

KNABBERGEBÄCK

# Kurzfristige Trends bringen Abwechslung ins Regal

Chips sind aus den Shops der Tankstellen nicht mehr wegzudenken. Zur WM 2010 in Südafrika werden neue Sorten im Snack-Regal erwartet. **Von Mag. Cornelia Mayr**

**S**nacks erfreuen sich großer Beliebtheit, sie sind der ideale Convenience-Artikel. In Österreich werden pro Kopf und Jahr 3,14 Kilogramm Chips und Co. gegessen. Sie schmecken den Verbrauchern das ganze Jahr hindurch: in der kalten Jahreszeit zuhause auf der Couch ebenso wie im Sommer beim Grillen mit Freunden.

Ab jetzt werden Snacks nicht mehr nur zwischendurch oder im Kino verzehrt, sondern auch warm als Beilage. Neu bei Kelly sind seit Jänner Kelly's Microwaves. Sie kommen zu 100 Prozent aus österreichischem Kartoffelanbau. In einem speziellen Riffelmesser werden sie Stück für Stück geschnitten und frisch geröstet.

## Snack als Beilage

Mit einem Airpack werden die Chips vom Hersteller verpackt, der Kunde muss sie dann nur mehr in die Mikrowelle schieben. So kommen sie knusprig warm auf den Tisch. Eine kleine Konkurrenz für Pommes frites: Denn Microwaves dienen als Beilage sowohl zu Burger bis Toast, zu Berner Würstel bis Wiener Schnitzel, zu Spareribs bis Beef Tartare.

Die Zubereitung dauert nur kurz: Zuerst reißt man die Packung auf, gibt sie 30 Sekunden in die Mikrowelle, schüttelt das Päckchen und gibt es nochmals 20 Sekunden in die Mikrowelle. Fertig ist die Beilage. Seit November gibt es auch im Handel Kelly's Chips Wasabi, Kelly's Chips Pepper-

Limette, Kelly's Crash-Nuts, Kelly's Cashews und Mandeln sowie Kelly's BBQ Stripes, funny frisch Chakalaka und Kelly's Snippos.

## Kelly-Klassiker weiterhin Verkaufshit

„Wir bemerken einen Trend zu gewürzten Chips-Sorten wie Wasabi und schärferen Gewürzen“, so Maria Bauernfried, Prokuristin und Marketing Director bei Kelly. Wichtig sei auch, kurzfristige Trends zu berücksichtigen, die würden viel Abwechslung ins Regal bringen.

Nach wie vor werden die Klassiker des Unternehmens wie Kelly's Chips classic gesalzen oder Kelly's Snips oder Soletti Salzstangen am meisten verkauft. Die Tankstelle kann diese Klassiker gut gebrauchen. Sie werden auch unter Zeitdruck schnell erkannt und gefunden. Das gilt auch für Popcorn und Nüsse.

Bauernfrieds Tipps zur Bewerbung an Tankstellen: Neben der Verwendung von Flugblättern und Plakaten, sollten auch Verbundaktionen mit Getränken gestartet bzw. Nüsse im Kassenbereich platziert werden. Kelly ist ein österreichisches Unternehmen amerikanischer Prägung. Mit den Marken Kelly's, Soletti, funny-frisch, Pom-Bär, Chio, Goldfischli und Ültje ist Kelly Marktleader. Das Unternehmen ist Teil des europäischen Snack-Netzwerkes der Intersnack Group. Kelly beschäftigt in Österreich an den Standorten Wien und Feldbach 367 Mitarbeiter.

## Hauchdünne Kartoffelscheiben

Kartoffelchips, kurz Chips, in der Schweiz auch Pommes-Chips genannt, sind dünne Scheiben aus geschnittenen und frittierten oder gebackenen Kartoffeln. Sie dienen als Beilage oder Snack. Kartoffelchips gehören zu den beliebtesten Snacks und werden weltweit in vielen Geschmacksvarianten angeboten. In den USA werden sie Chips genannt, in Großbritannien und Irland zur



**Der Trend zu den Chips-Klassikern ist ungebrochen. Immer stärker nachgefragt werden Chips-Sorten mit schärferen Gewürzen.**

Unterscheidung von den dort unter diesem Namen bekannten Pommes frites, Crisps. Zur Zubereitung werden rohe Kartoffeln geschält, in hauchdünne Scheiben geschnitten, in Salzwasser gewässert, abgetrocknet und kurz in Pflanzenöl schwimmend ausgebacken. Nach dem Abtropfen salzt man sie und vermischt sie je nach Geschmack noch mit anderen Gewürzen.

