

## NOWY PRODUKT NA NIEMIECKICH STACJACH ORLEN

---

Orlen Deutschland, niemiecka spółka z Grupy Orlen, wprowadziła do sprzedaży w sklepach swej sieci stacji paliwowych o nazwie star nowy produkt spożywczy własnej marki – minisalami. W ten sposób rozszerza swą ofertę pozapaliwową.

Jak informuje spółka, nowy produkt gastronomiczny, to dwie salami 25 g w jednym opakowaniu w cenie 1 euro, czyli „znacznie taniej” niż porównywalne produkty innych marek dostępne np. w supermarketach.

Orlen Deutschland podkreśla przy tym, że minisalami, produkowane z wysokiej jakości składników, obok wprowadzonej tam do sprzedaży już wcześniej kiełbasy bockwurst, wpisuje się w motto sieci stacji paliw: „star - więcej niż tylko tanie paliwo”. „To idealna przekąska dla podróżujących” – rekomenduje swą mini salami niemiecka spółka.

Orlen Deutschland zwraca uwagę, że Niemcy są aktualnie światowymi liderem w spożyciu szynki i kiełbasy, które w ciągu roku wynosi tam ok. 30 kg na osobę. Dodaje przy tym, że kiełbasy – ponad 1500 rodzajów – są najbardziej rozpoznawalną za granicą niemiecką marką, plasując się w tym rankingu na drugim miejscu po monachijskich dożynkach chmielnych Oktoberfest.

Spółka przypomina jednocześnie, iż w ramach jej sieci stacji star produkty z oferty pozapaliwowej pod własną marką, jak np. woda mineralna, napoje energetyczne czy chipsy ziemniaczane, wprowadzane są tam do sprzedaży do 2012 r. i są o mniej więcej o połowę tańsze niż podobne konkurencyjne.

W grudniu 2018 r. Orlen Deutschland podawał, że w ramach realizowanego tam od 2017 r. projektu nowej, modułowej koncepcji stacji paliwowych star, zmodernizowano 50 tych obiektów. Spółka zapowiadała wtedy, że z ponad swych 580 placówek, do końca 2021 r. przekształconych zostanie 200 „z klasycznej stacji benzynowej ze sklepem w miejsce spotkań z przyjemną atmosferą i gastronomią”; w bieżącym roku modernizacja ma objąć przynajmniej 40 obiektów.

Orlen Deutschland informował wcześniej, że wyniki wprowadzanych zmian na stacjach star, które polegają m.in. na poszerzaniu oferty pozapaliwowej oraz nowej aranżacji wnętrza, wskazują, iż oprócz znacznego wzrostu sprzedaży kawiarni star cafe, odnotowano także dłuższe pobyty klientów w tych placówkach.