

---

Internorga-Vorbericht in tk-report minus 18

## **Janny's auf der Internorga – das pure Eisvergnügen im modernen Look und ohne künstliche Zusatzstoffe**

**Seevetal, 06.02.2014 Markenrelaunch, Eis ohne künstliche Zusatzstoffe, neue innovative Eissorten und mit Eis überzogene Donuts - damit startet Janny's Eis, das größte europäische Franchisesystem im Eisbereich, in ein neues Eiszeitalter.**

### Durchstarten auf der Internorga

Janny's Eis wird auf der kommenden Internorga erstmals mit einem Messestand vertreten sein. Dort wird der Eisexperte seinen kürzlich abgeschlossenen Markenrelaunch präsentieren: Das heißt sein neues Corporate Design, seine grundlegende Umgestaltung der Shops sowie seine breitere Angebotspalette mit innovativen Sorten verbunden mit verbesserter Qualität vorstellen. Das Ziel der Messepräsentation lautet: neue Franchise-Interessenten gewinnen. Aktuell zählt Janny's 149 Franchisebetriebe – bis 2020 möchte Janny's Eis systemweit mehr als 200 Outlets vorweisen können. Bayern, Hessen und Baden-Württemberg sind bevorzugte Bundesländer für die Expansion. 2014 stehen schon acht neue Standorte auf der Agenda.

### Alles neu macht der Elberg

2011 – kurz nach dem Einstieg von Markus Elberg als General



## PRESSEMITTEILUNG



Manager – startete Janny's Eis bereits mit der Re-Positionierung. Höchste Zeit für das 1982 in Schleswig gegründete und 1989 vom Schöller-Konzern übernommene Eiskonzept (seit 2002 Nestlé Schöller).

Elberg setzte von Anfang an auf die Zusammenarbeit des ganzen Systems: „Einen Veränderungsprozess durchläuft man nur dann erfolgreich, wenn die Partner Vertrauen ins Management haben.“ Gemeinsam mit dem Franchisebeirat erarbeitete man eine Problem- und Aufgabendefinition, die im Wesentlichen die Punkte Entwicklungsstillstand, kein attraktives Image bei der Zielgruppe, wenig Produktinnovationen, ein überholtes Kommunikationskonzept und rückläufige Umsätze umfasste.

### Eis 100 % ‚free from‘

2012 war es dann so weit: Elberg präsentierte die entwickelten Strategien – im Fokus stand der herausgearbeitete Markenkern ‚Das pure Eisvergnügen‘. Vielen dürfte dieser Claim bekannt sein – begleitete er doch von 1982 bis 2007 das Unternehmen. Für Elberg stand fest, dass es eine wertemäßige Rückkehr zu den Wurzeln geben musste, zu den Bereichen ‚Vergnügen‘ und ‚pur‘. In der Konsequenz hieß das, langfristig nur noch Lebensmittel ohne künstliche Zusatzstoffe anzubieten. Für das gesamte Janny's Eissortiment vermeldet Elberg bereits stolz zu 100 % frei von künstlichen Farb- und Aromastoffen. Weitere Entwicklungen wird es geben.

### Pures Vergnügen ist sichtbar

Sichtbar wird dieses Konzept u. a. durch eine moderne, auf Wesentliche reduzierte Wort-Bild-Marke, die zugleich die Kernkompetenzen von Janny's



## PRESSEMITTEILUNG



Eis transportiert – Eis, Kaffee, Snacks. Und die Farben spiegeln das Janny's-Eis-Genuss-Vergnügen wider: Sie rufen positive Emotionen hervor und dienen in den Shops auch der Orientierung, z. B. auf den Magnetkreisen an der Rückwand der Theke. Insgesamt gibt es jetzt mehr Wohlfühlambiente bei Janny's Eis: Neue Wandfarben, neue Werbemittel – auch auf den Außenflächen- und neue Lounge-Möbel; alles entspricht der neuen Corporate Identity.

In 2012 erhielten 18 Shops eine Rundumerneuerung bzw. wurden neu ans Netz genommen. 136 bekamen ein Make-over. Die Investitionen (bis zu 100.000 € für einen neuen Shop, bis zu 35.000 € für einen Umbau und bis zu 8.000 € für ein Make-over) übernahm Janny's Eis, die Tilgung erfolgt über die Literabnahme von Eis.



