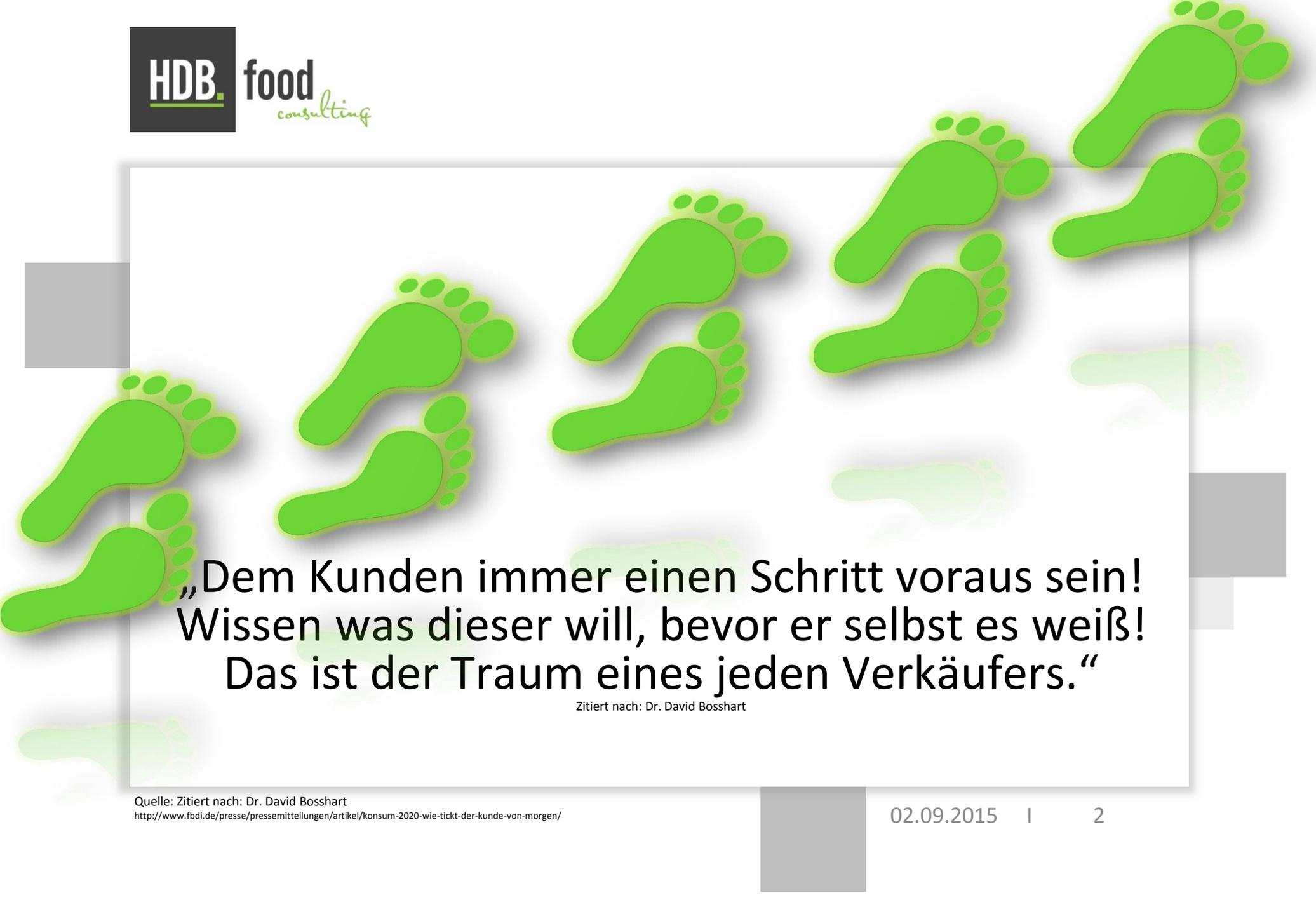




Hans-Dieter
Bader

„Der Landwirt ist
mehr als nur
Erzeuger von
Produkten!“



„Dem Kunden immer einen Schritt voraus sein!
Wissen was dieser will, bevor er selbst es weiß!
Das ist der Traum eines jeden Verkäufers.“

