

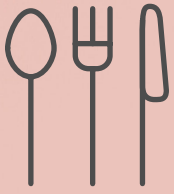


5 leckere Trends im Lebensmittel- und Getränke- einzelhandel

Lesezeit: 10 Minuten
2019

let's make
payment
happen





**Man kann nicht gut denken,
gut lieben, gut schlafen,
wenn man nicht gut gegessen hat.**

Virginia Woolf, Schriftstellerin

Hochwertige Lebensmittel und Getränke

sind für unsere Gesundheit und unser Wohlbefinden ausschlaggebend. Lebensmittel- und Getränke Einzelhändler spielen daher eine wichtige Rolle.



Inhaltsverzeichnis

03 Inhaltsverzeichnis

04 Einleitung

05 Trend 1: Finden Sie Geschmack am eCommerce

08 Trend 2: Nahrung für die Seele

11 Trend 3: Den Ursprung respektieren und Grün denken

14 Trend 4: Der Snack ist zurück

17 Trend 5: Die Kraft der Pflanze

20 Wie sieht die Zukunft aus?





Welche Trends prägen den Lebensmittel- und Getränke Einzelhandel heute?

Die Antwort: Bequemlichkeit, Wellness und Ethik.

Die Verbraucher möchten Lebensmittel und Getränke genau zum richtigen Zeitpunkt und am richtigen Ort. Auf der anderen Seite stehen wellnessorientierte Lebensmittel für Körper, Geist und Seele hoch im Kurs. Und den Verbrauchern ist es mehr denn je wichtig, woher die Lebensmittel stammen – und sie entscheiden sich für nachhaltige, ethisch verantwortungsvolle Produkte.

Erfahren Sie hier mehr zu fünf wichtigen Trends im Lebensmittel- und Getränke Einzelhandel, mit denen Sie Ihre Kunden verwöhnen können.





Trend 1



Finden Sie Geschmack am eCommerce

Trotz der speziellen Eigenschaften von Lebensmitteln und Getränken (Haptik und Geruch sind immens wichtig!) kann sich auch der Einzelhandel nicht vor der Online-Revolution verschließen. Die Verbraucher möchten auch hier die Vorteile des eCommerce nutzen und bestellen Lebensmittel und Getränke aus einer schier unendlichen Auswahl bequem online.



Online-Supermärkte, die ihre Kunden direkt beliefern, gewinnen an Popularität. Herkömmliche Supermärkte hingegen bieten dieser Konkurrenz durch das Angebot von Online-Bestelloptionen die Stirn. Weitere praktische Online-Optionen sind abonmierbare Menüs und Snackboxen für bestimmte Ernährungsweisen.

Dennoch muss dieses Online-Wachstum kein Nachteil für Lebensmittelgeschäfte sein. Für Geschäfte könnten Großbestellungen nicht verderblicher Lebensmittel eine Möglichkeit sein, sich auf hochwertige, frische Produkte zu konzentrieren. Viele Verbraucher möchten Produkte vor dem Kauf riechen, berühren – und sogar

probieren! Die Online- und Offline-Welten lassen sich hier miteinander verbinden, und für den Einzelhandel ist dies eine spannende Zeit.

Wie maximieren Sie also Ihre Erfolgchancen beim Online-Verkauf?