### Neue Sorten vor WM in Südafrika

Lekkerland Österreich hat etwa 120 verschiedene Snackartikel im Sortiment, darunter Chips, Nüsse, Cracker, Sticks und weitere Extruderprodukte. Ein Klassiker für die Kinder sind nach wie vor die Pom-Bären von Markenführer Kelly. Aber auch die Chips in allen Geschmacksrichtungen sind beliebt wie eh und je. „Auch die neuen Wasabi Nüsse von Lorenz kommen bei den Verbrauchern gut an“, sagt Vertriebsleiter Alexander Keil.

Was es 2010 Neues gibt? Kelly lanciert zwei neue Produkte: Die Soletti Mini Kornspitz und die mit Red&Black Pepper gewürzten Cornitos. „Bis zum WM-Start im Juni wird sich sicher noch einiges tun“, stellt der Vertriebsleiter in Aussicht. Erwartet werden insbesondere in den Geschmacksrichtungen Innovationen in Richtung afrikanische Gewürzmischungen. Kelly hat da bereits funny frisch Chakalaka auf den Markt gebracht.



Seit kurzem gibt es Kelly's Microwaves. Sie werden, nach kurzer Zubereitung, warm als Beilage serviert.

### Platzierung spielt große Rolle

Was Tankstellenbetreiber tun können, um ihre Snacks besser zu verkaufen? „Die Platzierung in der Verkaufsstätte spielt natürlich eine große Rolle“, so Keil. Der Laufweg zur Kassa ist für voluminöse Snackprodukte ein umsatzstarker Positionierungsbereich. Gondelkopfplatzierungen erhöhen die Aufmerksamkeit des Verbrauchers. Auch Kombi-Verkaufsaktionen wie Chips und Bier, Chips und Cola kommen gut an. „Aber zuerst sollten die Grundregeln der Platzierung eingehalten werden“, empfiehlt Keil. Dazu zählt eine klare Sortimentsabgrenzung. Das bedeutet, dass unterschiedliche Sortimente nicht gemischt in einem Regal platziert werden sollten. Tankwarte sollten zudem auf Sauberkeit und Übersichtlichkeit im Laden achten und Lücken, Out-of-stock-Situationen, vermeiden. Auch die Lekkerland Außendienstmitarbeiter beraten und unterstützen bei der optimalen Shopgestaltung und Sortimentsplatzierung.

## Thema des Monats

### Kundenzufriedenheit als Schlüssel zum Erfolg



Andreas Jiménez,  
Geschäftsführer  
Lekkerland Österreich

Der Lekkerland Außendienst berät und betreut seine Kunden rund um das Shop-Geschäft: von der optimalen Sortimentsgestaltung bis zur aufmerksamstarken Präsentation der Ware im Shop. Grundsätzlich sollte sich auch jeder Shop-Betreiber mit dem Thema „Kundenzufriedenheit“ befassen. Hier lautet das Motto: Begeistern Sie Ihren Kunden – jeden Tag! Denn kleine Aufmerksamkeiten haben

oft eine große Wirkung. Bieten Sie Ihren Kunden das gewisse Extra an Service und zeigen Sie, dass Sie Ihren Einkauf schätzen. Das steigert die Kundenzufriedenheit!

Grundsätzlich gilt: Wenn Sie und Ihre Angestellten mit Engagement und Freundlichkeit an der Kassa stehen, springt der Funke schnell auf Ihre Kunden über.

Hier ein paar kleine aber wirkungsvolle Tipps, wie Sie Ihre Kunden für sich gewinnen können:

- Der Kunde ist König! Bilden sich Schlangen vor der Kassa, eröffnen Sie eine zweite Kassa. Die Regale können später nachgefüllt werden.
- Wissen Sie und Ihre Verkäufer, wo welche Waren platziert sind? Das zeigt Kompetenz und spart Zeit, wenn Kunden nachfragen.
- Kunden werden zu Stammkunden, wenn sie sich in Ihrem Shop wohl- und bevorzugt behandelt fühlen. Begrüßen Sie Ihre Stammkunden persönlich!

Kennen Sie selbst die Produkte, die Sie verkaufen? Kosten Sie sie. Wenn Sie von den Produkten begeistert sind, können Sie auch Ihre Kunden überzeugen.

Übrigens: Am 14. Februar ist Valentinstag. Für diesen Tag haben wir ein spezielles Valentinstag-Sortiment zusammengestellt. Auch für das Saisonsortiment zu Ostern, zur Reisezeit und Weihnachten 2010 haben wir für Sie attraktive Produkte zusammengestellt. Über unsere Aktionen und Verkaufsförderungsaktivitäten informieren Sie in gewohnter Weise die Lekkerland Flugblätter und Ihr Kundenbetreuer.



the convenience company

Lekkerland Handels- und Dienstleistungs GmbH  
Handelsstrasse 1, 2630 Ternitz  
Tel.: +43 2630 32970 0, Fax: +43 2630 32970 35  
E-Mail: info@lekkerland.at  
www.lekkerland.at



FOTO: WEIDENHAMMER

Pringles gehören nicht zu den Kartoffelchips, sondern zu den Stapelchips. Sie werden aus Kartoffelpüree hergestellt. Auch hier gibt es neue, würzige Sorten.