Zitiert nach: Dr. David Bosshart





Verbraucher



Händler



Produkt-
anforderungen



Vermarktung

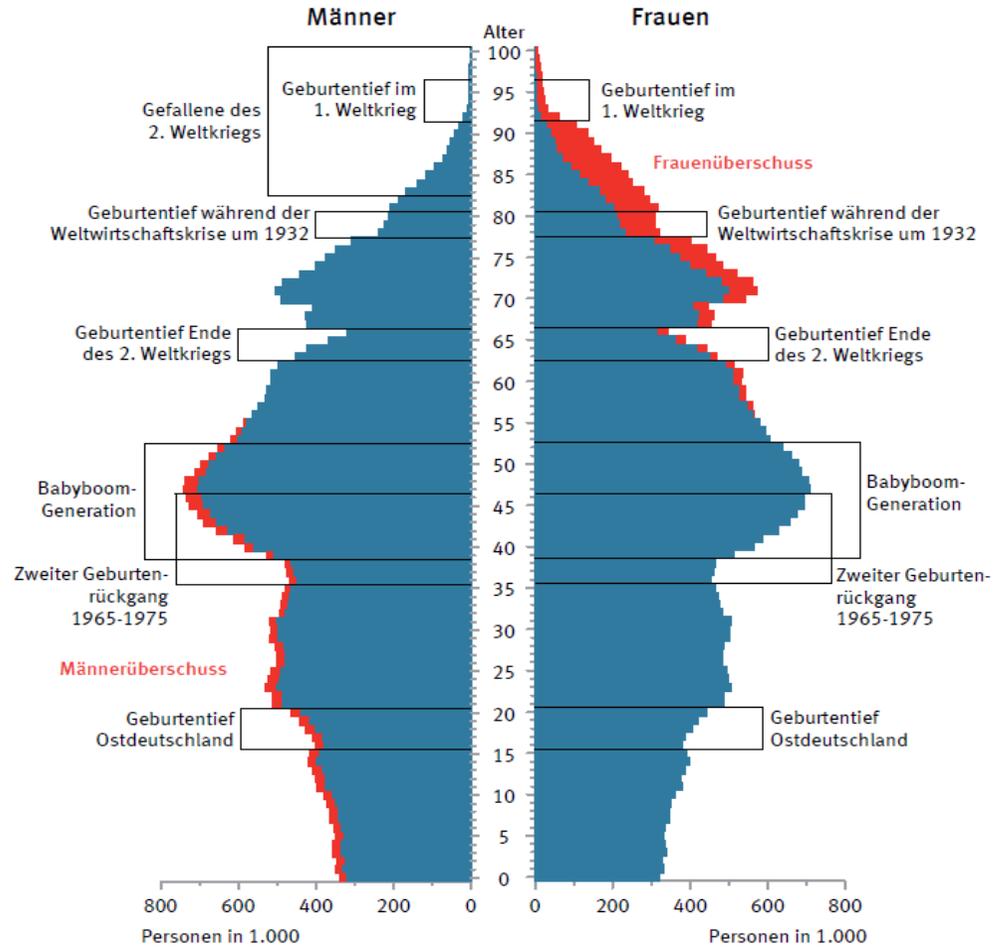


Verbraucher





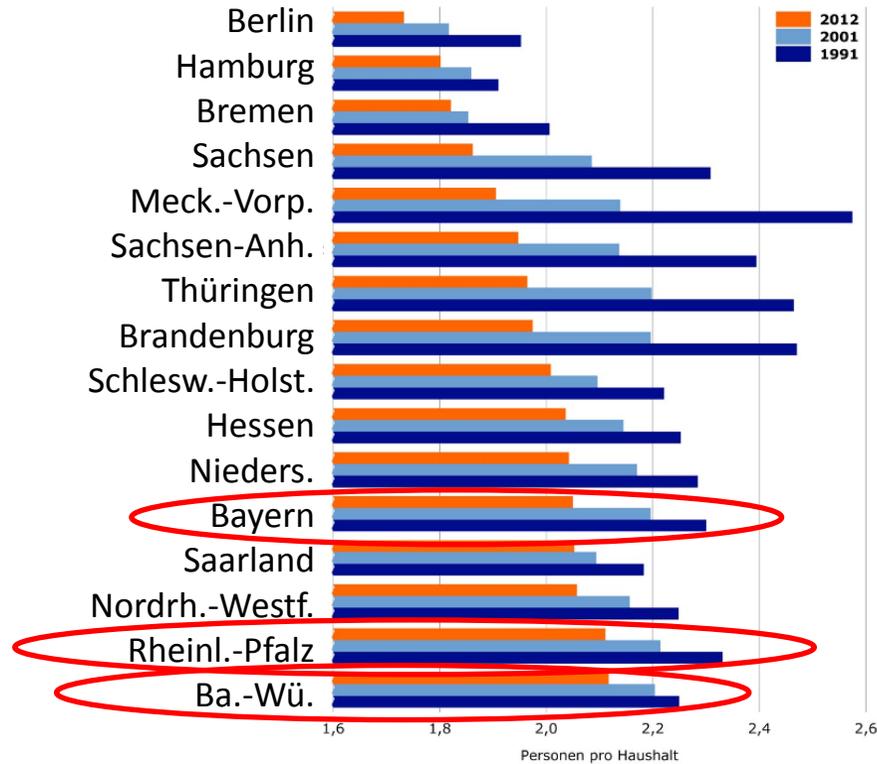
Verbraucher



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus



Verbraucher





Verbraucher

Jahr	Ein Personen- haushalte (in Mio.)	Mehrpersonen- haushalte (in Mio.)	Anteil Ein Personen- haushalte (in %)	Personen je Haushalt
1991	11,9	23,4	33,6	2,27
2000	13,8	24,4	36,1	2,17
2010	16,2	24,1	40,2	2,03
2011	16,3	24,1	40,4	2,02





Überalterung der Gesellschaft



Migration



Verbraucher



Verkleinerung Haushaltsgroßen



Nahrungsmittelpreise sinken



Verbraucher





Der Verbraucher von morgen möchte...



Zukunftseffekte...Trends...



