

Praxis- Ratgeber

7 Tipps

Mit der Obst- & Gemüse-Abteilung noch mehr Kunden gewinnen und binden.



FRISCHE SOCIETY

**Viel Erfolg bei der
Umsetzung!**



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Die Situation

„Die Obst- und Gemüse-Abteilung ist die Visitenkarte eines jeden Lebensmittelmarktes.“

Jeder Kaufmann kennt diesen Spruch. Auch wenn dieser Satz für viele alt und abgedroschen klingen mag, ist er heute richtiger und wichtiger denn je.

Er hat nichts an Bedeutung verloren – im Gegenteil. Aktuelle Studien und Kundenbefragungen belegen, dass die Kunden die Wahl ihrer Einkaufsstätte für ihre Lebensmittel maßgeblich von der Betreibungsqualität der O&G-Abteilung abhängig machen.



Leider entsprechen viele O&G-Abteilungen in Deutschland diesem Anspruch nicht. Das erhöht natürlich die Chancen derjenigen, die sich tatsächlich in ihrer Obst- & Gemüseabteilung engagieren.

Die Performanz in diesem Bereich ist in Bezug auf die Warenpräsentation und die Beratung beim Kunden für den Gesamteindruck des Marktes von besonderer Bedeutung. Eine schlechte Betreibungsqualität führt im Umkehrschluss dann sehr oft dazu, dass diese Märkte vom Kunden gemieden werden.

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Die Situation

Der Wettbewerbsdruck steigt signifikant und stetig.

Die Kundenansprüche an eine gesunde, nachhaltige Ernährung wachsen ständig. Dies bedeutet, dass die Endverbraucher an die Fachkompetenz des Verkaufspersonals immer höhere Ansprüche stellen.



Explizit die Obst- & Gemüseabteilung bietet den Märkten des Lebensmittelhandels großes Potenzial, um sich vom Wettbewerb abzuheben. Sie prägt das Image des Marktes und besitzt eine nicht zu unterschätzende Strahlkraft in Richtung der Kunden. Zudem wird die Obst- & Gemüseabteilung immer mehr die betriebswirtschaftlich tragende Säule des Lebensmitteleinzelhandels.

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Die Situation

In Zahlen ausgedrückt erzielen die O+G-Abteilung sowie die Bedienungstheke auf 20 Prozent der Fläche 26 Prozent des Umsatzes und 35 Prozent des Ertrags. Die Bandbreiten innerhalb der untersuchten Märkte sind dabei beträchtlich. Die Flächenanteile von O+G liegen zwischen 7 und 20 Prozent (Ø 11,7 %), die Umsatzanteile bewegen sich zwischen 10 bis 19 Prozent (Ø 13,4 %).

Quellen: 3. <https://www.stores-shops.de/konzept/sortimentsanalyse-top-renditebringer-der-supermaerkte/>

Betriebswirtschaftlicher Erfolg (in % vom Netto-Umsatz)

	Spanne (%)	Kosten (%)	Rendite (%)
Markt gesamt	25,3	22,5	2,8
<i>Davon</i>			
Obst und Gemüse	28,5	23,1	5,4
Bedienungstheke (Fleisch/Wurst/Käse)	39,6	32,8	6,8
Mopro	23,2	26,1	-2,9
Getränke	19,8	20,9	-1,1
Tiefkühlkost/Eis	25,4	25,7	-0,3
Presse	18,0	16,3	1,7

Quelle: EHI-Sortimentsanalyse im Auftrag des VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger 2021

Flächen-, Umsatz- und Ertragsanteile im Supermarkt
Foto: EHI

Diese Zahlen unterstreichen, wie sehr die Bedeutung des Obst- & Gemüsesortimentes für den Lebensmitteleinzelhandel wächst. Diese Entwicklung als ‚Selbstläufer‘ zu interpretieren, wäre allerdings eine fatale Fehleinschätzung. Die Verbraucher haben hohe Erwartungen an die neuen Themenschwerpunkte Bio, Regionalität, Nachhaltigkeit (Produkte & Verpackung) und vieles mehr.

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Die Situation

Der Handel ist somit gefordert, stetig seine Prozesse zu optimieren, um sich vom Wettbewerb abzugrenzen, für den Verbraucher attraktiv zu sein und gleichzeitig die betriebswirtschaftlichen Erträge zu erhalten und zu steigern. Diese Prozesse wiederum bedürfen einer fachkompetenten, gegebenenfalls externen Begleitung und ständig neuer Impulse.



