

LP HERSTELLER

Lebensmittel
Praxis



48 Fleisch
Grillen gegen die
Krisenstimmung



56 Getränke
AB Inbevs neue
Bestell-App



60 Backwaren
Branche steht
vor dem Kollaps



62 Obst
Die Hauptstadt
der Orangen



64 Mopro
Premiumkäse gerät
unter Druck



66 Dänemark
Bio wird zum
Standard



INGMAR RAUCH, GESCHÄFTSLEITUNG ALBERT RAUCH GMBH

„Lust auf hochwertige
Artikel wird steigen!“

>> Seite 54

16
|
'22



Mehr Klasse zählt

Die Kunden werden in Zukunft mehr zu hochwertigerem Grillgut greifen, sagt Ingmar Fritz Rauch, Geschäftsleitung Einkauf, Marketing und QS der Albert Rauch GmbH (Foto). **Jens Hertling**

>> Wann geht im LEH die Herbst/Winter-Grillsaison los?

Ingmar Fritz Rauch: Sobald die Sommerferien beendet sind und das Weihnachtsgeschäft startet, beginnen viele Kunden mit dem Herbstbeziehungsweise Wintergrillen.

Ist Wintergrillen ein neuer Trend?

Nein, der Trend zum Wintergrillen besteht schon länger und geht mit dem Trend zu Gasgrills einher. Seitdem Verbraucher dank des Grillens mit Gas die Möglichkeit haben, auch bei Schnee etwas auf den Rost zu legen, ohne dass die Flamme ausgeht, haben sie mehr Lust, auch mal im Herbst oder Winter etwas auf dem Grill zuzubereiten.

Hat sich das durch Corona beziehungsweise die aktuelle Rohstoffkrise verändert?

Das Wintergrillen war auch in der Corona-Pandemie üblich und wird sicher auch dieses Jahr wieder von vielen Verbrauchern praktiziert. Aber die Auswahl der Grillartikel wird sich durch die aktuellen Themen verändern. Wir gehen davon aus, dass die Lust der Endverbraucher, hochwertige Artikel auf dem Grill zuzubereiten, wieder steigt. Dazu kommt, dass zu besonderen Anlässen wie Grillfesten oder Geburtstagen erfahrungsgemäß immer noch auf eine hohe Qualität der Grillartikel geachtet wird.

Welches Fleisch läuft besonders gut? Was wird am meisten nachgefragt?

Beim Wintergrillen greifen die Verbraucher gern zu Klassikern wie Grillwürstchen. Auch die French



„Die Lust, hochwertige Artikel auf dem Grill zuzubereiten, wird wieder steigen.“

Ingmar Fritz Rauch, Albert Rauch GmbH

Racks vom Duroc-Schwein sind gefragt. Bei unserem französischen Jungbullenfleisch von Maxi France sind die Teilstücke Entrecote und Filet im Herbst und Winter beliebt. Auch Fleischkäse wird sehr gut angenommen. Für alle Lammfans empfehlen wir isländische Lammhaxe.

Haben Sie einen Renner?

Im Bereich der Grillartikel sind jegliche Teilstücke unseres französi-

schen Jungbullenfleischs von Maxi France sehr gefragt. Auch haben wir sehr gute erste Erfolge mit unserem Markenfleischprogramm Italfino II Campese – Freilandhähnchen aus Italien – erzielen können.

Wie sollten die Mitarbeiter beim Händler geschult sein?

Wichtig ist, dass das Thekenpersonal die Produkte kennt, weiß, wo sie herkommen und was die Besonderheiten der einzelnen Artikel sind. Um diese Informationen weiterzugeben, bieten wir zu fast jedem Produkt ein Infoblatt an.

Welche Tipps haben Sie für die Händler?

Der beste Tipp ist, die Produkte immer selbst zu probieren, sie vom Personal testen zu lassen und so die Qualität und den Geschmack zu verstehen. Denn Qualität muss erlebt werden. Wir bieten daher all unseren Kunden die Möglichkeit, Muster gratis zu erhalten. Denn nur wenn man eigene Erfahrungen mit dem Produkt sammeln konnte, kann man Empfehlungen auch glaubwürdig und authentisch vermitteln – und letztendlich überzeugt guter Geschmack den Verbraucher am meisten.

Wie sollten die Grillprodukte an der Theke präsentiert werden?

Damit die Artikel auffallen und gleich von den Verbrauchern mit dem Wintergrillen assoziiert werden, eignet sich eine Art „Grillecke“ in der Theke mit Hinweisen wie „Perfekt zum Grillen“ sehr gut. Auf die Grillprodukte kann gegebenenfalls auch über die Bildschirme hinter der Theke verwiesen werden.

Wie helfen Sie dem Handel?

Um die Wiedererkennbarkeit unserer Artikel zusätzlich zu stärken, werden fast alle unsere Produkte mit Crownern zur Marke gekennzeichnet. Ansonsten setzen wir natürlich stark auf die Empfehlungen der Mitarbeiter hinter der Theke.

Wie steuern Sie das Marketing für den LEH?

Wir stellen dem Handel zu jedem unserer Produkte Informationen über Inhaltsstoffe, Herkunft und Haltung zur Verfügung – in Salesfoldern, Bildern und Datenblättern, die entweder bei Markteinführung von uns mitgeliefert werden oder im Nachhinein bei uns angefordert werden können. Zusätzlich steht unser Außendienst jederzeit für Fragen bereit. Das zur Verfügung gestellte Material kann der Handel für seine Handzettel, Thekenaufsteller oder Bildschirme am PoS nutzen.

Welche verkaufsunterstützenden Informationen stellen Sie als Hersteller dem Handel zur Verfügung?

Neben Salesfoldern stellen wir dem Handel Crowner, Rezeptflyer zur



Inspiration, Foto- und Videomaterial zur Verfügung. Zusätzlich können Händler auf unsere Social-Media-Kanäle auf Facebook und Instagram sowie auf unseren Gourmetscouts-Blog verweisen.

Was planen Sie bei Verkostungen?

Wir sind ebenfalls dabei, ein Pro-

motionsteam für Verkostungen im Markt zusammenzustellen, um dem Endverbraucher die Möglichkeit zu geben, die Produkte und deren außerordentlichen Geschmack selbst zu erfahren.

Haben Sie einen eigenen Grill? Wie müssen wir uns das vorstellen: Grillen Sie auch das ganze Jahr?

Ja, natürlich! Ich besitze einen Gas- sowie einen Erdgrill (Holugrill) für das Garen bei Niedrigtemperatur in der Erde. Beide sind natürlich das ganze Jahr in Betrieb.



Jens Hertling ist LP-Redakteur für die Warengruppen FWG und grillt als gebürtiger Thüringer selbstverständlich das ganze Jahr über.



BACKSPEZIALITÄTEN
SEIT 1899

ANPFIFF ZUM WINTERGRILLEN



DAS PERFEKTE TEAM:
UNSERE SNACKBRÖTCHEN IN
VIELEN LECKEREN SORTEN.



www.sinnack.de