Händler

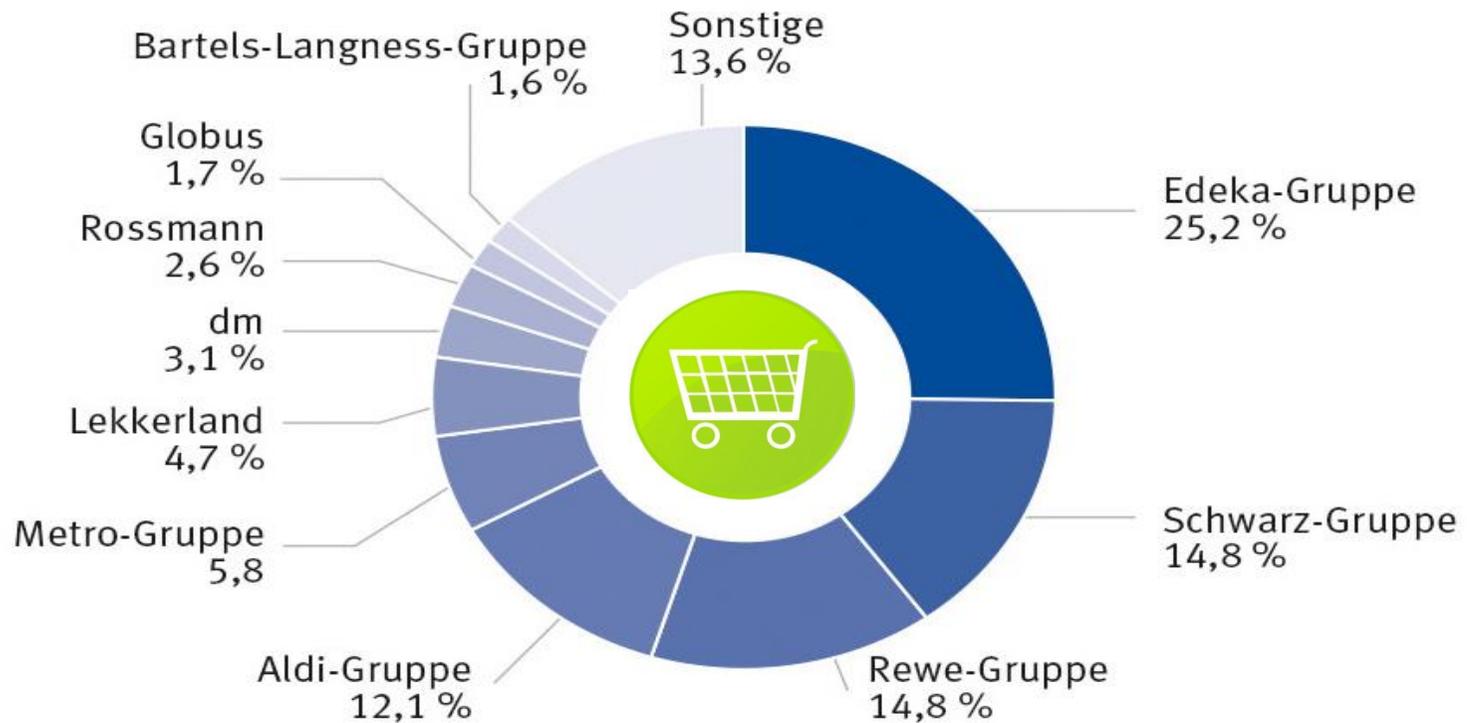




Der Lebensmittelinzelhandel 2015 / Food und Nonfood