Wie hoch ist der Anteil Ihrer Kunden, die bei Ihnen Obst & Gemüse auf dem Kassenzettel stehen haben? 50 Prozent? Was ist der Grund, wieso die anderen Kunden ihren Obst- und Gemüsebedarf woanders abdecken?

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Das „Experiment“

Machen Sie an einem ganz normalen Wochentag mit Ihrem Handy 8-10 Bilder von Ihrer Obst- & Gemüseabteilung. Fotografieren Sie gegebenenfalls auch die Außenplatzierung und den Eingangsbereich. Schauen Sie sich diese Bilder anschließend auf einem möglichst großen Bildschirm (nicht auf dem Handydisplay) an.

- Sehen Sie hier tatsächlich die „Visitenkarte“ Ihres Marktes?
- Ist diese Abteilung der Kundenmagnet, der sie sein soll?
- Würden Sie als Kunde wegen dieser Abteilung wiederkommen?
- Würden Sie diese Bilder auf einer sozialen Plattform als Werbebilder einstellen?
- Wenn Sie „Fehler“ wahrnehmen, sind diese
 - einer schlechten „Tagesform“ geschuldet,
 - oder gibt es ein grundsätzliches Problem?

Betrachten Sie Ihren Markt, Ihre Obst- & Gemüseabteilung ganz bewusst aus Kundensicht.

- Sind Sie stolz auf diese Abteilung?
- Sind Sie zufrieden?
- Oder verspüren Sie eine Form von Schmerz, wenn Sie Ihre Bilder sehen?

Auf einer Skala von 1 (Top, besser geht nicht) bis 6 (heute ungenügend) - welche Note geben Sie selbst Ihrer Obst- & Gemüseabteilung?

1 2 3 4 5 6



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Sortimentsanalyse und -optimierung:

Die permanente optimale Anpassung der Produktauswahl in der Obst- & Gemüseabteilung an...

- 1....die Kundenstruktur
 - 2....die Jahreszeit / Saison
 - 3...(Ernährungs-) Trends
 - 4....das räumliche Umfeld (städtisch, ländlich, etc.)
 - 5....den Wochentag
 - 6....die Wetterbedingungen
- ist ein unabdingbares „Muss“.

Kennt jeder Verantwortliche die Faktoren, die für eine qualifizierte und passende Sortimentsauswahl wichtig sind? Werden diese auch entsprechend berücksichtigt? In der täglichen Praxis ist dies oftmals nicht der Fall. Selbst wenn bekannt, finden die genannten Punkte aus unterschiedlichsten Gründen vielfach keine Berücksichtigung. Die Obst- und Gemüsebestellung stellt die Mitarbeiter jeden Tag aufs Neue vor große Herausforderungen, nicht zuletzt, weil sie oftmals unter immensem zeitlichem Druck stattfindet.

- Kennen alle verantwortlichen Mitarbeiter die Produkte und das aktuelle Sortiment?
- Sind die wichtigsten Kennzahlen bekannt?
- Ist die Bedeutung der wichtigsten Kennzahlen bekannt und wie sie im betriebswirtschaftlichen Kontext stehen?
- Kennt der Mitarbeitende die angestrebten Ziele (Umsatz, Spanne, Abschriftenquote, etc.)?

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Sortimentsanalyse und -optimierung:

Es besteht nicht der Anspruch, dass jeder Mitarbeitende zu einem 100%-prozentigen Fruchtexterten ausgebildet wird. Jeder Mitarbeitende sollte aber die Informationen an der Hand haben, die ihn befähigen, in seinem Aufgabefeld die richtigen Entscheidungen zu treffen. Nur wer das Ziel kennt, kann auch in die richtige Richtung laufen und zielgerichtete Entscheidungen treffen.



Auf einer Skala von 1 (Top, besser geht nicht) bis 6 (heute ungenügend) - wie schätzen Sie insgesamt die Qualifikation der verantwortlichen Mitarbeiter ein?

1 2 3 4 5 6

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Platzierungsoptimierung:

Nicht nur das Sortiment, sondern auch die Platzierung muss unter den oben genannten Gesichtspunkten permanent angepasst werden.

Werden zum richtigen Zeitpunkt die relevanten impulsstarken Produkte und Unterwarengruppen in den Fokus gerückt und für den Kunden in Szene gesetzt? Oder "stolpert" der Kunde im Februar immer noch als erstes über die Nussplatzierung? Wo sucht der Kunde intuitiv das Produkt?

