

90
JAHRE

RUNDSCHAU

FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL

14

RECRUITING-SERIE

Wie Karriere-Websites bei der Suche nach Fachkräften wirklich helfen.

20

PREISKAMPF

Banansortiment zwischen Billigangeboten und Nachhaltigkeit.

58

SPARGELZEIT

Die Saison steht vor der Tür. Der Handel rüstet sich mit Aktionen und Produktneuheiten.

besser
verkaufen.

VIelfALT AUF DEM GRILL

DIE UMSATZCHANCEN FÜR DEN LEH · DIE TOP-PRODUKTE
DER SAISON · DIE ERWARTUNGEN DER HÄNDLER

Grilltrends 2019: Heißer, besser, individueller

Besseres Fleisch, mehr Hitze und verkaufsstarke Neuprodukte: Für die diesjährige Grillsaison lassen die Trends kritischere Konsumenten erwarten, die hohe Qualität fordern und dafür gute Preise zu zahlen bereit sind.

Auch wenn schon einige Enthusiasten angegrillt haben, die meisten Grillmeister dürfen auf die ersten wärmeren Tage im März hoffen, um wieder das Grillgut über die Glut, über die Flamme oder in den Rauch zu legen. Grillen wird 2019 bestimmt von dem Thema, welches auch beim BESTSELLER-Award der RUNDSCHAU der stärkste Trend war: Uptrading mit Qualität. 35 Prozent der Preisträger ließen sich darunter zusammenfassen. Die Verbraucher suchen bessere Qualität und den besonderen Genuss. Das gilt natürlich auch für das Grillerlebnis 2019.

Mehr Qualität beim Fleisch

Bei Grillen geht es immer mehr um Qualität und weniger um Menge. Besondere Herkunft, spezielle Rassen, gute Haltung, Verarbeitung und Reifung sind die Themen an der Fleischtheke. Engagierte Marktleiter punkten mit Reifeschrnken für Dry-Aged-Fleisch. Die Spezialisierung schreitet weiter voran. Special Cuts sind ein ganz aktuelles, aber auch sehr spezielles Thema. Im Kern geht es um die Nutzung des ganzen Tieres „from nose to tail“. Die Handelsketten experimentieren zur Unterstützung der

Bedientheken in der zunehmenden Spezialisierung mit höheren Qualitäten. Zum Beispiel hat Edeka Südwest die Website „feinesfleisch.de“ mit Click-and-Collect-Service für teilnehmende Märkte aufgesetzt. Übrigens: Mager ist für manche bereits wieder out, Fett ist in. Das Rib-Eye-Steak hat die Gunst vieler geschmackskundiger Griller gewonnen.

„Die besten Grill-Kunden kaufen weniger häufig Fleisch, dafür aber höhere Qualitäten und ausgesuchte neue Zuschnitte“, wei Alexander Zentgraf, Controlling-Marketing Edeka Stenger. „Der Geschmack steht im Vordergrund. Eine kompetente Beratung und Produktinformationen beziehungsweise Aufklärung an der Bedientheke ist für Grillfans enorm wichtig.“

Holz und Kohle werden spannend

Für einige Jahre war der Gasgrill im Trend. Schnell, einfach zu bedienen und oft mit einem Extra an Status aufgewertet, konnte dieser Grill seit 2012 immer mehr Griller, in Summe gut 30 Prozent, überzeugen. Doch rund 70 Prozent grillen mit Holz und Holzkohle. Und das ist zu einem spannenden

Thema geworden. Bei Holzkohle ist der Absatz seit 2008 von 158.000 auf über 200.000 Tonnen gestiegen. Einerseits ist die Holzkohle in Verruf geraten. Nicht wegen des Rauchs – die klimarelevanten Emissionen produziert das Grillgut, nicht die Kohle –, sondern wegen ihrer Herkunft. Doch auch bei der Holzkohle kommen immer mehr Premiumprodukte auf den Markt. Sie punkten mit Nachhaltigkeit, besserer Hitzeentwicklung und damit mehr Geschmack und einem guten Gefühl. Beispiele sind die Bio-Grillholzkohle von Nero oder hochwertige Hartholzmixe. Relativ neu sind Holzkohlealternativen wie die Maiskohle von Maister oder Kohle aus Kokos oder Olivenkernen, die alle ein ressourcenschonenderes und nachhaltigeres Grillerlebnis versprechen. □



Gunnar Brune
Geschäftsführer
Tricolore Marketing



40 Prozent der Deutschen wollen abnehmen, 18 Prozent treiben Sport. Wir glauben: Auch am Grill muss es gesund und lecker sein.

Michael Ziegler
Grillido



WIESENHOF

Neben den Produkten im American-BBQ-Style bietet Wiesenhof Deutsches Grill-Gefgel von regionalen Hfen, etwa marinierte Hhnchen-Innenfiletspiee in der Variante Curry und Tomate.



KROMBACHER

Das Radler Naturtrüb besteht aus 50 Prozent naturtrübem und vollmundig-würzigem Krombacher und 50 Prozent Zitronenlimonade aus eigener Entwicklung.