

Lebensmittel
Zeitung

direkt

Übersicht im Dosenregal

Fast eine Minute brauchen Kunden, bis sie ihren Eintopf gefunden haben. Zu lange. Schneller geht es, wenn Händler das Nassfertiggericht-Regal nach ihrer Suchlogik gestalten. Wie die aussieht, hat Plan+Impuls im Auftrag von GB Foods untersucht.

Ob ein Hühner-Nudel-Eintopf, die Ungarische Gulaschsuppe oder eine Balkan-Pfanne mit Cevapcici – wenn es schnell gehen soll, ist der Griff zur Dose eine gute Wahl. Gefüllt mit einer großen Auswahl an Sorten und Geschmacksrichtungen sind vor allem die lange Haltbarkeit und die gute Lagerungsfähigkeit ihre Stärken, die sie in Sachen Bevorratung zum Produkt der Wahl machen. Nassfertiggericht in der Dose kaufen Verbraucher vor allem immer dann stark, wenn sie sich bevorraten wollen oder müssen. Zweimal zeigte ihr Absatz deshalb in der jüngeren Vergangenheit deutliche Peaks: 2020, als Corona die Deutschen ins Homeoffice zwang, und 2022 im Zuge des Angriffskrieges auf die Ukraine. 2023 ist der Absatz von Nassfertiggerichten zwar rückläufig – der von den Handelsmarken noch stärker als der der Marken –, durch Preissteigerungen wachsen sie trotzdem im Umsatz. Das macht sie zu einer Pflichtkategorie im Lebensmittelhandel.

Am Regal vergeht jedoch fast eine ganze Minute, bis die Kunden eine Kaufentscheidung getroffen haben. Das haben die Marktforscher von Plan+Impuls mit einer Videoanalyse herausgefunden. Dabei scannen die Kunden das Regal 32 Sekunden horizontal ab, um sich zu orientieren. Weitere 16 Sekunden, um eine Kaufentscheidung zu treffen. Das ist zu lang und birgt die Gefahr, dass sie den Einkauf abbrechen – schließlich sind 60 Prozent der Käufe eher wage geplant und werden erst am POS konkretisiert.

Plan+Impuls hat deshalb mehr als 2.200 Shopper zu ihren Erwartungen befragt. 49 Prozent vermuten das Regal im Umfeld der Trocken-Fertiggerichte, 27 Prozent im Umfeld anderer Gemüsekonserven. Dabei ist die Dose selbst das wichtigste Erkennungsmerkmal, plus der gelernten Optik von Erasco als Ankermarke. „Um Fertiggerichte erfolgreich zu verkaufen, sollte der Handel die Shopperpsychologie berücksichtigen und in einem intuitiven Regal umsetzen“, empfiehlt Alexander Ehrl, Geschäftsführer von Plan+Impuls. Wie das in der Praxis aussehen kann, haben die Category-Management-Experten in konkrete Tipps übersetzt.

Inka Stonjek

Platzierungs-Tipps

Die Dose ist das wichtigste Orientierungskriterium. Sortieren Sie das Regal **nach Verpackung**: Dose, Glas und dann die Menükammerschalen.

Innerhalb der Dosen bildet **Erasco als Ankermarke** einen großen Markenblock.

Und zwar zuerst mit den **Eintöpfen** in der 800-Gramm-Dose, dann in der 400-Gramm-Dose.

Mehr Umsatz, weniger Absatz

Nassfertiggerichte in der Dose sind ein Evergreen, der über die Jahre conveniente Konkurrenz bekommen hat. Entsprechend ist der Absatz leicht rückläufig. Die Wichtigkeit steht aber außer Frage. Fakten zum Sortiment auf einen Blick.



ANZEIGE

...mein henglein

HENGLEIN
Schmeckt wie selbstgemacht

Frische Spätzle vegan
zum Braten und Kochen
400 g e
natürlich ohne Ei

Schupfnudeln vegan
Kartoffelnudeln
aus frischen deutschen Kartoffeln
Pfannenfertig
500 g e

VON NATUR AUS Fettarm
UNTER 3%

Der Star im Kühlregal
Vegan. Vielseitig. Verkaufsstark.
JETZT ORDERN.

mein_henglein | www.henglein.de