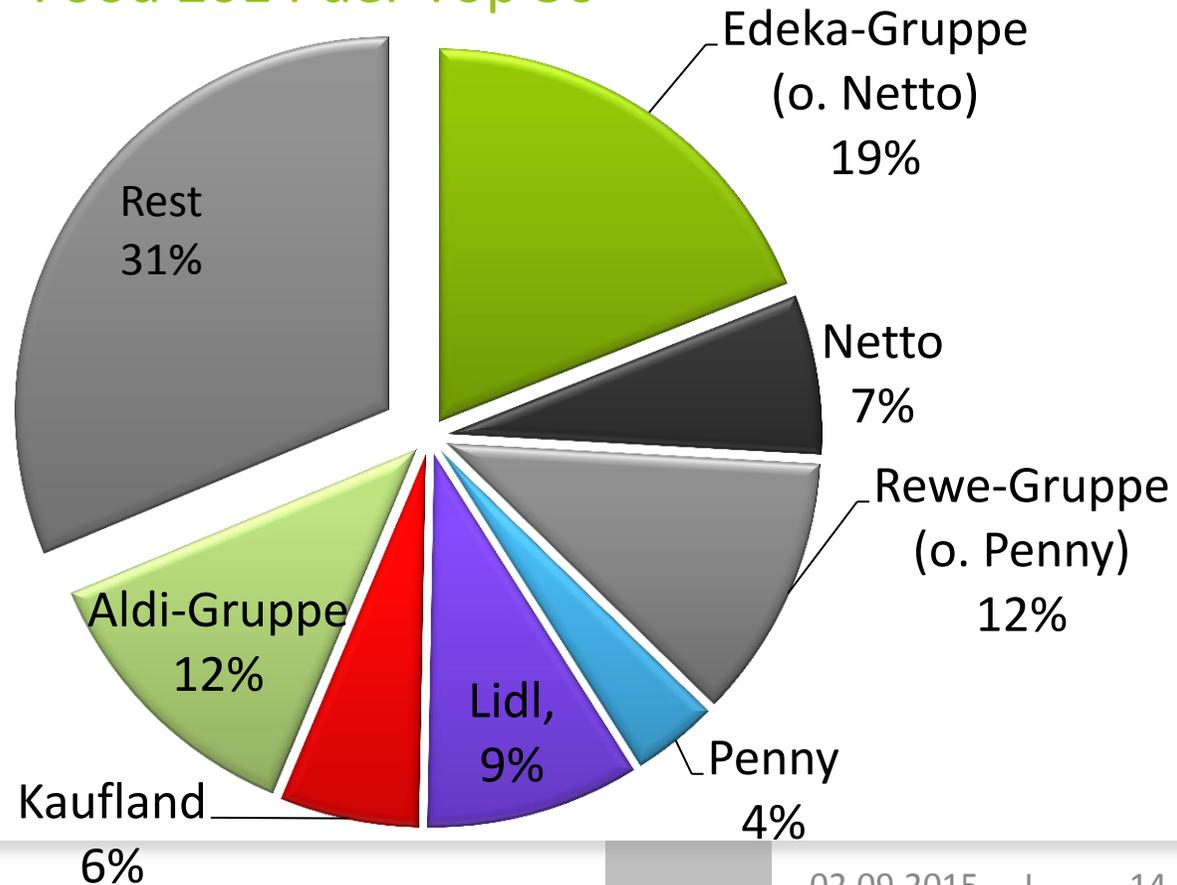
Anteil am Lebensmittelumsatz im Handel 2014

