



Geschmack und Design müssen stimmen. Das meint Reiner Graul, Geschäftsführer Bormann & Gordon, zu den Siegerprodukten.

BESTE NEUHEITEN DER CONVENIENCE-WELT

Neuheiten sind für das Shop-Geschäft unverzichtbar, denn sie lösen bei den Shopperrn Impulskäufe aus. Insbesondere Top-Marken-Produkte führen durch ihre Bekanntheit zum Kauf. Das zeigt die Platzierung bei Convenience Best. **Text Reiner Graul**

Im Jahr 2023 sind Innovationen und Impulsgeber für die Shopper gefragter denn je, schließlich sind die Inflation hoch und die Kaufkraft eher tief. Doch welche Neuheiten und Innovationen haben es geschafft und sind die Top-Neuheiten des Jahres und wie sehen die Shopper diese Neuprodukte? Die Top-Produkte hinsichtlich Bekanntheit und Kaufrate sind im zu Ende gehenden Jahr 2023 wieder einmal sehr viele Line-Extensions, die in der Regel auf starken Marken basieren.

Die beiden führenden Gewinnerprodukte sind Ferrero Kinder Duo und Red Bull Aprikose-Erdbeere, die bereits über 40 Prozent Bekanntheit und rund 30 Prozent Kaufrate erreichen und sich innerhalb der Top Ten deutlich nach oben absetzen. Aber auch alle anderen Top-Ten-Produkte erreichen sehr gute Werte bei Bekanntheit und Kauf. Denn jeder zehnte Shopper hat schon mal zugegriffen und sie gekauft, so das Ergebnis der Shopperbefragung.

Vorbraucherstimmen

Zu den Top Ten haben wir jeweils ein paar Shopperstimmen zusammengestellt, die demonstrieren, warum gerade diese Artikel so gut von den Shopperrn bewertet werden. Zwar erreichen einige der Tabakprodukte nicht die Top Ten, da die Käuferreichweite bei Tabak niedriger ist als bei Süßwaren oder Getränken, aber auch hier gab es Top-Produkte wie Lucky Strike Original Red OP oder JPS Motion, die unter den Kategorie-Käufern außerordentlich gut abgeschnitten haben.

Ferrero Kinder Duo

Den ersten Platz belegt Ferrero Kinder Duo. Mit einem Bekanntheitsgrad von 54 Prozent hat diese Neuheit die Herzen der Verbraucher erobert. Die Verpackung, in den typischen Ferrero-Farben Weiß und Rot gehalten, weckt Erinnerungen an süße Kindheitstage. Doch nicht nur das Design überzeugt, sondern auch der Geschmack. Ein begeisterter Kunde bemerkt: „Die Kinderprodukte stehen immer für Qualität und schmecken toll.“

Red Bull Aprikose-Erdbeere

Direkt hinter Ferrero Kinder Duo folgt Red Bull Aprikose-Erdbeere. Mit einem Bekanntheitsgrad von 41 Prozent bietet dieser Energy Drink nicht nur erfrischenden Genuss, sondern auch ein auffälliges Design. Eine Neuheit von der verkauf-

stärksten Artikelnummern im Tankstellen-Shop ist eine Erfolgsgarantie.

Aperol Spritz 10,5%

Auf dem dritten Platz haben wir den klassischen Aperol Spritz mit einem Bekanntheitsgrad von 31 Prozent. „Lecker und erfrischend“, so beschreibt ein Verbraucher diesen italienischen Favoriten. Die auffällige Flasche mit dem orangefarbenen Design verleiht diesem Produkt einen hohen Wiedererkennungswert. Ready-to-drink ist eben Convenience pur.

Mövenpick Marmorkuchen

Der Mövenpick Marmorkuchen erreicht einen hohen Bekanntheitsgrad durch die Absendermarke Mövenpick. Er ist ein Stück Luxus, das sich in einer edlen Verpackung präsentiert. „Die Verpackung zeigt das Produkt deutlich und ist farblich ein Hingucker“, erklärt ein Shopper. Dieser Marmorkuchen ist ein Genuss für die Sinne und eine wahre Augenweide.

Monster Lewis Hamilton Zero

Monster Lewis Hamilton Zero belegt den fünften Platz mit einem Bekanntheitsgrad von 27 Prozent. Diese Energy-Drink-Variante hat nicht nur einen starken Namen, sondern auch eine Dose, die Aufmerksamkeit erregt. „Die Dose finde ich sehr ansprechend, und Lewis Hamilton als Namensgeber ist natürlich auch super“, sagt ein zufriedener Kunde.

