

durch seinen hervorragenden Geschmack.

medianet: *Stichwort Produkte und Portfolio: Was wird sich 2018 beim Sonnengemüse und der LGV tun, welche Spezialitäten erwarten den Konsumenten?*

Bell: Ein Beispiel für eine aktuelle Produktinnovation sind unsere drei Snackgurken-Sorten, die wir im Vorjahr im LGV-Gärtnergächftl entwickelt haben und heuer damit bereits in den LEH gekommen sind. Es handelt sich um drei kleine Gurkensorten: dunkelgrün, mintgrün und zweifärbig. Im Mai startet unser neuer Onlineshop, das LGV-Gärtnerkistl, mit dem kompletten Sortiment aus dem Gärtnergächftl, also nicht nur Gemüse, sondern ein komplettes

”

Personalisierte Gemüsebezeichnungen bringen die Erzeuger in den Vordergrund. Der Konsument hat volle Transparenz und wir eine klare Differenzierung am Markt.

Florian Bell

“

Greißlersortiment rund um Obst, Gemüse, Wurst, Käse, Milch, Getränke und sonstige regionale Lebensmittel. Wir stellen das Sortiment österreichweit next day zu. Momentan sind wir also gerade mittendrin, unsere Innovationen 2018 spürbar, greifbar und erlebbar zu machen.

Peck: Wir sind sehr stolz auf unser Spitzpaprika-„ketch’me’up“ in zwei Varianten: mild und scharf. Es handelt sich um ein verarbeitetes Produkt aus unseren sonnengereiften Spitzpaprika nach einem Rezept



Josef Peck, Geschäftsführer der SSG, leitet den Gesamtvertrieb beider Marken.

von Starkoch Roland Trettl. Die Sauce schmeckt hervorragend zu Fleisch, Fisch, Pommes und Gegrilltem. In unserem Gemüsesortiment neu finden sich heuer Mairüben, Steckrüben und Chioggiaarüben.

medianet: *Was waren 2017 die großen Umsatzbringer? Wo will man zulegen?*

Bell: Wir sind froh mit der Entwicklung der Spezialitäten in den letzten Jahren, wollen aber 2018 natürlich neben weiteren, neuen Spezialitäten auch die Klassiker rund um Gurken, Paradeiser und Paprika bestmöglich entwickeln. 2017 war hier sicherlich ein herausforderndes Jahr, weshalb wir uns mit unserer Qualitäts- und Innovationsstrategie LGV 2020 ganz klar vom Wettbewerb differenzieren.

Peck: Unser Umsatzmotor ist ganz klar der Paprika, das breite SSG-Paprikasortiment von Blockpaprika über Spitzpaprika bis hin zu Pfefferoni.

medianet: *Stichwort Kaufverhalten: Was kommt beim Konsumenten gut an, was weniger?*

Bell: Die Konsumenten wollen Regionalität und Transparenz mit einer ausgezeichneten Qualität und sie wollen wissen, wo es herkommt und wer hinter dem Produzenten steht. Deshalb wollen wir die LGV und SSG so spürbar, greifbar und erlebbar wie möglich machen.

medianet: *Wie hat sich das LGV Gärtnerkistl entwickelt? Wie war der Absatz im vergangenen Jahr und wie geht es heuer weiter, aktuell mit dem österreichweiten Versand?*

Bell: Das LGV Gärtnerkistl war 2017 noch ein zartes Pflänzchen, das wir heuer mit der einzigartigen Sortimentsvielfalt des Gärtnergächftls mit Wachstum versehen wollen. Wir sind stolz, behaupten zu können, dass wir über das Gärtnerkistl und Gärtnergächftl ein einzigartiges, re-

gionales Lebensmittelsortiment zur Verfügung stellen können mit Gustostückerln aus Österreich, größtenteils aus der Region Wien, Niederösterreich und Burgenland.

medianet: *Wird das Gärtnergächftl ein Einzelkind bleiben?*

Bell: Aktuell ist und bleibt das Gärtnergächftl ein Einzelkind. Durch den Onlineshop, den wir ab 2018 auch direkt im Gärt-

”

Wir vermarkten die Produkte der SSG über die LGV. Dies vereinfacht die Prozesse für unsere Kunden. Die Marken bleiben aber am Markt bestehen.

“

Josef Peck

nergächftl kommissionieren, kommt aber quasi schon ein Geschwisterchen hinzu. Ob weitere Geschäfte in den Folgejahren dazukommen, wird die Zukunft weisen.

medianet: *Stichwort Vertriebskanäle: SSG und LGV, die schon einmal eng zusammengearbeitet haben, haben neuerlich eine Vertriebspartnerschaft aus der Taufe gehoben. Wie sieht die konkret aus, wo wird es Synergien geben und wo betont man seine Eigenheiten?*

Peck: Wir vermarkten die Produkte der SSG über die LGV. Dadurch haben unsere wichtigen Kunden, vor allem der österreichische Handel, das breiteste und hochwertigste Gemüsesortiment Österreichs aus einer Hand. Dies vereinfacht die Prozesse für unsere Kunden. Beide Marken, LGV und Seewinkler Sonnengemüse, bleiben am Markt bestehen, was die Konsumenten wiederum freut.