

BioHandel

Fakten – Trends – Perspektiven

VERKANNTES SCHÄTZE

Raritäten aus der Nische holen

Blütensalz, Lupinenmehl, Bambustee ... Mauerblümchen im Regal aufgewacht! Mit Vorstellung und Verkostung, Tipps und Dips kann man den Kunden etwas Besonderes bieten und Lust auf die Exoten des Sortiments machen. // Sylvia Meise

In „Renner- und Penner“ unterteilen Großhändler ihre Waren – und meinen mit „Pennern“ natürlich jene, die wie Blei im Regal liegen. Dabei handelt es sich meist um wirklich gute Sachen. Es gibt verschiedene Gründe, warum sie sich dennoch nicht gut verkaufen: Manches bleibt liegen, weil es kaum einer kennt, anderes ist out, wie beispielsweise frische Aloe Vera-Blätter. Oder der Ladner hat einfach schon viele verschiedene Tomatenpürees

das es im Supermarkt um die Ecke nicht gibt.“ Aber er weiß auch, dass seine Abnehmer „nur wenig Zeit haben zum Nachdenken, zum echten Informieren und zum Finden einer eigenen Position am Markt.“ Als Service arbeitet er deshalb selbst zusammengestellte Lieferanten- und Warenporträts in seine Preislisten ein. Vielleicht ist die Botschaft ja angekommen, denn er registriert seit kurzem die Wende: „Jetzt werde ich zunehmend gefragt, ob ich etwas anderes habe als die anderen.“

In Bio-Markt ist durchaus Spielraum nach oben, aber die Konkurrenz wird stärker. Wer sich abheben will, muss schon etwas bieten, das auffällt – und dafür eignen sich gerade Produkte, die noch nicht in aller Munde sind. Im Grunde ein Heimspiel für den Fachhandel: Wer könnte besser beraten? Hier eine Auswahl von verkannten Lieblingen der Großhändler, quer durchs Sortiment und mit Anregungen, wie sich mit diesen Schätzen punkten lässt. Mit guter Planung finden sich für jedes vermeintliche Mauerblümchen eine gute Aktion und der passende Anlass.



und Müsliriegel – und mag nichts Neues ausprobieren. Je nach Verbundenheit von Hersteller und Großhändler dauert es dann Wochen oder Monate und die Regalschläfer sind ausgelistet. „W sind da radikal“, gesteht Dominique Danieau von Rinklin. Was bei ihm im Frischesortiment nicht läuft, fliegt raus, sonst blockiert es nur Lagerplatz. Andreas Burk vom Bio-Korb dagegen bietet Feines gerne an, auch in kleinen Mengen. Ein Gratzwunder, denn oft heißt es: „Warum so viele Produkte nehmen, die nicht ‚vorverkauft‘, als unbekannt sind?“

Es ist natürlich eine Frage persönlicher Vorstellungen und Sortimentspolitik, was der jeweilige Laden anbieten will, aber Nischenspezialisten sind überzeugt: „Wegen Nudeln und Milch kommen die Leute heute nicht mehr. Man muss zwar Basis wie Nudeln und Sahne da haben, aber nicht mehr fünf Sorten Biospaghetti. Das frisst nur Platz. Die Kunden kommen, weil sie etwas haben wollen

Blütenregen

Obwohl Peter Mahla die Deutsche Blütenmanufaktur nicht mal auf der Pennerliste hat („leider, aber wir kriegen es nicht verkauft“) – der Wiesbadener Rosenblütensekt ist sein persönlicher Tipp. Noch exotischer anmutende Fläschchen wie Magnolien- und Lilienblütensekt sind leider ausverkauft, aber es gibt diese Geschmacksrichtungen immerhin als Sirup. Außerdem Sirupe wie rote Kastanie, Lotosblüten, Flieder oder Jasmin und – Blütensalze. Die Phiole mit bunten Kristallen sehen sehr hübsch aus, doch kaum jemand wird wissen, was man damit anfängt. Wer solche Spezialitäten verkaufen will, muss natürlich die

Korke schon mal knallen lassen. Valentinstag, Muttertag, Frühjahrs- oder Sommerblütenfest sind passende Anlässe für diese Produkte. Sie lassen sich stilvoll in Minigläsern verkosten, dazu passen Häppchen mit Frischkäse und Blütensalz.