Cornetto Soft Cone

Die Impulseis-Kreation ist der ganz Große unter den Hörnchen. Cremiges Vanilleeis mit einem Spritzer Schokosauce in einer knusprigen Cornetto-Waffel, so der Hersteller. Die Neuheit bringt den Eisgenuss direkt in die Hand und kommt in der typischen Cornetto-Form.

Lillet Berry

Lillet Berry in der Warengruppe der alkoholfreien Getränke ist der Inbegriff eines fruchtigen Genusses. „Die Farben spiegeln die sommerliche Sorte wider, sehr schick“, so ein begeisterter Shopper.

Yfood Bar Hazelnut&Choco

Der Riegel mag auf den ersten Blick unauffällig wirken, aber der Inhalt verleiht einem einen ech-

ten Energieschub. „Die Verpackung ist schlicht und appetitlich und vermittelt den Eindruck, dass es sich um ein gesundes Produkt handelt“, bemerkt ein Verbraucher. Diejenigen, die es kennen, lieben es.

DEH Kakaocromehörnchen

Manchmal sind es die einfachen Dinge, die uns am meisten begeistern. Diese Kakaocremehörnchen sind eine wahre Versuchung. „Sie schmecken sehr gut, besonders wenn die Schokolade geschmolzen ist“, schwärmt ein Verbraucher. Die klassische Alternative zu einem herkömmlichen Schokoladencroissant ist ein perfekter Genuss für unterwegs.

Vitavato Pfirsich

Den zehnten Platz sichert sich Vitavate Pfirsich. Dieses erfrischende Getränk überzeugt trotz niedrigem Zuckergehalt. „Sieht gut aus, mit Verweis auf weniger Zucker“, bemerkt ein Shopper. „Der Pfirsich und die Blätter vermitteln mir eine

Umfrage per POSpulse-App

Die Bormann & Gordon/POSpulse-Umfrage unter Tankstellen-Shopperrn zu den Convenience-Best-Produkten ist im August 2023 durchgeführt worden. Die Ergebnisse basieren auf einer Umfrage, umgesetzt mit der POSpulse-App „Street-spot“. Shop-Kunden bewerteten die Produkte anhand von Bildern und gaben Feedback zur Bekanntheit und Kaufrate.

Eigenmarken

Convenience-Spezialist Lekkerland hat erneut drei hervorsteckende Eigenmarken-Produkte benannt. Die Nachfrage nach Frische Convenience, Produkten, die gekühlt und verpackt für den Sofortverzehr angeboten werden, nimmt zu. Mit Go Fresh bietet Lekkerland ein entsprechendes Sortiment. Im Jahresvergleich tat sich das Sandwich Sweet Chili Chicken mit dem stärksten Absatzwachstum hervor. Die Rezeptur mit Krautsalat, Hähnchenfilet und süßem Chilirisip kam gut an. Auch Nüsse erfreuen sich als Snack weiter zunehmender Beliebtheit. Darauf setzt der neue Mr. Knabbits Nuss-Mix in drei Sorten: Würzig als Chili & Lime, geräuchert als Smoked & Salted Mix und süß als Honey Roasted Nut Mix. Abgerundet wird die Auswahl durch den Gewinner des diesjährigen Eigenmarkenliebblings der Fachzeitschrift Lebensmittelpraxis im Bereich Getränke: Durstlöscher. Außen bunter Regenbogen, innen pink – setzt die Regenbogen Edition mit Multi-Fruchtgeschmack ein klares Statement für Toleranz und Vielfalt. Das Design des Trinkpackchens sorgt für Beachtung – auch in den sozialen Netzwerken.

angenehme Erfrischung für den Sommer, das eher simple Design gefällt mir recht gut.“

