

Text: Mirko Jeschke

Fast Food war gestern

Noch dominieren im Bereich TK-Pizza die etablierten Player. Mit einigen Start-ups hat allerdings der Premiumtrend Einzug in die Truhe gehalten. Worauf Konsumenten zurzeit besonderen Wert legen, haben uns drei Händler berichtet.



*Im LEH ist der Inlandsabsatz bei TK-Pizza im vergangenen Jahr um **2,8%** gestiegen. Gegenüber 2008 hat der Absatz sogar um **30%** zugenommen.*

Quelle: dti

Wer bislang in den Tiefkühltruhen der Supermärkte nach Pizzen gesucht hat, ist an den Namen Wagner und Dr. Oetker nicht vorbeigekommen. Mit dem Standardsortiment der Branchenriesen waren die Konsumenten auch lange Zeit zufrieden. „Seit geraumer Zeit fragen die Kunden bei diesen Marken allerdings vermehrt die vegetarischen Varianten nach“, weiß Rewe-Händler Frank Mohaupt.

Premiumtrend

Die Lebensmittelbranche hat sich kräftig gewandelt, mit dem zunehmenden Wunsch der Verbraucher nach mehr Individualisie-

rung, mehr Geschmacksvielfalt, sprich neuen Genussmomenten. Und Genuss, so Peter Böhlert, Geschäftsführer der Tegut-Filiale in Waiblingen, verbinden heute immer mehr Menschen in erster Linie mit qualitativ hochwertigen Produkten: „Premium ist ein genereller Trend. Da verhält es sich bei Tiefkühlkost wie im Trockensortiment. Auch Garnelen zum Beispiel, die man vorher nicht dauerhaft angeboten hat, laufen heute gut.“ Andreas Fitterer, dessen Familie drei Edeka-Märkte in Süddeutschland betreibt, kann den Premiumtrend bestätigen: „Alles, was hochpreisig und hochwertig ist, wird deutlich stärker als früher nachgefragt.“ Gustavo Gusto oder

Fotos: iStock (ShyMan), Christoph Petras, Unternehmen



Wenn ich mir die Umsätze vor und nach einer Pizza-Verkostung anschau, sehe ich große Sprünge.

Peter Böhlert
Tegut

Follow Food stehen beispielhaft für Start-ups, die sich diese Entwicklung zunutze gemacht haben. Dazu Rewe-Händler Frank Mohaupt aus Bad Herrenalb: „Wir führen seit Anfang 2019 Schär-Pizzen im Sortiment. Der Anbieter hat sich auf glutenfreie Produkte spezialisiert – ein Bereich, der immer weiter wächst.“

Eigenmarken passen sich an

Im gehobenen Pizzasortiment hat sich zuletzt viel getan. Neben Gustavo Gusto haben Dr. Oetker mit Mia Grande und Wagner mit Ernst Wagners Original aufgerüstet. Um von dem Premiumtrend profitieren zu können, mussten sich auch die Handelsmarken entsprechend umstellen. Peter Böhlert: „Wir sehen ganz klar,

dass das Pizzasortiment breiter geworden ist – und zwar zulasten der Preiseinstiegsware. Unsere Premiumeigenmarke ‚Vom Feinsten‘ entwickelt sich dank neuer Sorten – vor allem vegane, glutenfreie und Bio-Varianten – sowie eines deutlich optimierten Verpackungsdesigns sehr gut.“ Gleiches berichtet Frank Mohaupt: „Insbesondere unsere ‚Ja‘-Pizzen haben sich überdurchschnittlich gut entwickelt.“

Andreas Fitterer, der bei TK-Pizzen kaum Eigenmarken führt, ist davon überzeugt, dass die Konsumenten heute deutlich experimentierfreudiger geworden sind: „Viele Kunden wollen etwas Neues ausprobieren. Das gilt für den gesamten Bereich Tiefkühlkost. >



Edeka Fitterer, Baden-Baden

Nach der Firmengründung 1959 durch ihre Eltern **Hans** und **Klara Fitterer** führen **Christine** und **Roland Fitterer** derzeit drei Edeka-Märkte in **Baden-Baden**, **Rülzheim** und **Weisenbach** gemeinsam mit ihren Söhnen **Andreas** und **Sven**. Insgesamt beschäftigt der Familienbetrieb 120 Mitarbeiter. Der **Umsatzanteil TK** über alle drei Märkte hinweg beläuft sich auf **vier Prozent**.