Gesamt 186,8 Mrd. Euro





Der Lebensmitteleinzelhandel 2015: Umsatzanteile Food 2014 der Top 30





BEWE
129

129

199

499

499

399

199

199

199

199

199

BEWE
199

129

129

199

199

199

199

199

199

099

BEWE
199

199

199

199

199

199

199

199

BEWE
179

149

099

199

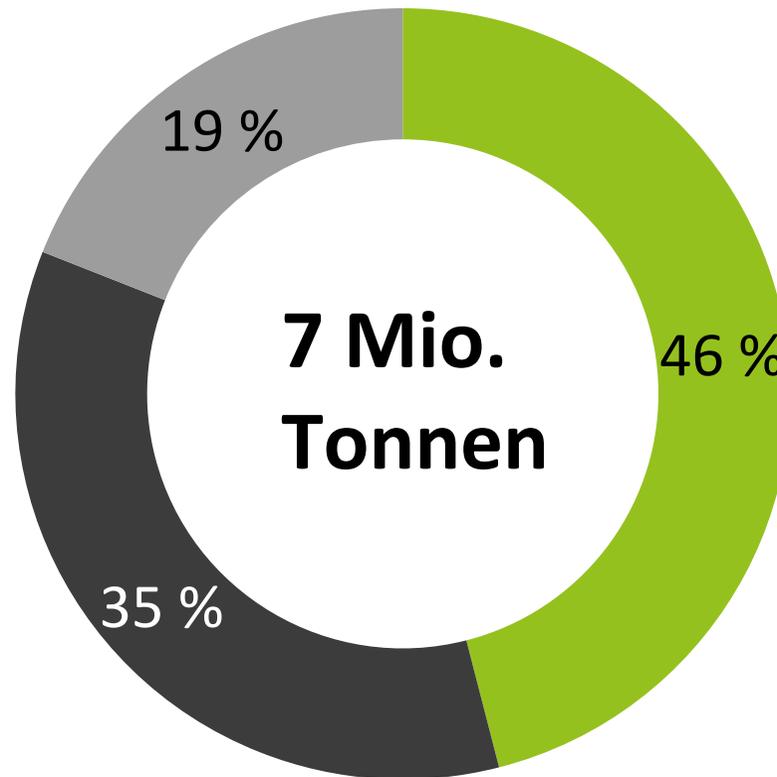
199

199

199



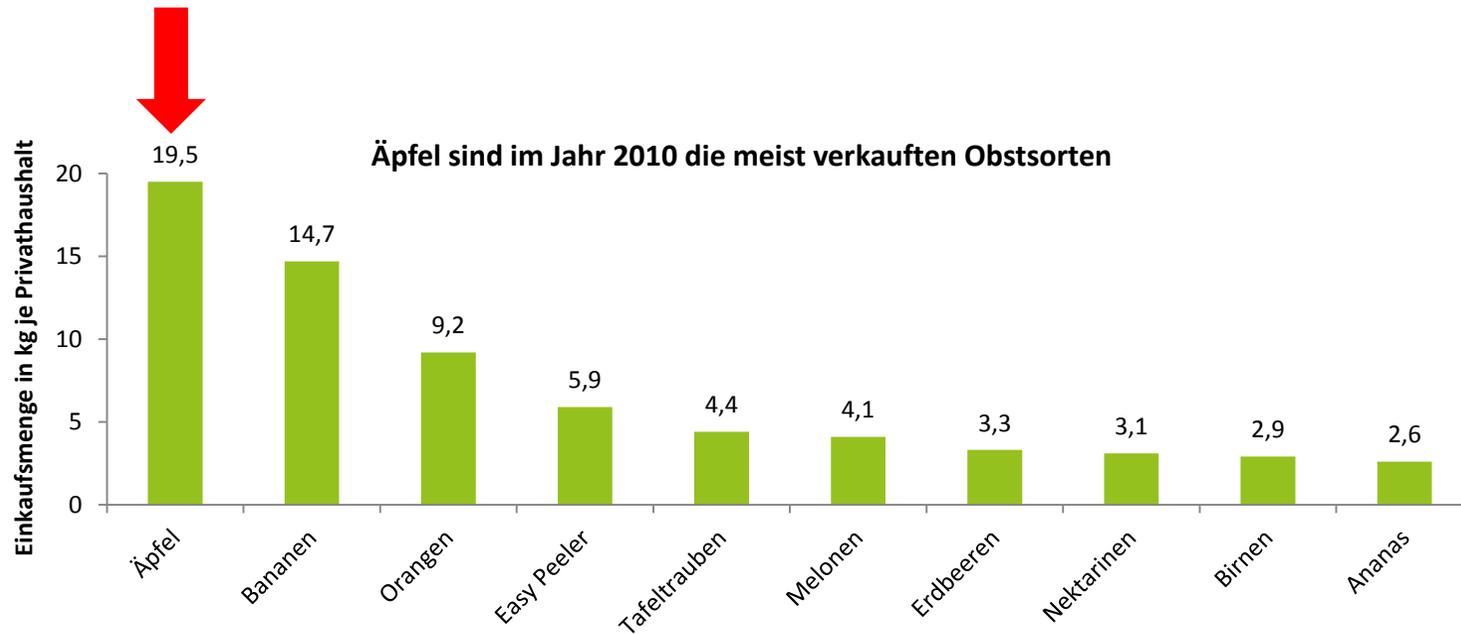
Einkaufsmenge von Obst Gemüse und Kartoffel in Deutschland 2010



