigenes Logo, integrierter Wunschtext oder Folien im Sondermaß - Wir erstellen ein maßgeschneidertes Konzept für Ihren Markt, passend zu Ihren Wünschen.



Integriertes eigenes Logodesign von **EDEKA Fritz & Vollmer**

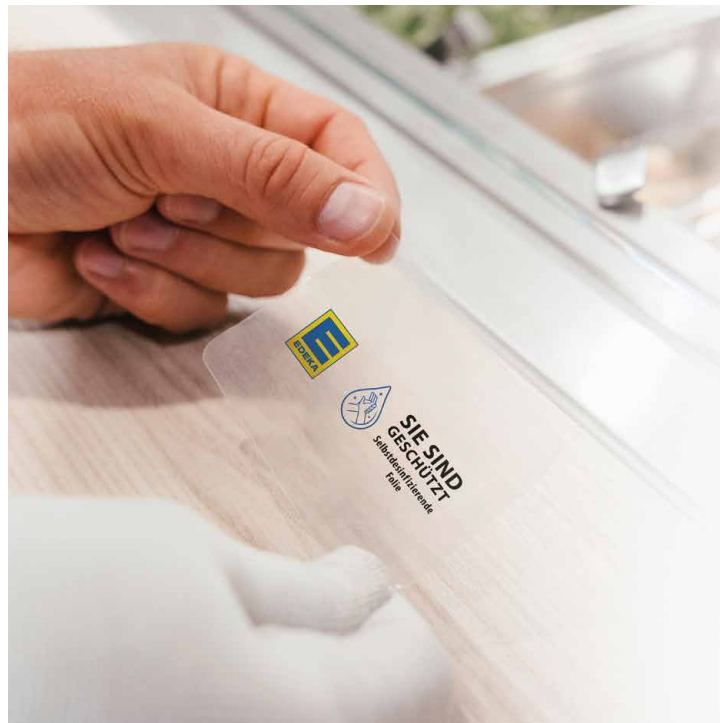
Einkaufswagengriffe: Folierung im Wunschdesign vollflächig oder teilflächig mit einem Hinweisaufkleber.



Mülleimer: Vollflächige Folierung der Push-Klappe mit integriertem Wunschtext.

VOLLER SERVICE AUS EINER HAND

Wir kümmern uns um die Beschichtung der Oberflächen in Ihrem Markt



PROFESSIONELLE MONTAGE

Unsere geschulten Monteure sind deutschlandweit für Sie im Einsatz und stellen die bestmögliche Ausstattung für Ihren Markt sicher. Ihr maßgeschneidertes Konzept wird von unseren Experten für Folierungen & Beschichtungen so umgesetzt, dass eine langfristige Lebensdauer der Beschichtungen gewährleistet ist.

Selbstverständlich ohne eine Einschränkung Ihres Tagesgeschäfts, sodass Ihre Kunden wie gewohnt einkaufen und Ihre Mitarbeiter ganz normal arbeiten können. Für Sie entsteht dabei keinerlei zusätzlicher Zeitaufwand.

REGELMÄSSIGE INSTANDHALTUNG

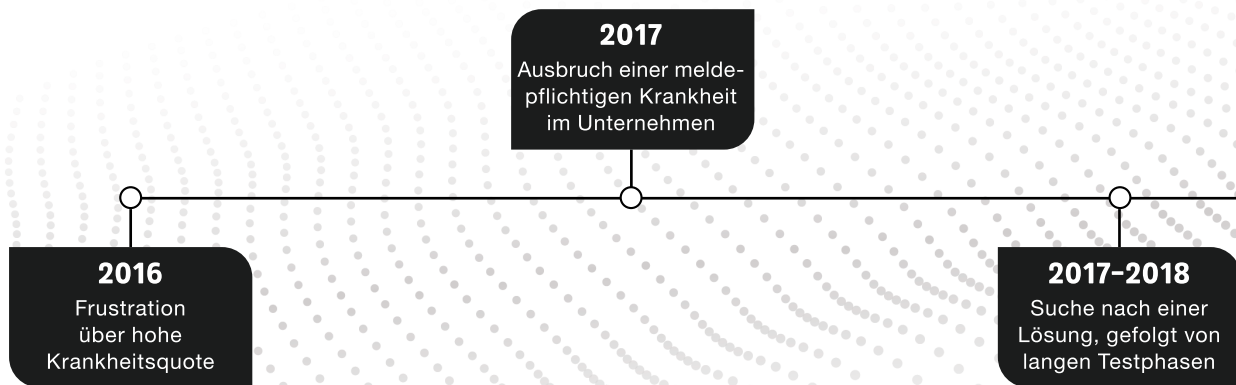
Sie bekommen nach der Erstmontage neue Einkaufswagen oder es gibt doch einmal abgenutzte Folien? Kein Problem!