Die Platzierung sollte auch immer aus Sicht der Kunden kritisch hinterfragt werden. Wo, innerhalb der O&G Abteilung, sucht der Kunde sein Produkt. Gehört die Süßkartoffeln immer noch zu den Exoten oder doch eher ins Kartoffelregal? Nashi Birnen zu den Exoten oder doch zu den Birnen. Verwenden Ihre Kunden den Chinakohl tatsächlich als Kohl, oder vermehrt als Salat?

Produkte, die der Verbraucher sehr häufig zusammen verwendet, sollten auch in einer Verbundplatzierung zusammengeführt werden. Dies gilt nicht nur für den Klassiker Tomate & Basilikum. Auch Ingwer, Zitrone & Kurkuma passen hervorragend zusammen und nutzen viele Verbraucher inzwischen für einen selbst gemachten Ingwershot. Eine feste (Zweit-) Platzierung für Produkte, die neu ins Sortiment aufgenommen worden sind oder saisonal bedingt wieder ihren Weg ins Sortiment finden, kann für die Kunden ein echter Magnet und Impulsgeber sein.

Auf einer Skala von 1 (täglich) bis 6 (nie) - setzen Sie Verbundplatzierungen in Ihrer Abteilung ein?

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Abschriftenreduzierung:

Die Auswirkungen überhöhter Abschriften werden in der Rentabilitätsbetrachtung vielfach unterschätzt oder nicht ausreichend betrachtet. Dieser Negativ-Faktor kann meist schon durch einige einfache Maßnahmen signifikant reduziert werden. Verantwortliche (Marktleiter, Abteilungsverantwortliche, Verkäufer und auch die Kassierer) müssen gezielt mit den für ihren Aufgabenbereich relevanten Informationen versorgt werden.

Jeder Mitarbeiter im Verkaufsprozess kann durch einige wenige Big Points maßgeblich dazu beitragen, dass Abschriften reduziert werden und die Rentabilität steigt. Dies zählt dann nicht nur auf den Nachhaltigkeitsaspekt (Reduzierung Food Waste) ein, sondern auch auf die positive Frischewahrnehmung durch die Kunden.



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Abschriftenreduzierung:

Die Ursachen für überhöhte Abschriften sind sehr vielfältig.

Sind diese „Schwachstellen“ den Verantwortlichen bekannt und werden sie entsprechend sensibilisiert und geschult?

Warenannahme: Qualitätskriterien der einzelnen Produkte und auch die zulässigen Toleranzen, etc.

Lagerung: Temperaturführung, Lagerfähigkeit, Druckempfindlichkeit, Kontaminationsrisiken, etc.

Disposition: Lagerfähigkeit, Saisonalität, Wettbewerb, etc.

Abschriftenquote:

- Ist eine konkrete Abschriftenquote als Vorgabe definiert?
- Kennen die verantwortlichen Mitarbeiter die Vorgaben bezüglich der Abschriftenquote?
- Kennen die verantwortlichen Mitarbeiter die unterschiedliche Definition der Abschriftenquote für Obst & Gemüse einerseits und Blumen & Pflanzen andererseits?

Auf einer Skala von 1 (täglich) bis 6 (nie) - betrachten und analysieren Sie Ihre Abschriften und leiten daraus die entsprechenden Maßnahmen ab?

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Warenkunde:

Alle Verantwortlichen müssen mit den relevanten Produktinformationen versorgt werden. Nur dann ist gewährleistet, dass der Umgang mit der Ware (Platzierung, Lagerung, Bestellung, Transport etc.) fach- und produktgerecht erfolgt.

Nur wenn der verantwortliche Mitarbeiter weiß, dass beispielsweise die Unterbrechung der Kühlkette von einer Stunde bei kühlpflichtigen Beutelsalaten das Verbrauchsdatum um ca. einen Tag verkürzt, wird er die Verräumung der Ware auch dementsprechend planen.

Nicht jeder Mitarbeiter im Markt muss ein ausgewiesener Fachexperte in allen Bereichen sein. Die große Kunst ist, jedem Mitarbeitenden die für ihn relevanten Informationen an die Hand zu geben und ihn weder zu überfordern noch ihn „dumm sterben“ zu lassen. Nicht selten werden Mitarbeiter für Fehler verantwortlich gemacht, die einem mangelnden Informationsfluss geschuldet sind:

1. Wissen die Mitarbeiter, dass es sich bei den grünen Stellen an Kartoffeln um die Ausbildung des gesundheitsschädlichen Giftes Solanin handelt und dass deshalb auch bei Kartoffeln unbedingt permanent Qualitätskontrollen durchzuführen sind und die Umsetzung des fifo-Prinzips auch hier zwingend erforderlich ist?