Andreas Fitterer ist für die Bereiche Warengeschäft Markt, Sortimentspflege, Lieferantenakquise und Jahresgespräche zuständig.



Andreas Fitterer
Geschäftsführender
Gesellschafter



Zweistelliges Wachstum!



Die Ofenfrische ist die Pizza, die zuhause zum ersten Mal frisch hochbackt. Dieser Genuss kommt bei den Verbrauchern bestens an. Die Umsatzzahlen sprechen für sich: von 2017 bis 2019 **plus 20,8%***! Profitieren auch Sie vom Wachstum – platzieren Sie Die Ofenfrische ausreichend und in großer Vielfalt in Ihrer TK-Truhe! Es lohnt sich!

*Quelle: Nielsen MarketTrack; VM insg., Umsatz, Year-to-date KW26 2017 – 2019

Qualität ist das beste Rezept.



UVP: 2,89 €
Aktions-UVP: 2,39 €



△ Bei unserer Verkostungsrunde in Gaggenau wurden mehrere TK-Pizzen getestet.

tegut...
gute Lebensmittel

Tegut, Waiblingen

Als Filialgeschäftsführer betreut **Peter Böhlert** die Tegut-Niederlassung in **Waiblingen** und vertretungsweise die Filiale in **Ludwigsburg**. Er arbeitet seit 2007 für Tegut, seit etwa fünf Jahren ist er in Baden-Württemberg tätig.

Alle rund **290 Tegut-Märkte** in Hessen, Thüringen und Bayern sowie Göttingen, Mainz, Stuttgart und Ludwigsburg stehen für Bio-Produkte, Lebensmittel aus der Region, ein Reinheitsversprechen, ökologische Lebensmittel sowie Nachhaltigkeit. Das Sortiment umfasst über 20.000 Artikel, davon über 3.000 Bio-Artikel.



Peter Böhlert
Geschäftsführer
Filiale Waiblingen

➤ Gerade bei Eis und Desserts spüren wir das aktuell sehr stark.“ Den häufigeren Griff der Verbraucher nach neuen, höherwertigen Produkten beobachtet auch Peter Böhlert: „Der Kunde möchte sich öfter etwas Gutes tun, das merkt man. Gerade zu Ostern und Weihnachten sinkt die Preissensibilität.“

Dass durch die Lust auf Premium auch der Durchschnittsböhlert spürbar gestiegen ist, kann Fitterer nicht bestätigen: „Es findet eher eine Verschiebung innerhalb der Sortimente statt.“ Böhlert ergänzt: „Das ist auch regional sehr unterschiedlich. In Ballungsgebieten ist die Preissensibilität geringer als in strukturschwächeren Regionen mit niedrigem Lohnniveau.“

Erfolgreiche Promotion am PoS

Da TK-Pizzen über das ganze Jahr gekauft werden – wenn auch tendenziell weniger in den Sommermonaten – sind Verkostungsaktionen im Markt ein wirksames Instrument, um die Umsätze anzukurbeln. Böhlert: „Wenn ich mir die Umsätze vor und nach einer Verkostung anschau, sehe ich große Sprünge. Denn der Kunde greift während einer solchen Aktion einfach schneller zu.“

Die Trends im Bereich TK-Pizza sind also da – und mit ihnen die Chancen für Innovationen. Allerdings dürften laut Fitterer in erster Linie Supermärkte von dieser Entwicklung profitieren, da diese deutlich flexibler auf neue Angebote reagieren können: „Discounter haben oftmals das Problem, dass Start-ups deren Mindestabnahmemenge in der Regel gar nicht stemmen können. Sie werden deshalb wahrscheinlich weiterhin versuchen, uns zu kopieren. Solange wir da immer einen Schritt weiter sind, ist das aber kein Problem.“ □

REWE

Rewe Mohaupt, Bad Herrenalb

Seit Juli 2014 betreibt **Frank Mohaupt** seinen Rewe-Markt im baden-württembergischen **Bad Herrenalb**. In der Filiale mit einer Verkaufsfläche von 1.500 Quadratmeter werden 35 Mitarbeiter beschäftigt. Dabei legt Mohaupt den Fokus auf die Obst- und Gemüse-Abteilung, die Metzgereitheke, die Wein- sowie die Getränkeabteilung. Der **Umsatzanteil TK** im Markt beträgt **4,8 Prozent**.



Frank Mohaupt
Geschäftsführender
Gesellschafter

▽ Innovative Lösung: Schräge Truhen in Gondelform sorgen für eine deutlich erhöhte Visibilität.