Durch die festgelegten Serviceintervalle in unseren Konzepten schauen unsere Monteure regelmäßig in Ihrem Markt vorbei. Damit Ihr Hygieneschutz lückenlos bleibt, werden neue Oberflächen nachträglich beschichtet und abgenutzte Folien ausgetauscht. Ohne zusätzliche Kosten.



HYGIENE. NEU GEDACHT.

17 Jahre Forschung und Entwicklung.
3 einzigartige Lösungen.



UNSERE GESCHICHTE

Ein fortschrittlicher Hygienestandard in unseren Unternehmen hat für uns seit jeher eine hohe Priorität. Wir bemühten uns Hygiene auf einem hohen Niveau zu gewährleisten, z. B. mit häufigen Reinigungsintervallen und Maßnahmen wie zahlreichen Desinfektionsspendern und Luftreinigern.

Lange, bevor vieles davon durch Corona zu einem neuen gesellschaftlichen Standard wurde.

Dabei immer im Blick: die hohen Ausgaben für diese Maßnahmen und die gegenseitige Ansteckung von Mitarbeitern.

Ein einschneidendes Ereignis bewegte uns dann zur Suche nach einer geeigneten Lösung.

Denn über die Hälfte der Mitarbeiter einer unserer Standorte fiel zeitgleich aus. Schnell stellte sich heraus, dass sich eine meldepflichtige Krankheit über Schmierinfektionen

verbreitet hatte. Somit mussten wir den Standort für mehrere Tage schließen ...

Durch diese unangenehme Situation hatten wir eine verrückte Idee: Sollte es heutzutage nicht irgendwie möglich sein, dass sich Oberflächen, wie Türklinken und Toilettenspülungen, nach jeder Berührung von selbst desinfizieren?

Durch diese Frage begann unsere Zusammenarbeit mit Entwickler Robert Kummerer. Mit seiner Expertise im Bereich der Nanotechnologie konnten wir unsere Idee von selbstdesinfizierenden Oberflächenbeschichtungen nach einigen Testphasen tatsächlich umsetzen. Die „You’re Protected“ Beschichtungen waren geboren und sorgten ab diesem Zeitpunkt für einen spürbar höheren Hygienestandard in unseren Unternehmen.

Sowohl Kunden als auch Mitarbeiter

waren begeistert und wir erhielten von allen Seiten positives Feedback. Schnell machten sich Einsparungen in unseren Hygieneausgaben bemerkbar, aber auch die Reduktion des anfallenden Mülls war deutlich erkennbar. Zeitgleich fühlte sich unser Team viel wohler.

Kurz darauf erreichten uns die Anfragen anderer Unternehmer, die großes Interesse an unseren Produkten zeigten. Erst zu diesem Zeitpunkt wurde uns die Notwendigkeit unserer Innovation bewusst und wir gründeten Rheinpuls Health Care.

Unsere Vision ist es, das Konzept zu einem neuen Standard zu etablieren, um die Hygiene in Unternehmen zu steigern, während die Verschwendung von Ressourcen und Energie gesenkt wird.

2018

Oberflächenbeschichtungen sind einsatzbereit

2019

Gründung von Rheinpuls Health Care

2019

Erstmalige Ausstattung von externen Unternehmen



ROBERT KUMMERER
Entwickler & Forscher

Als erfahrener Wissenschaftler ist Robert Kummerer seit über 20 Jahren in der Forschung der Nanotechnologie tätig.