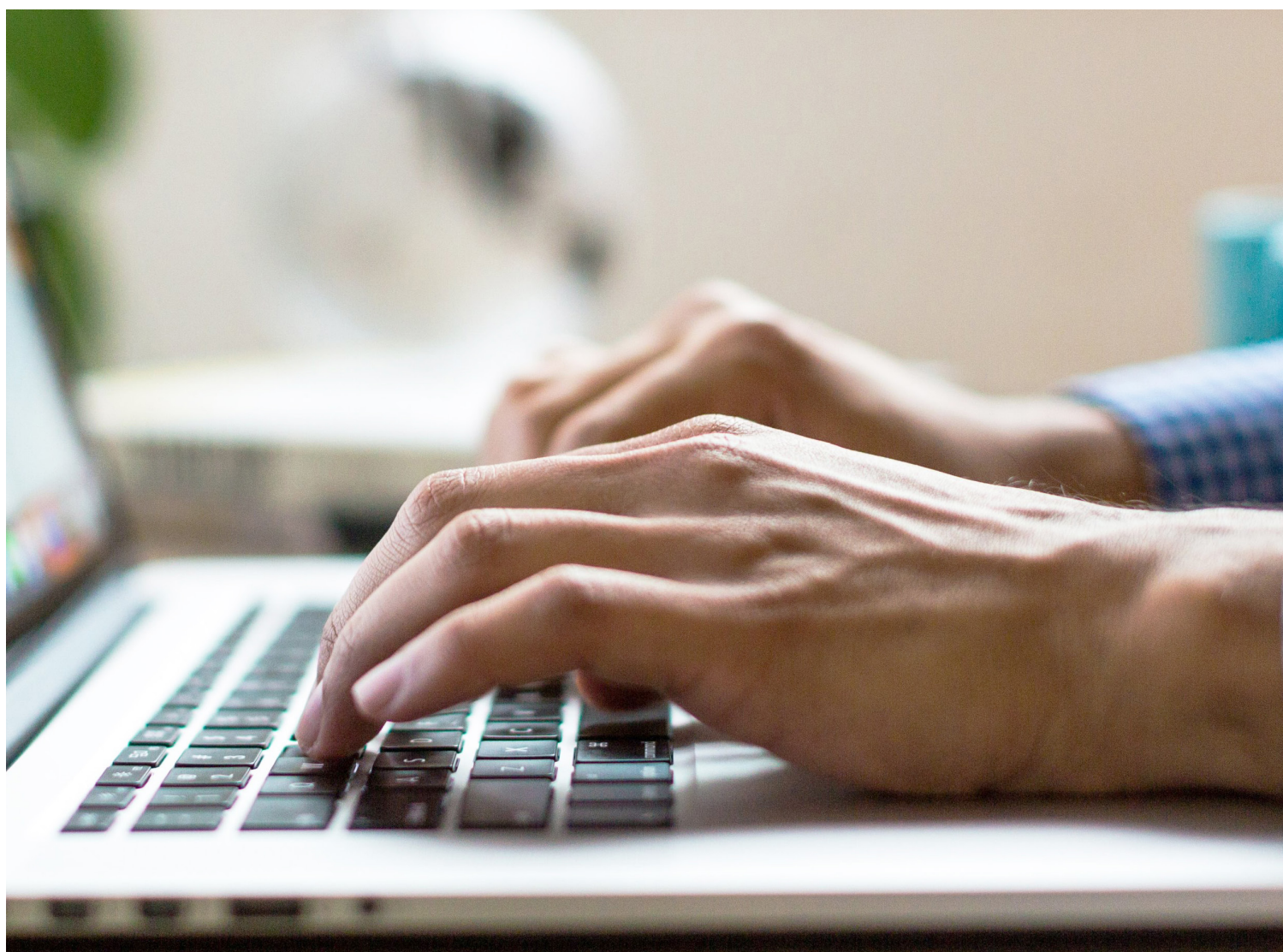
- » Beim Online-Verkauf von Lebensmitteln und Getränken sind aussagekräftige Bilder ausschlaggebend. Ohne die anderen Sinne sind Fotos, Videos und umfangreiche Produktbeschreibungen besonders wichtig.
- » Die Logistik spielt im eCommerce besonders bei verderblichen Waren eine wichtige Rolle. Es ist nicht einfach, Lebensmittel

über lange Strecken frisch zu halten.