2. Ist den verantwortlichen Mitarbeitenden der u.U. strafrechtlich relevante Unterschied zwischen dem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) und dem Verbrauchsdatum bekannt?

Auf einer Skala von 1 (täglich) bis 6 (nie) - wie oft findet zu den Produkten ein gezielter Austausch zwischen den Mitarbeitenden statt?

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Verkaufs- und Beratungsgespräche:

Gut geschulte Mitarbeiter geben ihr Wissen gerne weiter. Wissen bringt Sicherheit in das tägliche Handeln. Es steigert das Verantwortungsbewusstsein und auch die Identifikation mit der Aufgabe.

Die Verantwortlichen sollten immer über die wichtigsten Punkte zu den Produkten informiert sein. Nur wenn der Mitarbeiter weiß, wie oben unter dem Punkt Warenkunde beschrieben, dass die Unterbrechung der Kühlkette starke Auswirkungen auf die Qualität der Produkte hat, kann er dem Kunden eine entsprechende Empfehlung für den Transport der Ware nach Hause geben.

Besonders bei neuen oder saisonal wieder eingelisteten Produkten muss gewährleistet sein, dass alle Verantwortlichen über die Big Points informiert sind, die für die Kunden von Relevanz sind.

1. Wussten Sie, dass Zitrusfrüchte mit dem Reifegas Ethylen „entgrünt“ werden? Durch das Gas wird ein Prozess aktiviert, der die rote Ausfärbung der Schale (bei Zitronen gelb) bewirkt. Die Ausfärbung der Schale sagt somit nichts über den Reifegrad der Citrusfrucht aus.

Ein Gespräch mit dem Kunden schafft Nähe und baut Vertrauen auf. Hier kann man den Kunden begeistern und er wird unter Umständen zu einem richtigen „Fan“. Fan des Mitarbeiters, Fan der Obst- & Gemüseabteilung, Fan des Marktes. Richtige Fans haben besondere Qualitäten. Sie sind treu, verzeihen auch mal Fehler, üben meist konstruktive Kritik und erzählen begeistert anderen Menschen von ihrer Begeisterung.

Machen Sie Ihre Kunden zu Ihren Fans.

Auf einer Skala von 1 (täglich) bis 6 (nie) - wie oft suchen die Mitarbeiter gezielt das Gespräch mit dem Kunden?

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Wettbewerbsanalyse:

Nur wenn man den Wettbewerb kennt und sich mit ihm auseinandersetzt, kann man ihn bewerten, sich auch von ihm abheben, eventuell etwas von ihm lernen und sich von ihm differenzieren.

Keinen Wettbewerber zu haben bedeutet in der Regel Stagnation im eigenen Tun, die Antriebskraft fehlt und es findet keine Weiterentwicklung statt.

Das Problem des fehlenden Wettbewerbs gibt es ganz besonders im Lebensmittelhandel „zum Glück“ nicht. Sehen Sie den Wettbewerb immer auch als Chance zur Weiterentwicklung. Viele Einzelhändler vergessen leider im Tagesgeschäft zu oft, sich mit dem „Außen“ auseinanderzusetzen. Die Entwicklungen gehen rasend schnell: neue Produkte, neue Techniken, neue Mitbewerber, Veränderungen im Wettbewerbsumfeld. Hier sollte sich jeder Einzelhändler gezielt die geeigneten Prozesse schaffen, um den Überblick zu behalten und sich dementsprechend zukunftsorientiert aufstellen zu können.

- Wie ist Ihre kurz-, mittel- und auch langfristige Planung für Ihr Obst- und Gemüse-Geschäft ausgerichtet?
- Haben Sie kompetente Partner an Ihrer Seite, die auf das Thema Obst & Gemüse spezialisiert sind?
- Wie informieren Sie sich über die aktuellen Entwicklungen, Trends, Techniken, gewinnbringende Hintergrundfakten?

Auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (gar nicht) - wie gut fühlen Sie sich informiert über:

- **kurzfristige und langfristige Produkt- und Ernährungstrends**
- **gewinnbringende technische Neuerungen und globale Entwicklungen die auch auf lokaler Ebene (in Ihrem Markt) Relevanz haben?**

1	2	3	4	5	6
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Über Joachim Stracke:

Die Leidenschaft für Obst & Gemüse wurde Joachim Stracke praktisch in die Wiege gelegt. Vor über 55 Jahren im kleinen 100-Quadratmeter-Dorfmarkt der Eltern im Sauerland aufgewachsen, umgeben von den heimischen Gärten, ist die Liebe zu Obst & Gemüse schon sehr früh gereift.