Als einer der Ersten weltweit hat er sich ab 2005 mit der Photokatalyse-Technologie befasst und ist in diesem Feld für bahnbrechende Fortschritte und Erkenntnisse bekannt.

Durch seine Forschungserfolge und genialen Ideen entwickelte er letztlich die Technologien, mit denen wir heute bei unseren Kunden für die Luftreinigung in Innenräumen und selbstdesinfizierende Oberflächen sorgen.



SVEN KLEE
Gründer & Geschäftsführer

Sven Klee ist seit über 20 Jahren in der Gesundheitsbranche tätig.

Er ist Gründer und Geschäftsführer mehrerer Unternehmen in den Bereichen Gesundheit, Beratung, Fitness und Personaldienstleistung und mit seiner Expertise absoluter Experte auf diesen Gebieten.

Nachdem er unsere Produkte ursprünglich für den Einsatz in den eigenen Betrieben entwickelt hatte, weiß er heute genau, wie sich Kunden und Personal bestmöglich vor Infektionen schützen lassen.



DIE NÄCHSTEN SCHRITTE ...

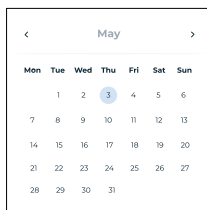
... für weniger Mitarbeiterausfälle und zufriedенere Kunden.

Da uns sehr viele Anfragen erreichen, können wir leider nicht alle annehmen.
Wir arbeiten nur mit den Märkten, bei denen wir das größte Erfolgspotential sehen.

So funktioniert's:



1. FRAGEBOGEN AUSFÜLLEN



Fragebogen ausfüllen – Geben Sie uns ein paar Informationen zu Ihrem Markt und buchen Sie ein Telefonat mit einem unserer Experten.



2. POTENTIAL-ANALYSE



Potential-Analyse – In einem kurzen Telefonat nimmt einer unserer Mitarbeiter Ihre Ist-Situation auf, damit sich unser Experte bestmöglich auf Ihre Beratung vorbereiten kann.



3. ERSTGESPRÄCH



Erstgespräch – In unserem kostenlosen Erstgespräch beantworten wir Ihre offenen Fragen und erstellen ein individuelles Beschichtungskonzept für Ihren Markt.

WAS PASSIERT IM ERSTGESPRÄCH?

Gute Vorbereitung ist bereits die halbe Miete. In unserem kostenlosen Erstgespräch erarbeitet einer unserer Experten mit Ihnen ein Beschichtungskonzept für Ihren Markt.

Dabei erörtern wir genau, welche Oberflächen das größte Infektionsrisiko bieten und planen, mit welchen Beschichtungen wir die Hygiene und Sicherheit für Kunden & Mitarbeiter bestmöglich erhöhen.

Vereinbaren Sie jetzt Ihr
kostenloses Erstgespräch auf
rheinpuls.de/edeka



WIE FUNKTIONIERT ANSCHLIESSEND DIE UMSETZUNG?

Wenn Ihnen das Beschichtungskonzept zusagt, setzen wir dies für Sie um.

Sie können sich nun entspannt zurücklehnen, während Ihr Projektmanager alle weiteren Punkte klärt.

Dabei geht es um die Umsetzung der besprochenen Gestaltung und einer Planung der Montage, die Ihr Tagesgeschäft nicht beeinflusst.

Sie brauchen uns jeweils nur ein kurzes Feedback geben und die einzelnen Punkte bestätigen.

Unser Team kümmert sich um den Rest.



DIE HÄUFIGSTEN FRAGEN AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT EDEKA-KAUFLEUTEN

Wie lange sind die Beschichtungen haltbar?

Unsere Beschichtungen halten ihren vollen Schutz über mindestens drei Jahre und können im Anschluss ganz einfach erneuert werden.

Sind individuelle Designs möglich?

Unsere Konzepte sind stets maßgeschneidert, anhand der Einrichtung in Ihrem Markt und Ihren individuellen Wünschen. Dazu gehört auch das Design von Beschichtungen, Hinweisaufklebern und Marketingmaterialien, die nach Ihren Anforderungen erstellt werden.

