

LEH Mehr Singlehaushalte, keine Zeit für Kochen, ein Kind der Zeit – was erklärt den Erfolg von Convenience-Produkten?

# Etwas für die ganz Coolen

Iglo, Frosta und Frisch & Frost sind die klaren Regenten in den österreichischen (Tief-)Kühlregalen.

DANIELA PRUGGER

Wien. Kochen ist mittlerweile zu einer dieser Workshop-Tätigkeiten geworden. Die Menschen finden Kochen irgendwie hip und verschicken Koch- und Backbücher zu jeder Gelegenheit. Verwunderlich ist das nicht, wenn man sich die Entwicklungen in Industrie, Handel und Gesellschaft genauer anschaut und miteinander in Verbindung setzt. Zwar ist der Tiefkühlmarkt mit –2,2% rückläufig (AC Nielsen: YTD Wert 36/2014, incl. Discount), genauso wie Fertiggerichte –3,7%. Das Angebot an TK- und Fertiggerichten im Handel wird aber mitnichten kleiner, ihre Akzeptanz steigt kontinuierlich.

## Der Coolness-Faktor

Nie war es einfacher, die Konsumenten zu verstehen als heute: Markt- und Meinungsforschung, Trendscouts, Datensammlungen und das Internet natürlich – wir leben im Zeitalter des „gläsernen Konsumenten“.

Die Beliebtheit dieser Produkte erklären manche durch die Zunahme an Singlehaushalten in unserer Gesellschaft, Zeitmangel und die bei vielen vorherrschende Einstellung „Alles muss schnell gehen“ tragen ihr Übriges dazu bei. Für das richtige Maß an „Coolness“ in den (Tief)Kühlregalen soll wohl die Bezeichnung „Convenience“



Pizza, Pasta, Gemüse – v.a. schnell muss es für den heutigen Konsumenten gehen.

sorgen. Seither sind Tiefkühl- und Fertiggerichte in Werbungen urban und modern – convenient eben.

„Als österreichischer Marktführer im Tiefkühlsegment sehen wir es in unserer Verantwortung, uns mit Trends und Veränderungen in der Demografie und dem Konsumentenverhalten intensiv auseinanderzusetzen und mit entsprechenden Innovationen zu reagieren“, erklärt Rainer Herrmann, Geschäftsführer von Iglo Öster-

reich. Iglo liegt umsatzmäßig im auflaufenden Jahr (YTD Wert 36/2014) bei –1,6%, wobei das Minus zum Vorjahr aus dem Segment der Iglo Fertiggerichte (–3,9%) und Gemüse (–2,8%) resultiert.

## Einmal ohne, bitte

Neben Tiefkühlprodukten führt Iglo auch ein breites Mahlzeiten-Sortiment mit Produkten wie Puten-Butterschnitzel mit Erdp-

felpüree & Marchfelder Karotten oder die Bolognese-Spinat Lasagne. Doch konkurrenzlos ist der Marktführer nicht: Das deutsche Unternehmen Frosta fährt nämlich eine etwas andere Schiene: die Tiefkühlprodukte der Firma, die in den Märkten von Sutterlütty, MPreis, Merkur, Zielpunkt und Spar zu finden sind, zeichnen sich dadurch aus, dass sie 100% frei von Zusatzstoffen, Aromazusätzen und sonstigen Zusätzen sind.

## „Wozu Rieselstoffe im Salz?“

Der konsequente Verzicht auf Zusatzstoffe ist damit die klare USP von Frosta. Und auch bei den hauseigenen Würz- und Gewürzmischungen stellt sich Felix Ahlers, Vorstand Frosta AG Bremerhaven, grundlegende Fragen wie: „Wozu braucht man überhaupt Rieselstoffe im Salz?“ Ahlers ist der festen Überzeugung, dass „Rieselstoffe im Fertiggericht nur einer einfacheren Verarbeitung“ dienen „und das ist nicht unser Ansatz“.

Das dritte Unternehmen im Bunde, das in Österreich im Zusammenhang mit Tiefkühl- und Fertigprodukten genannt werden muss, ist Frisch & Frost; der Hersteller mit Firmensitz in Hollabrunn machte im vergangenen Jahr 73,6 Mio. € Umsatz. Bei seinen rund 300 Produkten legt Frisch & Frost viel Wert auf Regionalität und lokalen Bezug.

## SHORT

### Frisch & Frost auf der „Alles für den Gast“



„Alles für den Gast“ findet vom 8. bis 12. November in Salzburg statt.

Wien. Vom 8. bis 12. November findet die alljährliche Messe „Alles für den Gast“ statt. Vertreten sein wird auch der österreichische Tiefkühl- und Convenience-Spezialist Frisch & Frost. Mit den hauseigenen Marken Bauernland und Toni Kaiser werden Produktneheiten wie der mit Rindfleisch gefüllte Fleischstrudel präsentiert.

Vor allem Großküchen, so das Unternehmen in einer Aussendung, dürfen sich darauf freuen, „denn Gäste, die etwa aus religiösen Gründen auf Schweinefleisch verzichten, kommen künftig dennoch auf ihre Kosten“. Bekannt ist Frisch & Frost auch für seine Mehlspeis- und Kartoffelspezialitäten.