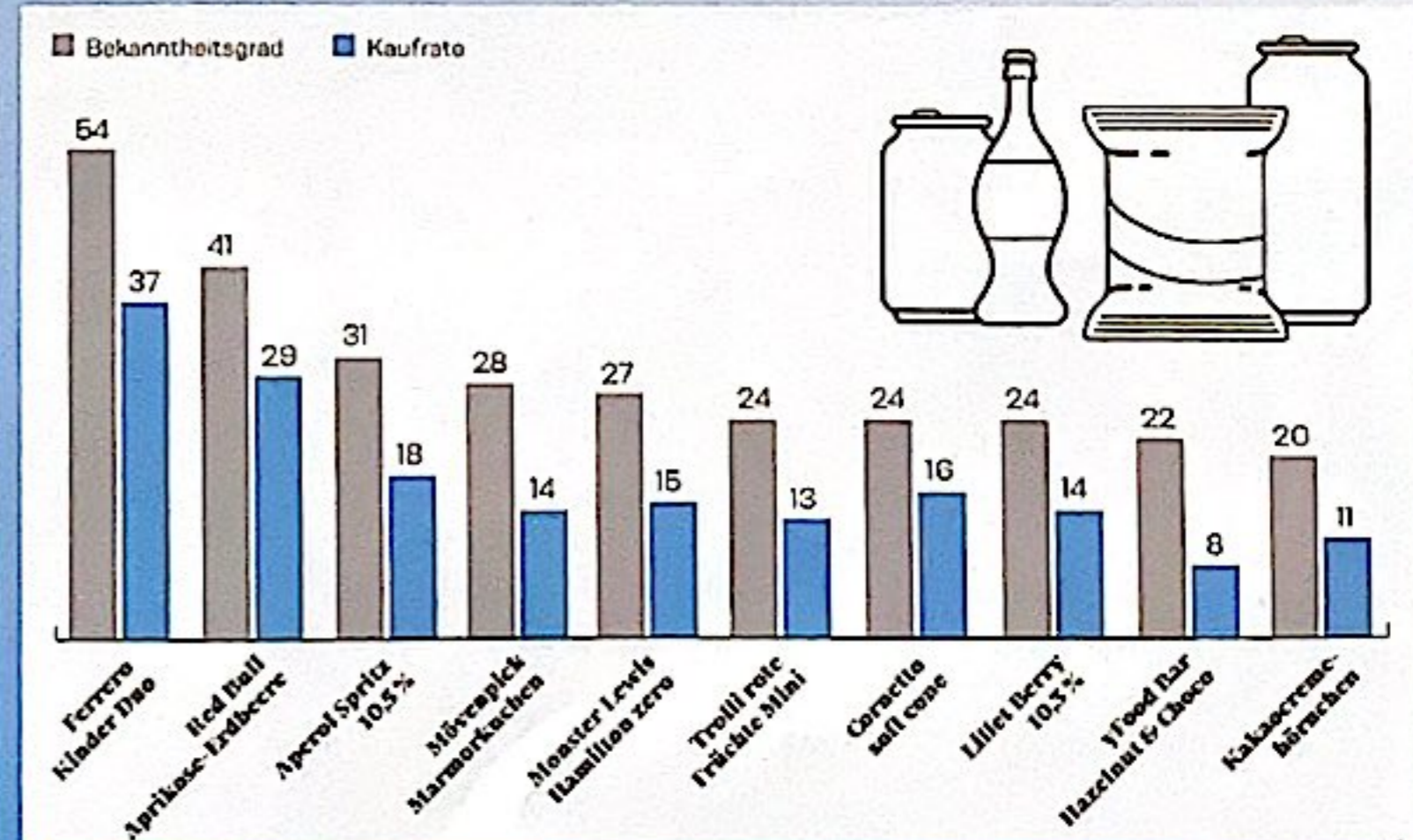
Produkte präsentieren

Diese Produkte haben nicht nur die Shopper erreicht und überzeugt, sondern auch unsere Geschmacksnerven getroffen. Mit ihrem einzigartigen Design und ihrem verführerischen Geschmack haben sie sich ihren Platz in der Welt der Convenience-Produkte verdient.

Die Shop-Betreiber sind aufgefordert, die Neuheiten auch am POS hervorzuheben, damit der finale Impuls „im Moment der Wahrheit“ – bei der Kaufentscheidung – auch stattfindet. Wenn das gelingt, sind Zusatzumsätze in der Kasse sicher. Wir brauchen wieder mehr Impulskäufe. Das wird aus den Bormann & Gordon-Untersuchungen im Shopper Monitor Tankstelle sehr deutlich. Denn der Anteil der Impulskäufe in den Tankstellen-Shops ist noch immer bei der Hälfte des Wertes „vor Corona“. Neuheiten können helfen, das Potenzial auszuschöpfen.

DIE BESTEN CONVENIENCE NEUHEITEN 2023

Aus Sicht der Shopper. Angaben in Prozent.



Quelle: Bormann & Gordon/POSpulse - Umfrage unter Tankstellen-Shopperrn zu Convenience Best Produkten, August 2023