Was kostet ein Beschichtungskonzept für meinen Markt? Und welche Zahlungsmodalitäten gibt es?

Da unsere Konzepte für die einzelnen EDEKA-Märkte maßgeschneidert werden, ist es notwendig vorab zu klären, welche Ausstattungen Sie in Ihrem Markt umsetzen möchten und welche Bereiche geschützt werden sollen. Im Anschluss erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.

Muss die Beschichtung nachgepflegt werden, oder kommt regelmäßig jemand vorbei und erneuert sie?

Durch die festgelegten Serviceintervalle in unseren Konzepten schauen unsere Monteure regelmäßig in Ihrem Markt vorbei. Damit Ihr Hygieneschutz lückenlos bleibt, werden neue Oberflächen nachträglich beschichtet und abgenutzte Folien ausgetauscht. Ohne zusätzliche Kosten.

Kann ich die beschichteten Oberflächen noch normal reinigen und desinfizieren? Oder muss ich das sogar?

Die Beschichtungen können mit allen handelsüblichen Mitteln ganz normal gereinigt und desinfiziert werden. Eine Desinfektion der beschichteten Flächen ist natürlich überflüssig, eine regelmäßige Reinigung jedoch sinnvoll, damit Schmutz entfernt wird und die Beschichtungen optimal arbeiten können.

Wie lange dauert die Montage und muss ich mich dabei um etwas kümmern?

Die Montage erfolgt je nach Marktgröße und dem geplanten Umfang Ihres Beschichtungskonzepts innerhalb von 1-2 Tagen. Unsere Monteure beschichten selbstständig, ohne Ihr Tagesgeschäft einzuschränken, sodass Ihre Kunden wie gewohnt einkaufen und Ihre Mitarbeiter ganz normal arbeiten können. Für Sie entsteht dabei keinerlei zusätzlicher Zeitaufwand.

Sehr schön, ich bin überzeugt. Wie geht es jetzt weiter?

Tragen Sie sich einfach unter www.rheinpuls.de/edeka für ein kostenloses Erstgespräch ein. Die weiteren Schritte sind auf Seite 24 genau für Sie erläutert.



**YOU'RE
PROTECTED**

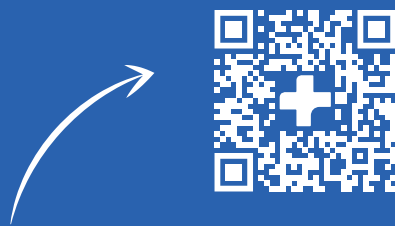
Dieke Oberfläche bewirkt
durch ihre Beschichtung 99,9%
aller Krankheitserreger

**Wie ein maßgeschneidertes Konzept für Ihren Markt
nach Ihren Wünschen aussieht:**

- mit eigenem Logo
- integriertem Wunschtext
- Folien im Sonderformat

Erfahren Sie es jetzt in Ihrem kostenlosen Erstgespräch.

www.rheinpuls.de/edeka



Einfach scannen, um zur Rheinpuls Website zu gelangen

Wie können Sie in **Ihrem EDEKA-Markt** für höhere Umsätze, mehr wiederkehrende Kunden und weniger Krankentage bei Ihren Mitarbeitern sorgen?

In dieser Broschüre zeigen wir Ihnen, wie Sie mithilfe der neuesten Technologien für selbstdesinfizierende Oberflächen genau das erreichen. Mit unserer Hilfe konnte bereits eine Vielzahl von EDEKA-Kaufleuten erfolgreich

- Die Zufriedenheit der Kunden mit einem angenehmeren Einkaufserlebnis steigern, sodass sie nur noch bei Ihnen einkaufen.
- Alleinstellungsmerkmale für den eigenen EDEKA-Markt schaffen, um sich effektiv von der Konkurrenz im Ort abzuheben.
- Den Krankenstand der Mitarbeiter senken, sodass Mehrbelastungen und Überstunden durch fehlende Kollegen vermieden werden.

Sie möchten, dass unsere Experten ein kostenloses Beschichtungskonzept für Ihren Markt erstellen?

Dann jetzt eintragen zum Erstgespräch unter



www.rheinpuls.de/edeka