### Snackgeschäft 2010

Lekkerland offeriert seinen Kunden Displays und organisiert auf Anfrage weitere Verkaufshilfen, die es in Zusammenarbeit mit seinen Industriepartnern den Kunden rasch zur Verfügung stellen kann. „Sicher ist das Geschäft mit Snacks im kommenden Jahr noch ausbaubar“, so Keil. Lekkerland ist immer auf der Suche nach neuen Trends und Geschmacksrichtungen. Und die Industriepartner werden sicher mit weiteren Neuheiten überraschen. Geplant sind in diesem Jahr auch auf Wunsch des Tankstellenbetreibers individuelle Verkaufsfördermaßnahmen, die auf den Standort abgestimmt sind.

### Die Klassiker der Stapelchips

Pringles punktet mit den Klassikern Pringles Classic 180g, Rice und Pringles Classic 43g. Aber auch dort ist man mit Fieri Wasabis

auf Sorten mit mehr Geschmack eingestellt. Das Unternehmen gehört nicht zu den Herstellern der Kartoffelchips, sondern zu den Stapelchips, hyperbolischen Paraboloids. Diese werden aus Kartoffelpüree oder Kartoffelpüreepulver hergestellt, indem sie zu einem teigähnlichen Zwischenprodukt ausgewalzt und anschließend ausgestochen werden, um anschließend in einem Frittierbad, in einer besonderen Halterung fixiert, zum Endprodukt, das nur noch gewürzt und verpackt werden muss, zu gelangen.

Stapelchips wurden unter anderem deshalb entwickelt, um lagerungsbedingte Qualitätsschwankungen des Produktes zu begegnen, da das entwässerte Kartoffelpüreepulver deutlich besser lagerfähig als die verarbeitete Kartoffel ist. Nach der Produktion sind diese Chips in geschlossenem Zustand 15 Monate lagerfähig, geöffnet müs-

sen sie innerhalb von zehn Tagen aufgefressen werden. Pringles gehört zum amerikanischen Lebensmittelkonzern Procter und Gamble.

### Snackinnovation

Gerade starten die Geschäftsführer Heinz Huber und Ernst Braun der Deli&Co GmbH in Pierbach, Oberösterreich, mit einem neuen Geschäftsmodell. Snackpack sorgt für eine gesunde Zwischenmahlzeit: 13 verschiedene Snackpacks von A wie Athen bis V wie Venedig liefern knackiges Obst und Gemüse, knusprige Cracker, cremige Dips, bunte Müslis und Nuss-Variationen direkt an den Schreibtisch.

Die Snackpacks wurden von Ernährungswissenschaftlern zusammengestellt und enthalten hochwertige Lebensmittel. Je nach Geschmack kann die richtige Kategorie gewählt werden: Vital, Nervenstark, Herzgesund oder Figurbewusst. Der schmale A4-Karton kann mühelos als Brief gesendet werden, die Kosten eines Pakets erspart man sich. „Wir sind momentan noch im Aufbau“, so Huber.

Eifrig wird an verschiedenen Vertriebskanälen gearbeitet: Zurzeit kann das Packert als Zwischenmahlzeit via Internet bestellt werden. Zusätzlich ist es auch möglich, Multipacks für Meetings zu bestellen. Über Internet kann der Kunde den Stückpreis selbst berechnen. Je nach Menge erhält er zwischen fünf und 25 Prozent Rabatt.

### Innovation für Tankstellen

Mit dieser Snack-Innovation möchte man zukünftig auch Tankstellenshops, Wellnesszentren und Hallenbäder versorgen. In Kürze sollen auch länger haltbarere Snacks kreiert werden. „Geplant ist, dass wir in Zukunft Schulen flächendeckend mit Jause beliefern“, so Huber. Zurzeit bewerkstelligen zwei Mitarbeiter die Produktion in Pierbach. Ihre Zahl soll aber laufend erhöht werden. Insgesamt sei das Marktpotenzial für diese Snack-Idee sehr groß. Es gebe kein vergleichbares Produkt im deutschen Sprachraum. ■



FOTO: DELI&amp;CO

Deli & Co bietet 13 verschiedene Snackpacks als gesunde Zwischenmahlzeit an.

### INFOS

[www.microwaves.at](http://www.microwaves.at)

[www.kellys.eu](http://www.kellys.eu)

[www.soletti.eu](http://www.soletti.eu)

[www.lorenz-snackworld.at](http://www.lorenz-snackworld.at)

[www.pringles.at](http://www.pringles.at)

[www.delico.at](http://www.delico.at)