- » Auch wenn Sie sich auf eCommerce konzentrieren, vergessen Sie die Laufkundschaft nicht. Google-Suchen „In meiner Nähe“ nehmen immer mehr zu. Registrieren Sie sich daher für Google My Business (Karten), um neue Kunden zu gewinnen.
- » Nischenmärkte haben in der Regel starke Online-Gemeinschaften. Überlegen Sie sich, wo sich potentielle Kunden im Internet austauschen und erstellen Sie dort ein aussagekräftiges Profil für Ihren Online-Shop.



Die Verbraucher möchten die Vorteile des eCommerce nutzen und bestellen Lebensmittel und Getränke aus einer schier unendlichen Auswahl bequem online.





Trend 2



Nahrung für die Seele

Lebensmittel und Getränke sollen heutzutage gut für Körper, Geist und Seele sein. Wir essen nicht mehr nur, um unseren Hunger zu stillen. Spezielle Ernährungstrends und Produkte versprechen eine Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens – mit Superfood bzw. ohne schlechte Nährstoffe.



Zusätzlicher Zucker wird zugunsten natürlicher Süßstoffe wie der sogenannten Mönchsfrucht von vielen Verbrauchern gemieden. Auch fettreiche und kohlenhydratarme Ernährungsweisen wie Keto und Paleo stehen hoch im Kurs – vor allem bei Fitnessfans.

Fermentierte Lebensmittel und Getränke wie Kefir, Tempeh und Kombucha sind neu auf unserem Speiseplan, werden aber wegen ihres hohen Nährstoffgehalts und ihrer probiotischen Eigenschaften immer beliebter. Verbraucher, die sich entspannen und Ängste abbauen wollen, entscheiden sich für Produkte mit CBD-Öl – darunter Tee, Bier und sogar Eiscreme!

Um sich im Wettbewerb behaupten zu können, sollten Sie die einzigartigen Eigenschaften und das Potenzial der Wellnessprodukte, das Leben der Verbraucher zu bereichern, hervorheben.

- » Wählen Sie das Branding und Design der Verpackung sorgfältig und passen Sie es an Ihre Kunden an. Ist Ihre Kundschaft eher „Bohemien“? Arbeiten Sie mit einem minimalistischen Design.
- » Geben Sie persönliche Empfehlungen, damit der Kunde die besten Seiten des Produkts kennenlernen kann – zum Beispiel welche anderen Lebensmittel zum Nährstoffprofil passen.

- » Vermarkten Sie Ihr Produkt als Lifestyle-Begleiter: Es ist nicht nur ein Lebensmittel, sondern Teil der Identität des Kunden. Beispiele sind bestimmte Vitamine und Mineralien, die die Ausdauer beim Sport oder die Konzentration erhöhen.
- » Last but not least: Versprechen Sie keine gesundheitlichen Vorteile, die nicht wissenschaftlich belegt sind. Versprechen Sie nur, was Sie beweisen können!



Lebensmittel und Getränke
sollen heutzutage gut für
Körper, Geist und Seele sein.





Trend 3



Den Ursprung respektieren und Grün denken

Egal, ob es sich um eine Belohnung zum Abschluss eines Großprojekts auf Arbeit oder die Wertschätzung eines guten Freundes handelt, Schenken liegt voll im Trend – versüßen Sie damit nicht nur einem Freund den Tag, sondern geben Sie auch dem Geschäft mit der Schönheit einen neuen Impuls.



Ethische und ökologische Bedenken beeinflussen die Wahl unserer Lebensmittel und Getränke. Die Verbraucher wollen wissen, woher ihre Lebensmittel stammen, wie sie hergestellt wurden und welche Auswirkungen sie auf die Umwelt haben. Denken Sie daran: Stellen Sie sich mit Ihren Freunden gut, aber mit den Bauern noch besser!