- Obst
- Gemüse
- Kartoffeln

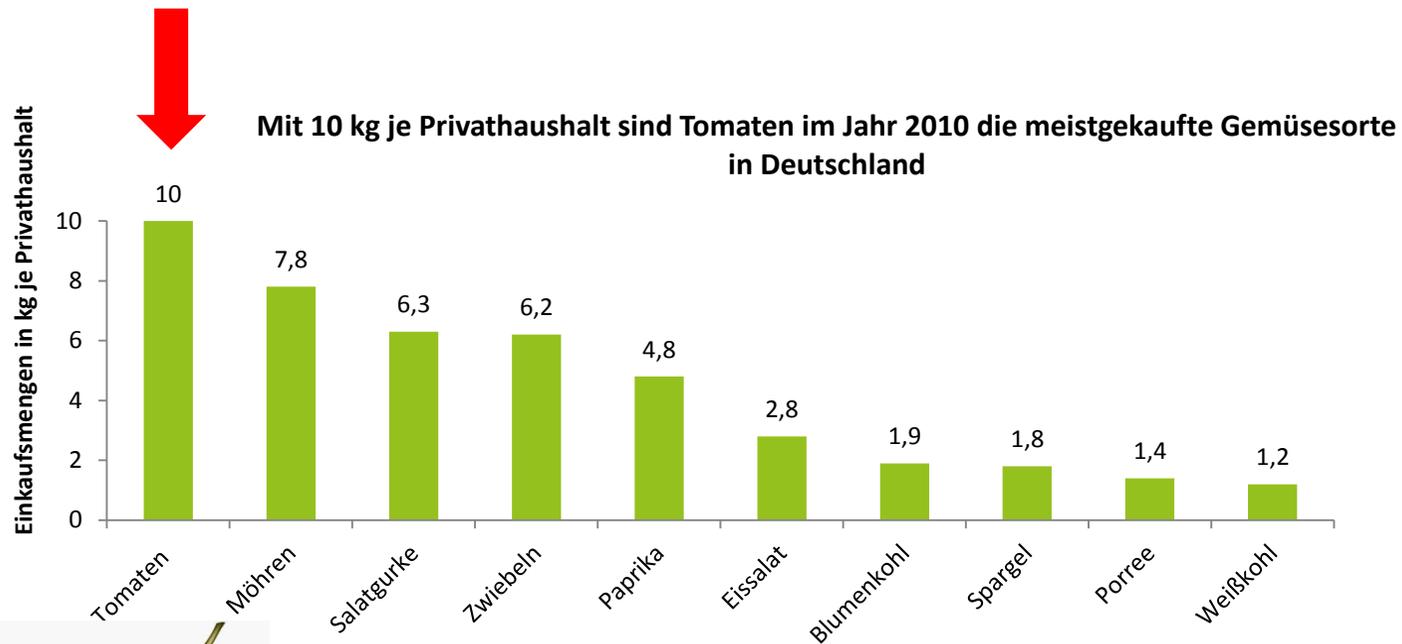


Die zehn meistgekauften Obstsorten 2010 in Deutschland



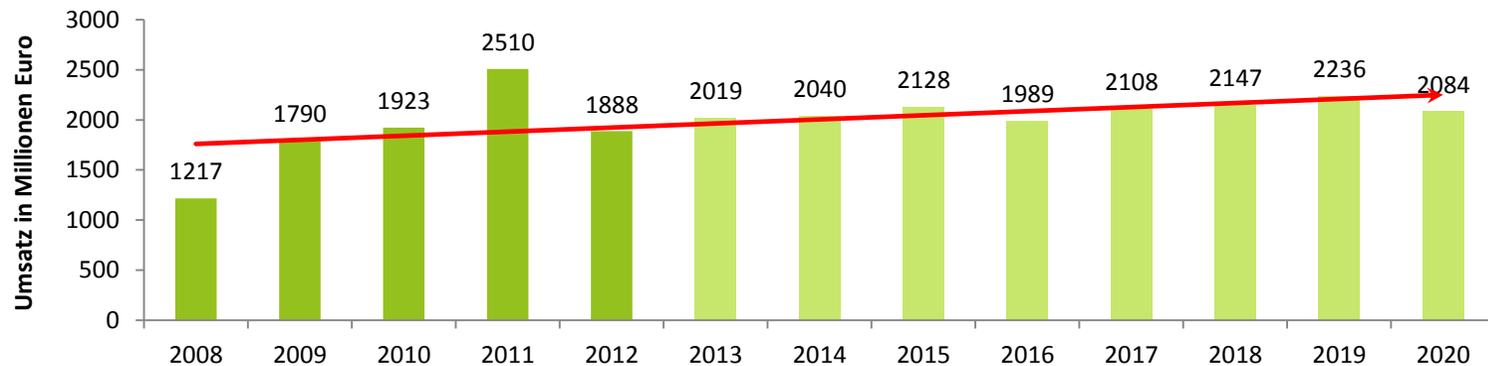


Die zehn meistgekauften Gemüsesorten 2010 in Deutschland



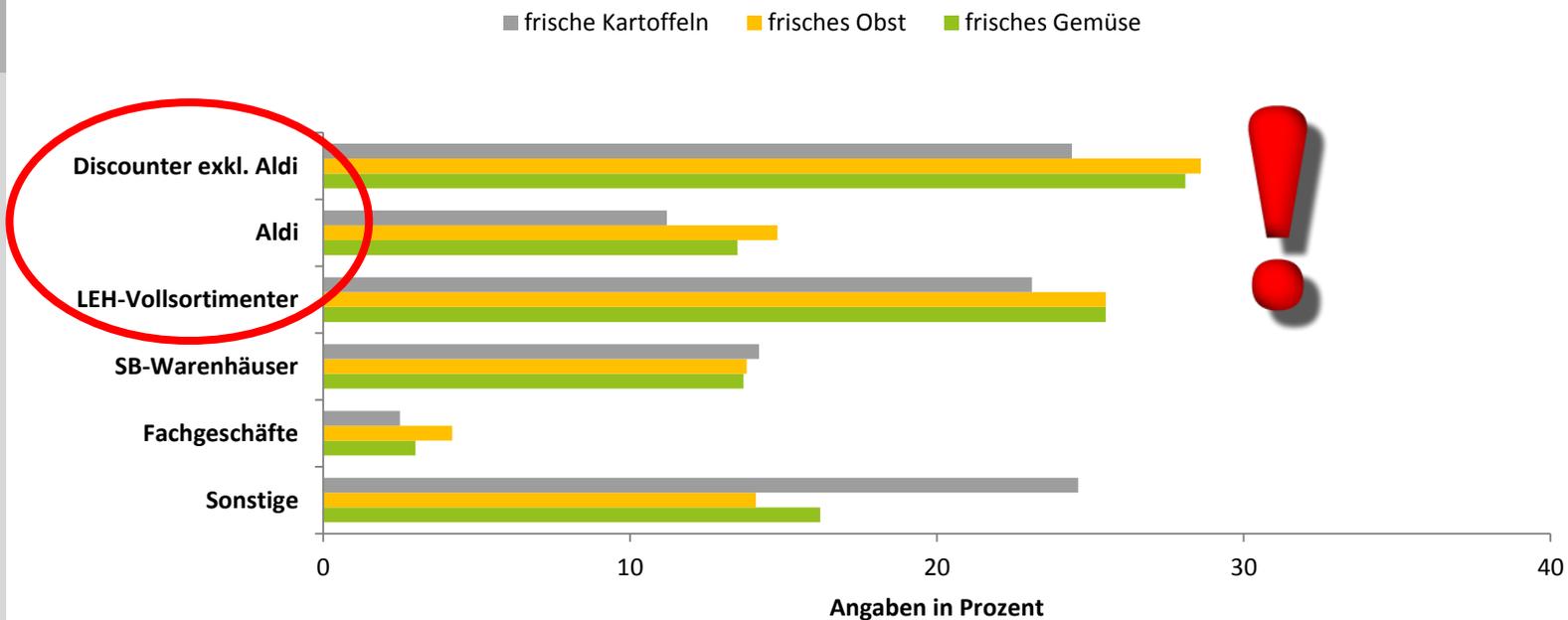


Umsatz im Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln in Deutschland (mit Prognosen ab 2013)





Verteilung der Ausgaben für Gemüse, Obst und Kartoffeln im LEH (2013)

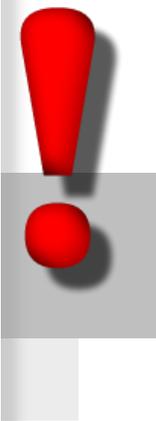


Quelle: Statista, EHI Retail Institute, Erhebung durch GfK
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/372903/umfrage/ausgabenverteilung-von-gemuese-im-leh-in-deutschland-nach-betriebsformen/> ; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/372885/umfrage/ausgabenverteilung-von-obst-im-leh-in-deutschland-nach-betriebsformen/> ; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/372907/umfrage/ausgabenverteilung-von-kartoffeln-im-leh-in-deutschland-nach-betriebsformen/>



Was ist den Kunden bei einem Supermarkt wichtig? Wie wird die Erwartung erfüllt?