### Geschmackvoller Relaunch

Dass Janny's Eis noch besser schmecken könnte, hätte fast keiner gedacht – eine komplette Überarbeitung aller Rezepturen hat nun aber sogar zur Prämierung von vier Sorten geführt. Die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) zeichnete sie aus. Heute umfasst das Sortiment 23 hochqualitative Sorten Eis plus vier neue, die gerade lanciert werden: In 2014 kommen vier neue Eissorten hinzu: das fruchtig-saure Apfeleis mit



## PRESSEMITTEILUNG



*Trolli* Würmern, das aufregende Pecan-Banane-Eis, das cremig-intensive Sauerkirsch-Sorbet und das unvergleichliche Caipirinha Eis mit Alkohol. Serviert werden die neuen Sorten nach Wahl auch im Big Apple Cup, im Pecan Dream Cup, im von der Sonne geküssten Cherry Lady Cup und im Caipi Cabana, dem Stimmungsmacher aus Rio, auf Wunsch sogar mit einem Schuss Pitú. Jeder Cup spricht eine andere Zielgruppe an.

### Runde Sache

75 % des Umsatzes generiert Janny's mit Eis, 15 % mit Kaffee und Hot-Drinks und 10 % mit Snacks. Im Ausbau des Snacksortiments liegt noch ein großes Potenzial. Mitte Februar 2014 wird daher unter anderem die Innovation ‚Donuts mit



Glasur aus Eis' eingeführt. „Das Eis servieren wir dann nicht mehr nur im Becher, sondern als Glasur auf unseren Donuts. Eine echte Innovation! Und unheimlich lecker.“ Es wird gefüllte und ungefüllte Sorten geben.

### Neueste Technologien für neues Eiszeitalter

Auch technisch ist das Janny's-Eis-Franchisesystem auf dem neuesten Stand: Website und Intranet wurden kürzlich gerelauncht. Für die internen Abläufe, Bestellungen, Online-Schulungen und die Weitergabe von Informationen und Neuigkeiten ist das Intranet daher ein überaus beliebtes Tool. In diesem Jahr wird ein digitales Handbuch ergänzt. Zukünftig wird es außerdem für jede Janny's-Eis-Filiale auch eine eigene Facebook-Seite geben – so können Franchisepartner mit ihren Fans direkt vor Ort kommunizieren.

### Heiß auf Eis

„Es herrscht eine richtige Aufbruchstimmung bei uns, jeder hat gemerkt, dass er Teil von etwas Großem ist“, resümiert Elberg die Re-

## PRESSEMITTEILUNG



Positionierung. Auch die Zahlen sprechen für sich: 2013 verzeichneten die umgebauten Shops ein Plus von 8,6 %, bei der Kundenfrequenz erreichte man hier an Top-Tagen einen Wert von bis zu 25 %. Zugleich hat man mit gesteigener Qualität die Preise um rund 8 % nach oben hin angepasst. Der Durchschnittsbon stieg um 5,4 %.

Einer der Janny's-Vorzeigebetriebe, der Standort Rügen, konnte seinen Umsatz an Spitzentagen um rund ein Viertel steigern. Während der Janny's Eis Shop Baabe vor dem Umbau einen Netto-Tagesumsatz von 5.500 € generierte, knackte man 2013 fast die 7.000€-Marke. „Wir haben noch sehr viel Potenzial und freuen uns auf ein neues Eiszeitalter“, so Elberg.

<b>Janny's Eis</b>	
Zentrale	Seevetal-Meckelfeld
GM	Markus Elberg
Shops	148
Franchisepartner	142
Systemmitarbeiter	1.200
Eisabsatz	1,2 Mio. l/Jahr
Systemumsatz (2012)	28,6 Mio. €
Systemumsatz (2013)	27,3 Mio. €
<b>Sortiments-Mix</b>	
Eis	75 %
Kaffee	15 %
Snacks	10 %

### Über die Janny's Eis Franchise GmbH

Janny's, ein Tochterunternehmen der Nestlé Schöller GmbH, ist das größte europäische Franchisesystem im Eisbereich und seit über 30 Jahren erfolgreich am Markt tätig. Aktuell zählt Janny's 149 Franchisebetriebe und will in den kommenden Jahren auf über 200 Betriebe bundesweit wachsen – besonders im Süden Deutschlands.

Abdruck kostenlos  
Beleg erbeten



# PRESSEMITTEILUNG

## ANSPRECHPARTNER

Janny's Eis Franchise GmbH

Herr Markus Elberg

Appenstedter Weg 63-65

21217 Seevetal

Telefon: +49 40 769151-13

E-Mail: markus.elberg@jannys.com

www.jannys.com



## WEITERES BILDMATERIAL