Im Falle von Fleisch möchten die Verbraucher biologische und lokale Produkte aus Freilandhaltung, die eine artgerechte Tierhaltung garantieren. Auch bei Obst und Gemüse geht es ihnen weniger um Perfektion: Sogenannte „hässliche“, aber sehr geschmacksintensive Produkte erfreuen sich zunehmender Beliebtheit.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Verpackung. Die

Verbraucher entscheiden sich für Produkte mit weniger Kunststoffabfall – und bevorzugen kompostierbare und recycelbare Verpackungen. Einige Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte stellen das sogenannte BYOVB (bring your own veg bag) in den Vordergrund!

Als Lebensmittel- und Getränke-einzelhändler können Sie mit Nachhaltigkeit auch eine höhere Skalierbarkeit erreichen.

- » Melden Sie sich bei einem Nachhaltigkeitsprogramm oder einem Gütesiegel an, sodass bewusst einkaufende Kunden wissen, dass sie Ihren Produkten vertrauen können.
- » Betrachten Sie Ihre gesamte Lieferkette: Können Sie garantieren, dass überall die höchsten ethischen und

ökologischen Ansprüche erfüllt werden? Wenn ja, nutzen Sie dies als Alleinstellungsmerkmal!

- » Sie können Obst und Gemüse mit natürlicher Kennzeichnung oder Aufklebern verkaufen und damit Abfall vermeiden und den Energieverbrauch von Kunststoff senken. Es gibt auch schon Verpackungen aus Bienenwachs oder Holzbesteck.
- » Bevorzugen Sie lokale Produkte! Die lokale Zusammenarbeit ist eine Win-Win-Situation. Sie ist effizienter und umweltfreundlicher und hilft Ihnen, Verbindungen und Beziehungen aufzubauen.



**Stellen Sie sich mit Ihren Freunden gut,
aber mit den Bauern noch besser!**





Trend 4



Der Snack ist zurück

Aufgrund unseres hektischen Lebensstils, langer Arbeitswege und eines Soziallebens „auf dem Sprung“ ist die Snackbranche wieder absolut im Kommen.

Aber die Kunden geben sich schon lange nicht mehr mit einem Schokoriegel oder einer Tüte Chips zufrieden. Die Verbraucher erwarten heutzutage mehr von ihren Snacks.



Nicht nur Wellnessprodukte liegen voll im Trend, auch gesunde Snacks sind zunehmend gefragt. Von Pilzchips bis hin zu Powerballs sind natürliche und nährstoffreiche Snacks für viele die richtige Wahl. Für den Flüssigkeitshaushalt entscheiden sich viele Verbraucher für Wasser, das mit Vitaminen, Mineralien und Präbiotika angereichert ist: Kokos-, Ahorn- und Kaktuswasser werden immer beliebter.

Da viele Verbraucher eine kohlenhydratarme Ernährung bevorzugen, sind Sport- und Müsliriegel (mit hohem Proteingehalt) nicht mehr nur den Fitnessfanatikern vorbehalten. Sportsnacks gelten heute als gesunde Snackoption für alle.

Aber nicht nur die Gesundheit spielt beim Snacken eine Rolle. Im Trend liegen auch Gourmet-Snacks, die die Geschmacksnerven verwöhnen – beispielsweise abgepackte Portionen Prosciutto oder gereifter Mozzarella. Ihr Lebensmittel- und Getränkegeschäft könnte sich den Trend zum Snacken zunutze machen.

- » Überprüfen Sie Ihr Snack-Angebot, um mit den aktuellen Trends Schritt zu halten. Ziehen Sie dabei gesunde Snacks und Sportprodukte in Erwägung.
- » Bieten Sie ein Snackbox-Abo an: So können Kunden die Snacks vorbestellen, die sie für die kommende Woche benötigen.
- » Stellen Sie in Ihrem Geschäft sicher, dass die Snacks an prominenter Stelle positioniert sind, damit Ihre Kunden schnell und einfach zugreifen können.