		Wahrgenommene Leistung		
		Schwach	Mittel	Stark
Kunden-Erwartung	Hoch		Kompetentes Personal Versteht was die Kunden wollen	Frisches Obst und Gemüse Frische Wurst und Fleischwaren Helle und saubere Räume
	Mittel	Dauerhaft niedrige Preise Parkplätze		
	Niedrig		Macht Werbung	



Produktanforderungen





Produktanforderungen





HDB.

food
consulting



Eben von Racknitz:
Hokkaido aus Hohenlohe



Familie Bohrer:
Kürbisspezialitäten
aus dem
Markgräfler Land



Markus Arzt:
Hokkaido
aus Ditzigen



**Unsere Heimat –
echt & gut
Bio-Hokkaido**
aus Deutschland, 1 kg

1.99



Start in die
Kürbis-Saison



Kreislauf für Verantwortung für die Region





Produktanforderungen

Nachhaltigkeit



Vermarktung



TOMMIES

SUPER
LECKER!



UND SEHR
GESUND!

Naschtomaten

Frohlich Vitamine jeden Tag

www.honingtomaten.nl



Bitte Nummer **1727** Cocktail
drücken Rispentomaten

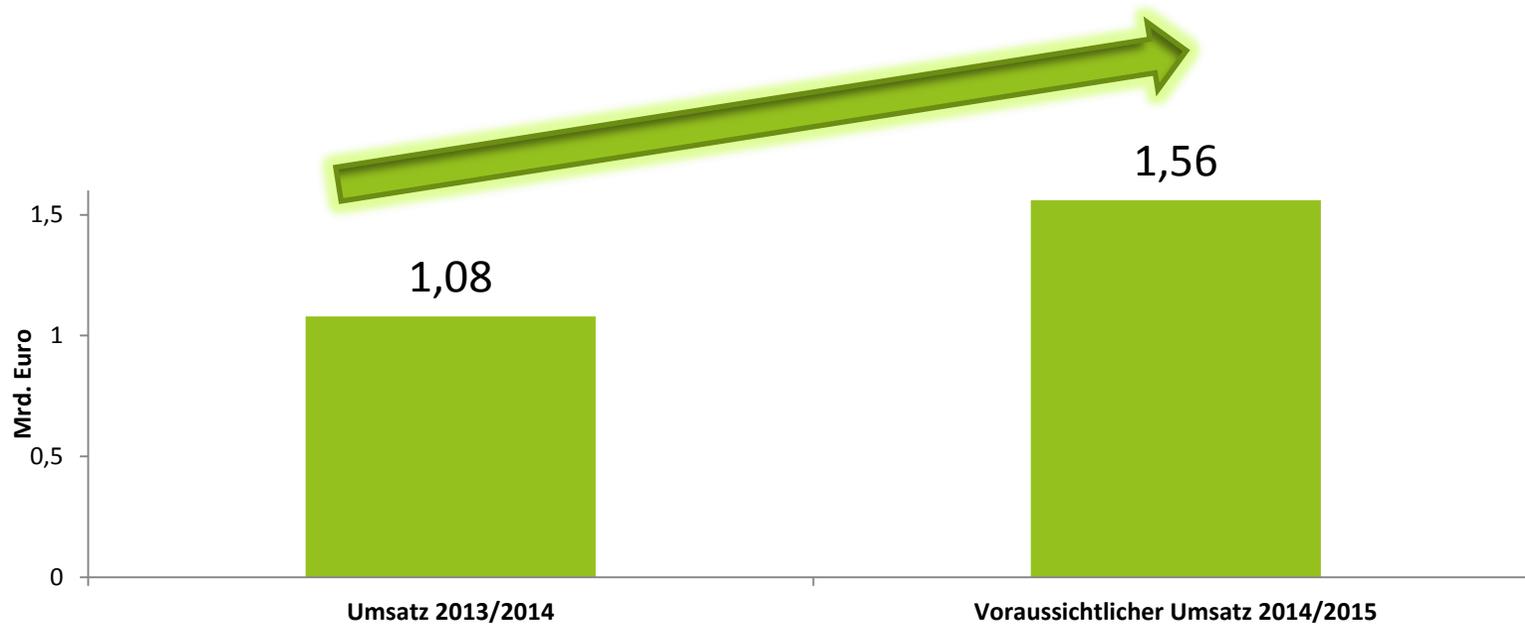
Ursprungsland: **Niederlande** Klasse: **1**

1 kg **19,90**

Bitte Nummer **10**
drücken
Niederlande



Prognose der Entwicklung des Marktanteils der Lebensmittel-Lieferservices am Lebensmittelmarkt





Vermarktung

- Regionalität
- Personalität
- Kreativität
- Flexibilität



...schafft
Vertrauen...





Vermarktung



Eigenvermarktung



Händler



Endverbraucher



Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!