



MAGAZIN 3

FOOD • NONFOOD • GETRÄNKE • TOBACCO

DER LEH - MARKENMONITOR

2015



Wenn hier das aufgedruckte Muster des Vileda Actifaser Allzwecktuchs fehlt, war ein Vileda-Fan-Schweizer. Bitte Mail an fan@hornstein.com senden. Ansonst nicht vergessen. Nur für im LEH Beschäftigte.



Das Vileda Actifaser Allzwecktuch macht's möglich: Streifenfreier Glanz mit nur einem Wisch... Probieren Sie einfach das beigepackte Mustertuch aus.

Griechenlandprodukte

Neu im Regal | TK-Schwerpunkt | Frischli Weissenfels wird 25 | Grillen | Talk mit Carina Müller und Jörg Ehlen: „Innovationen sind wichtig, um regelmäßige Impulse am Markt zu setzen!“ | Nonfood | Tabakprofi

TIEFKÜHL COLLEG

Vier Seiten Fachkunde rund um den Tiefkühlbereich



Der Frische Flammkuchenteig lässt viel Raum für kreative Ideen

HENGLEIN Die Idee ist einfach genial: Der Köchin oder dem Koch die Möglichkeit zu geben, mit phantasievollen Kompositionen vor der Familie oder Freunden zu glänzen, doch die Hauptarbeit der Zubereitung anderen zu überlassen, nämlich den kreativen Profis von HENGLEIN. Dies ist wesentlicher Teil des Konzepts dieses Unternehmens, das auf die Herstellung von pfiffigen und frischen Convenience-Produkten spezialisiert ist. HENGLEIN mit seinem Hauptsitz in Wassermungenau unweit von Nürnberg hat sich mit seinen unerschöpflichen Einfällen vom Kloßteig über Spätzle bis hin zu Knödeln bei Handel und Verbrauchern einen großen Namen gemacht, übrigens auch jenseits unserer Landesgrenzen.

Brandneu im Sortiment ist der *Frische Flammkuchenteig*. Traditioneller Flammkuchen erfreut sich ja seit Jahren hierzulande immer größerer Beliebtheit. Der dünne Teig kann je nach Wunsch mit vielen unterschiedlichen Köstlichkeiten belegt werden. Genau dies macht die Philosophie von HENGLEIN aus. Hochwertige Frische-Produkte aus der Kühltheke des Supermarktes, die leicht zu verarbeiten sind und dennoch genügend Raum für eigene Koch-Ideen lassen, sind bei den Verbrauchern stark im Trend. Deshalb auch der neue *Frische Flammkuchenteig* aus dem Hause HENGLEIN. Spielend leicht und quasi im Handumdrehen lässt sich diese Kreation, die französisch *tarte flambée* genannt wird, zum Beispiel typisch nach Elsasser Art mit Sauerrahm, rohen Zwiebeln und Speck im heimischen Ofen zubereiten. Dafür muss der hauchdünne Teig von HENGLEIN ganz einfach auf

der Arbeitsplatte ausgebreitet und belegt werden. Ein besonderes Plus: Dieser Frische-Teig ist vegetarisch und lässt sich mit Gemüse und Käse bestückt auf beste Weise fleischlos genießen. HENGLEIN kommt damit dem Wunsch der wachsenden Zahl von Verbrauchern nach, die bei ihren Gerichten generell auf Fleisch verzichten möchten.

Das Unternehmen aus Wassermungenau unterstützt die Wahrnehmung des neuen Produkts mit vielfältigen Verkostungsaktionen und weiteren verkaufsfördernden Maßnahmen. Dabei berät der deutschlandweit tätige Außendienst von HENGLEIN den Handel umfassend und hilft, dass der *Frische Flammkuchenteig* auch den gewünschten Absatz erzielt. Die hauseigene Frische-Logistik sorgt für eine reibungslos Anlieferung. Außerdem spricht der signifikante Markenauftritt von HENGLEIN in Gelb eine große Käufergruppe an.

Zum dritten Mal in Folge wurde HENGLEIN in diesem Jahr zur Top-Marke in Verbindung mit größtem Marktanteilsgegewinn und größtem Käuferzuwachs im Bereich der frischen Teigwaren und Backteige gewählt. Allein dies, so scheint's, spricht für einen erfolgreichen Start des neuen Produkts in den Markt. Der *Frische Flammkuchenteig* aus dem Hause HENGLEIN steckt in einer Packung von 240g und kostet zwischen 1,39 und 1,49 Euro.

Die unterschiedlichen Teige von HENGLEIN verführen die Verbraucher geradezu, immer wieder etwas Neues auszuprobieren. Die Firma forciert das sogar und spart nicht mit interessanten Rezeptvorschlägen. Die werden von den Verbrauchern gern angenommen, so dass es zu einer regen Kommunikation zwischen dem Unternehmen

und den Anhängern seiner Produkte kommt. Dies schafft Kundenbindung. Zudem bleibt die Firma mit Tausenden von Verkostungstagen im Jahr auf den Verkaufsflächen der Märkte mit den Konsumenten im Gespräch und gewinnt viele neue Kunden hinzu. Rezeptflyer unterstützen solche Aktionen und geben den Verbrauchern zusätzlich Anreize, zu Hause dann die eigene Kreativität ins Spiel zu bringen.

Zudem unterhält HENGLEIN eine hochmoderne Frische-Logistik. Das sind die Trucks, der ganze Stolz der *Henglein* Familie. Um die 30 Kühlzüge lässt das Unternehmen durch die Republik brummen, jeder einzelne ein Unikat und eine wahre Augenweide auf der Straße. Auch sie sind für das Unternehmen eindrucksvolle Werbeträger, wenn sie landauf landab die fabelhaften Kreationen von HENGLEIN durch die Republik transportieren und immer wieder die Blicke der Menschen auf sich ziehen.

Karibik auf dem Löffel

Dr. Oetker Paradies Creme Bananen-Geschmack mit Schokosplits Sommer, Sonne und paradiesischer Geschmack in der Dessertschale.

DR. OETKER Die neue Paradies Creme Bananen-Geschmack mit Schokosplits von Dr.Oetker beschert ab Juli 2015 auch hierzulande Dessertliebhabern ein karibisches Geschmackserlebnis. Entspanntes Insel-Feeling auf dem heimischen Balkon ist mit der harmonischen Komposition aus lockerer Creme mit Bananengeschmack und süßen Schokosplits somit nur einen Löffel entfernt.

Paradiesischer Geschmack paradiesische Umsätze

Dr. Oetker Paradies Creme gehört zu den größten Sortimenten