

Echt stark.



President 75/100/125/150/200/250

Familie komplett – sechs Baugrößen, ein Konzept!

- 1.** Das bewährte **KEMPER 3-Zonen-Knetprinzip** (Spirale und Leitstab) für wollige, verarbeitungsfreundliche Teige.
- 2.** Die hydraulische **Zangenverriegelung** für eine sichere Verbindung.
- 3.** Der doppelte (**DUO**) **Bottichantrieb** für einen ruhigen, stabilen Lauf.
- 4.** Das **„easy to move and dock“-System** für einfache Handhabung der Bottichschalen.
- 5.** Die große **Bodenfreiheit** (ca. 150 mm) für problemlose Reinigung.



Zufrieden?

Neue Konkurrenz



Dass Handelskonzerne Massenprodukte gerne als Handelsmarken anbieten, ist keine Neuheit. Dass sie inzwischen dabei sind, neben der klassischen Handelsmarkenschiene Varianten aufzumachen, die jeweils bestimmte Ziel- oder Preisgruppen bedienen, ist eine noch junge Entwicklung. Bislang war das vorwiegend dort zu finden, wo spezielle Eigenschaften wie die garantierte ökologisch korrekte Herkunft, gemeinhin auch mit der Vorsilbe Bio gekennzeichnet, hervorgehoben werden sollte. Bio, Bio-Bio, Prima Bio, Bioness, BioSonne, Bio bewusst oder Naturgut heißen beispielsweise die Handelsmarken der Discounter im Brotregal.

In Großbritannien gibt es jetzt etwas Neues. Die dortigen Handelskonzerne, häufig Vorreiter für neue Strategien der längst europa- wenn nicht weltweit agierenden Multis, sind dabei, eine „Premium-Handelsmarke“ zu etablieren. Der Grundgedanke dahinter ist nicht neu. Es geht darum, die Markenprodukte so weit wie möglich zurückzudrängen und selber als Absender aufzutauchen. Das stärkt die Präsenz des eigenen Namens im Verbraucherbewusstsein und bietet gleichzeitig die Chance, die Zulieferanten aufs gewünschte Preisniveau zu zwingen. In kaum einem anderen Land Europas wird das exzessiver ausgelebt als in Großbritannien. Dafür nehmen die Handelsgruppen dort seit Jahren sogar Verluste durch Verkäufe unter Einstandspreis hin. Bislang war diesem Spiel eine Grenze durch die intensive Markenpflege der Markenhersteller gesetzt. Dazu gehört neben dem Aufwand für Produktqualität und Produktentwicklung ein hohes Maß an Werbung und Kommunikation mit den Verbrauchern, vom Fernsehspot über Animierdamen am Point of Sale bis hin zu PR und Sponsoring. Das wissen auch die Handelsmanager, und deshalb bleiben Markenprodukte auch immer die reizvollen Glanzpunkte in ihrem Sortiment, die den Verbraucher anlocken.

Das Verführungspotenzial der Marken ist allerdings unterschiedlich hoch und im Brotregal in aller Regel sogar schwach ausgeprägt. Hier kann man also schon mal testen, wie weit man die Markenwelt zurückdrängen kann, ohne deshalb gleich ganze Käuferströme abfließen zu sehen. Kaum ein Verbraucher wird für eine Brotmarke die Einkaufsstätte wechseln, und Brothersteller sind gemessen an anderen Sortimenten auch nicht gerade Werbe- und PR-Freaks. Die englischen Brothersteller haben diesen Schwachpunkt übrigens erkannt und begonnen, ihre Etats entsprechend aufzustocken, allen voran die erfolgreichste britische Bäckerei der Familie Warburton.

Ob die Premium-Handelsmarken der britischen Handelsketten darauf eine Reaktion sind oder nur zufällig zum gleichen Zeitpunkt entstehen, sei dahingestellt. Sicher ist, dass der Handel mit dem veränderten Informationsverhalten der Konsumenten rechnen kann. Blogs, Handywerbung – die modernen Werbemethoden erreichen immer mehr Konsumenten und keineswegs nur die Jugendlichen unter ihnen. Wer so ein multifunktionales Handy gekauft hat, der will zumindest einen Teil der Funktionen auch mal in Aktion sehen und Blogs im Internet sind nicht nur der letzte Schrei, sondern gut gemacht auch ein Werbeträger, den die Konsumenten freiwillig anschauen und nicht nur widerwillig ertragen wie einen TV-Spot oder die entsorgungspflichtigen Werbeflyer, die Tageszeitungen aufblähen und Briefkästen verstopfen. Die klassische Markenpflege jedenfalls bekommt Konkurrenz und die britischen Handelshäuser testen schon mal aus, was dabei für sie rauszuholen ist.

Ihre


Hildegard M. Keil

Branchen brauchen Spezialisten



Kundenforum zum 30-jährigen Firmenjubiläum

4. Juli 2007,
CSB-System Geilenkirchen

Branchenspezialisierte Unternehmenssoftware

Eine IT-Lösung für Ihr gesamtes Unternehmen

Führen, steuern und kontrollieren Sie Ihr Unternehmen mit unserer ERP-Komplettlösung für

- Brot & Backwaren
- Süß- & Teigwaren
- Zucker & Konditorwaren
- Getreide & Schälprodukte

Entscheiden Sie sich jetzt für eine gesicherte Zukunft!

Wir sind für Sie da –
Ihr Branchen-ERP-Spezialist



CSB-System
INTERNATIONAL

CSB-System AG, D-52511 Geilenkirchen
Tel.: +49 2451 625-350, Fax: -311
info@csb-system.com

www.csb-system.com