



© SanLucar

SanLucar setzt einen Schwerpunkt bei Früchten mit unbehandelter Schale, die bei Konsumenten immer beliebter werden.

Süße Früchtchen

SanLucar hat für den PoS einiges vor; auch bei den Kooperationen punktet man mit bekannten „Testimonials“.

WIEN. Bei SanLucar werden sich am PoS künftig Special Editions, abgestimmt auf die Jahreszeiten, tummeln. Den Auftakt dazu wird ab Mitte Mai der Sommerfrische-Smoothie in der Variante „Himbeere/Vanille“ machen. Gelistet sind die Produkte im LEH wie gewohnt bei Billa, Merkur, Adeg und Sutterlüty; eine Erweiterung des erprobten heimi-

schen Vertriebskonzepts steht derzeit nicht zur Debatte, so das Unternehmen. In Sachen Kooperationen ist SanLucar gewohnt umtriebig. Seit März holt man vor allem die junge Zielgruppe mit der Heldin aller Kinder ab: „Biene Maja – die Honigspiele“ ist als Kampagne inklusive Gewinnspiel im Markt präsent, das fliegende Testimonial findet

sich auf allen SanLucar-Beeren. Der Kooperationsreigen wird dann rund um die Weihnachtszeit weitergehen, in den Startlöchern steht der Animationsfilm „The Grinch“, zu dem SanLucar einen Zitrussschwerpunkt setzen wird. Passend zum Thema Zitrus und dem bewährten Konzept der Clementinen im Jutesack (Stichwort Nikolo-Beutel), wird

es voraussichtlich wieder eine österreichweite TV- und Online-Kampagne geben.

Beeren on the rocks

Überhaupt tut sich bei SanLucar so einiges am PoS, beispielsweise werden extra konzipierte Beerenkühltruhen in die Filialen einziehen. Und nachdem gerade Zitrusfrüchte mit unbehandelter Schale immer beliebter werden, wird man hier künftig verstärkt Augenmerk auf Zweit- und Sonderplatzierung legen.

SanLucar Österreich-Geschäftsführer Alexander Thaller sieht den allgemeinen Trend zu gesunder Ernährung höchst positiv: „Diese Entwicklung und damit mehr aufgeklärte und informierte Kunden in Bezug auf die Wirkung der Naturprodukte Obst und Gemüse lassen in diesem Zusammenhang das gesamte O&G-Segment im Handel profitieren.“

Die bereits erwähnten Zitrusfrüchte mit essbarer Schale seien gerade im Sommer für diverse Getränkezubereitungen ein absoluter Trend; immer stärkerer Nachfrage erfreue sich das Beeren-Sortiment wegen der einfachen Handhabung im Direktverzehr bzw. bei der Weiterverarbeitung in Süßspeisen, Kuchen, Torten, so Thaller.

Delikates Upcycling

„unverschwendet“ veredelt Wegwerfgemüse.

WIEN. 15. Bezirk, Schwendermarkt. Zugegebenermaßen, es gibt malerischere Fleckchen in Wien, aber der Markt selbst, der lebt seit Kurzem wieder auf. Unter anderem zu verdanken ist das kleinen, feinen Geschäften wie Andreas und Cornelia Diesenreiters „unverschwendet“. Dort werden Delikatessen produziert, und zwar aus Obst und Gemüse, das so seinen Weg nicht in die

heimischen LEH-Regale gefunden hätte: Weil zu wenig perfekt gewachsen, zu früh oder zu spät reif gewesen oder in zu großer Menge produziert. Daraus gemacht werden dann so ungewöhnliche Dinge wie „Wassermelone-Pfeffer-Sirup“ (perfekt für den Cocktail), Apfel-Mohn-Senf oder Kriecherl-Amaretto-Fruchtaufstrich. Zu haben u.a. bei Merkur/Hoher Markt. (red)



© unverschwendet

„unverschwendet“ erzeugt Produkte aus nicht ganz perfektem Obst & Gemüse.