Auch in Service, Beratung und Transparenz investiert das Unternehmen: Der neue Produktkatalog berücksichtigt bereits die Allergenkennzeichnungs-Pflicht, die mit 13. Dezember 2014 in Kraft tritt. (red)

## Innovative Verpackungslösungen von Bösmüller Nachhaltiger Materialeinsatz, praktisches Design, vielfache Einsatzmöglichkeiten

# Im Trend: anspruchsvolle Aufmachung

Alte und neue Convenience-Produkte bestimmen das Essverhalten. Bösmüller liefert innovative „To Go“-Kreationen aus Karton.

**Wien/Stockerau.** Trend und Zeitgeist – nachhaltig verpackt: Im Bereich der Lebensmittel sind neue, kreative Ideen unerlässlich, um im großen Produktangebot herauszustechen. Neben kreativem Packagingdesign stehen die Herstellungstechnik sowie die verwendeten Materialien im Fokus.

**Emotion mithineinpacken**

Fakt ist: Eine ansprechende Verpackung hilft nicht nur dabei, das Produkt zu schützen oder die Handhabung zu erleichtern; vor allem dient sie dazu, Emotionen beim Endkonsumenten zu wecken, die Qualität des Inhalts zu kommunizieren und einen Bezug zur Marke herzustellen.

Convenience-, Single- und To Go-Produkte, LOHAS, Slow Food und immer noch Fast Food: All das sind Lifestyle-Trends, die Innovationen in der Lebensmittelverpackung beeinflusst haben und es auch in nächster Zeit tun werden.

Umweltbewusstsein und die Migration von Schadstoffen haben ebenfalls zum Umdenken bei der Verpackungsherstellung beigetragen; Expertise und kompetente Beratung sind demnach für Lebensmittelhersteller unerlässlich.

Im Materialbereich verzichtet die Industrie immer mehr auf erdölbasierte Kunststoffe. Ersatz liefern kompostierbare Naturprodukte. In diesem Sinne sollen natürliche Rohstoffe wie Holzfaser, Cellulose, Stärke, PLA oder Zuckerrrohr verarbeitet werden. Neue Barrieren erlauben zudem Recyclingfaser-Kartons in Kontakt mit Lebensmitteln.

**Innovatives von Bösmüller**

„Wir verstehen uns als Partner der Kreativen in der Umsetzung von Verpackungsideen hinsichtlich Reichtum, Gestaltung der Form, Materialien und Zertifizierungen unter Berücksichtigung der Weiterverarbeitungskette“, prononciert Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller. Die innovative Druckerei mit Produktionsstandort in Stockerau ist seit nunmehr zwölf Jahren in der Verpackungsproduktion tätig, davon seit vier Jahren mit Schwerpunkt auf Design und

Supply-Chain-Management für Verpackungen.

**Wurst & Co „To Go“**

Nach dem Motto „iss' wurscht – wann und wo du willst“ hat Bösmüller eine Verpackung kreiert, die hält, was sie verspricht: Der multifunktionale, lebensmittelkonforme und einfache handhabende Karton-Tray besticht durch einen runden Basteil für Wurst, Chicken Wings oder Schnitzel – inkl. Senf und Ketchup, einem Steckfach für die Serviette sowie einer überaus praktischen Halterung für die Semmel. Die gebrandete Verpackung ist zudem wasser- und fettabweisend.

**Crispy- & Sushi-Box**

Die Crispy-Box (entwickelt in Kooperation mit Thinkfink, dem Forschungsinstitut OFI und Microshaping) ist eine mikrowellentaugliche Verpackung aus Frischfaser-Karton, beschichtet mit schumpffähiger PET-Folie.

Schnumpffähige PET-Folie

Temperaturwähnsige Verpackung

Wasserspriger Burger

Folie; sie dient dazu, Burger durch das Erhitzen und gleichzeitige Entlüften zu regenerieren und wieder knusprig zu machen. Ebenfalls im Bösmüller-Portfolio ist eine hochwertige Sushi- und Maki-Box aus Frischfaser-Karton mit wasserabweisender PE-Beschichtung. Die zusammen mit einem Designer für Akakiko entwickelte Packaging-Innovation ist jetzt, befüllt mit asiatischen Kostlichkeiten, auch bei Merkur erhältlich.

**Verpackung wirkt!**

Bösmüller hat sich zum Ziel gesetzt, mit Verpackungen zu begeistern. Nicht nur die Funktionalität und die technische Umsetzung, sondern auch der Spirit sollen in die Entwicklung innovativer, kreativer Verpackungslösungen miteinfließen.

„Wir verpacken Ihre Produkte in Erfolgsgenie“, erklärt Druckereichefin Wallner-Bösmüller.

Das Unternehmen unterstützt mit Beratungs-, Lösungs- und Umsetzungscompetenz andere Unternehmen dabei, ihre Markenbotschaft erfolgreich auf den Markt hinauszutragen. [www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)

Sushi- und Maki-Box aus wasserabweisendem Frischfaserkarton.

Wackelstabilisierendes Kartongewebe

Inger & Wasabi

Akakiko

Schuber aus PET

© Bösmüller Print Management GmbH & Co. KG (B)