**Von Pilzchips bis hin
zu Powerballs** sind natürliche
und nährstoffreiche Snacks
für viele die richtige Wahl.



Trends 5

Die Kraft der Pflanze

Aus ethischen, ökologischen oder gesundheitlichen Gründen entscheiden sich immer mehr Menschen für eine pflanzenbasierte Ernährung. Die Anzahl der vegetarischen und veganen Produkte ist in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Laut Marktforschungsinstitut Allied Market Research wird bis 2025 eine Marktgröße von 7,5 Milliarden Dollar erreicht.





Aus ethischen, ökologischen oder gesundheitlichen Gründen entscheiden sich immer mehr Menschen für eine pflanzenbasierte Ernährung. Die Anzahl der vegetarischen und veganen Produkte ist in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Laut Marktforschungsinstitut Allied Market Research wird bis 2025 eine Marktgröße von 7,5 Milliarden Dollar erreicht.

Innovative Fleisch- und Fischersatzprodukte helfen den Verbrauchern, ihre Ernährungsweise umzustellen. So wird beispielsweise die Jackfrucht als Ersatz für Pulled Pork verwendet und „Fisch“ aus mit Algenöl aromatisiertem Pflanzeneiweiß hergestellt, um den Hunger nach Meeresfrüchten zu stillen.

Wer auf Milchprodukte verzichten möchte, kann auf pflanzliche Milch und Butter zurückgreifen. Während Soja- und Mandelmilch weiterhin im Trend liegen, gewinnen auch Hafer- und Erbsenmilch an Bedeutung. Butter aus Samen wird immer häufiger Butter aus Nüssen vorgezogen, da ein geringeres Allergierisiko besteht.

Auch pflanzliche Desserts mit niedrigem Zuckergehalt, die sowohl Veganer als auch Wellnessfans ansprechen, werden immer beliebter. Avocadoeis und Hummusmilchshakes sind Beispiele für diese unkonventionellen Desserts, die auf großes Interesse stoßen.

Könnte also die Kraft der Pflanze Ihrem Geschäft neue Impulse geben?

- » Auch wenn Ihre Produkte von Natur aus vegan sind – halten Sie damit auf der Verpackung nicht hinter dem Berg! Dies könnte schließlich zu Ihrem Alleinstellungsmerkmal werden.
- » Bieten Sie auch eine Reihe von pflanzlichen Lebensmitteln an, damit Sie Veganer und Flexitarier gleichermaßen ansprechen.
- » Falls Sie Produkte verkaufen, die „fast“ vegan sind, erkundigen Sie sich beim Hersteller nach veganen Alternativen, bei denen keine Kompromisse beim Geschmack eingegangen werden müssen.



Avocadoeis und Hummusmilchshakes sind Beispiele für diese unkonventionellen Desserts, die auf großes Interesse stoßen.





Wie sieht die Zukunft aus?

Nach 60 Jahren im Geschäft kennen wir die Stärke der Zahlungstrends. Aber wir kennen auch die Konstante: die Nachfrage der Verbraucher nach Bequemlichkeit, Auswahl und der Möglichkeit, in jeder gewünschten Weise zu bezahlen.

Hier kommt CCV ins Spiel. Mit derzeit über 220.000 Kunden in Europa sind wir ein bewährter Partner für den reibungslosen Online- und Offline-Zahlungsverkehr.

Egal ob Sie ein physisches Zahlungsterminal oder eine intelligente eCommerce-Lösung benötigen – CCV ermöglicht alle Zahlungen im Lebensmittel- und Getränke Einzelhandel.

Um mehr über nahtlose Zahlungs- und Online-Shop-Lösungen zu erfahren, rufen Sie uns an unter **+49 (0)2841 1796-281** oder schicken Sie uns eine E-Mail mit Ihrer Frage an: **ccv-kundenservice@de.ccv.eu**

MACHEN SIE DEN TEST!

Testen Sie unseren kostenlosen [Online-Rechner](#) und erfahren Sie, wo Ihre größten Wachstumschancen liegen.





www.ccv.eu/de