Seine Begeisterung für Lebensmittel im Allgemeinen und Obst & Gemüse im Speziellen hat Joachim Stracke dann zum Beruf gemacht: Nach dem Abitur ließ er sich zum Einzelhandelskaufmann / Lebensmittel ausbilden. Joachim bündelt in seinem praktischen Know-how inzwischen über 35 Jahre Praxisarbeit im Lebensmittel-Einzelhandel. Immer lag sein Fokus auf den Verkauf von frischem Obst & Gemüse. Mit seiner klassischen kaufmännischen Ausbildung hat er vom Azubi über den Abteilungs- bis zum Marktleiter Erfahrungen auf allen Ebenen des Lebensmittel-Einzelhandels. Als selbstständiger Kaufmann führte er ein Obst- & Gemüsefachgeschäft mit zusätzlichem Stand auf dem Wochenmarkt.

Zudem kann er auf 5 Jahre Arbeit als Obst- und Gemüsefachberater und 9 Jahre als Vertriebspartenleiter im konzeptionell-strategischen Vertrieb für Obst, Gemüse, Blumen und Pflanzen zurückblicken.

Das betriebswirtschaftliche Rüstzeug mit dem Abschluss als staatlich geprüfter Handelsbetriebswirt hat er sich mit dem Studium an der Bundesfachschule für den Lebensmittelhandel (heute food-akademie) in Neuwied erworben.



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Über Jochem Wolthuis:

Jochem Wolthuis (54) berichtet seit über 25 Jahren als Fachjournalist über die internationale Fruchthandelsbranche und hat als ehemaliger Internationaler Geschäftsführer der niederländischen Obst- und Gemüsemarketing Agentur viele (preisgekrönte) Frische-Verbraucher-Kampagnen in Deutschland geleitet und initiiert, u.a. Frische ist Leben.

Er ist sehr gut mit vielen Produzenten vernetzt und kennt sich in der gesamten Lebensmittelbranche gut aus. Seine Kernkompetenz ist die Verbindung von Menschen.

Gerne baut er dafür die Bühnen – wie die Frische Society – auf denen die Firmen optimal präsentieren können und wodurch diese Verbindungen natürlich entstehen können. Als Sohn einer deutschen Mutter aus Arnsberg und eines niederländischen Vaters ist er stolz auf den Titel „Botschafter der deutsch-niederländischen Freundschaft“ und berichtet als solcher gerne über das Land der Gärtner und Händler im Land der Dichter und Denker



7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Sie möchten Ihre Obst- & Gemüse-Abteilung optimieren?

- Sie wünschen sich einen neutralen, aber dennoch sach- und fachkundigen Blick, der die Abläufe in Ihrer Obst- & Gemüse-Abteilung gewinnbringend analysiert?
- Sie brauchen professionelle, externe Unterstützung bei der Implementierung von Veränderungsprozessen im Bereich Obst & Gemüse, weil Sie Ihr täglicher Arbeitsrhythmus im Gesamtmarkt zu stark einbindet?
- Sie sehen das ungenutzte Potential Ihrer Obst- und Gemüseabteilung, können sich aber in der Gesamtverantwortung für den Markt nicht darauf konzentrieren, diesen Schatz zu heben?
- Sie wünschen sich Unterstützung bei der Planung und Durchführung von O&G Schulungen für Inhaber, Marktleiter, Abteilungsverantwortliche und Warenverantwortliche?
- Sie suchen Ideen und Anregungen für die Entwicklung zukunftsorientierter Konzepte und Strategien? Sie möchten sich gerne beim Verbraucher profilieren und gegenüber dem Wettbewerb abgrenzen?
- Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Obst- & Gemüsekompetenz immer up-to-date halten und so den Wachstumsmotor für Ihren Markt permanent ankurbeln?

Vereinbaren Sie jetzt ein kostenloses und unverbindliches Beratungsgespräch

Suchen Sie sich hier im Online-Terminkalender einen kostenfreien Beratungstermin aus.

<https://calendly.com/frischesociety/kennenlerngesprach>

7 Tipps

Mit Obst & Gemüse noch mehr Kunden gewinnen und binden

Kontaktdaten

Joachim Stracke

Mail: js@frische-society.de

Mobil: +49 151 / 12 62 78 92

Jochem Wolthuis

Mail: jw@frische-society.de

Mobil: +31 6 16 29 03 95

Frische Society

Am Schieferstollen 17

57399 Kirchhundem

Büro: +49 2723 / 92 89 460

Kostenfreies Erstgespräch buchen:

<https://calendly.com/frischesociety/kennenlerngesprach>

