



Es muss nicht immer etwas Außergewöhnliches sein: die Klassiker Bratwurst- und Leberkäsebrötchen neu interpretiert.

# Kunden mit Snacks überzeugen

Ein gut erarbeitetes Snack-Konzept kann Metzgern eine neue Möglichkeit eröffnen, ihre Produkte effektiver an Kunden zu bringen. Fachmann Stefan Neumair verrät wie.

*Text: Katharina Neugebauer, Fotos: FoodKonzept*

Ein Metzger zu finden, der etwas über sein Snack-Konzept erzählen möchte, erweist sich als äußerst schwierig. So sehen viele aus dem Fleischerhandwerk ein Snack-Sortiment erfüllt, in dem sie meist drei Klassiker wie Leberkäse-, Schnitzel- oder Frikadellenbrötchen anbieten. Auch stellen sich einige Metzger die Frage was sind Snacks und wie entwickelt man ein richtiges Konzept dafür.

Ein Experte auf diesem Gebiet ist Stefan Neumair, der seit Jahren mit seinem Unternehmen FoodKonzept Snack-Konzepte für den Handel, aber auch für Bäcker und Metzger entwickelt und diese fachmännisch berät. Er erläutert, was das Problem bei diesem Thema ist: „Der Metzger hat in seiner Produktpalette so tolle Produkte, um einen großartigen Snack zu machen. Er tut es aber nicht. Während der Bäcker eigentlich nur das Brot hat und daraus ein tolles Konzept kreiert.“ Hier spielen vor allem die Erwartungshaltung der Kunden eine entscheidende Rolle. Kunden suchen einen Snack wie etwa ein belegtes Brötchen gar nicht beim Metzger, sondern gehen mit dieser Erwartung zum Bäcker oder an die Vorkassenzone im Lebensmittel-einzelhandel. Genauso erwartet man dafür beim Bäcker keinen Mittagstisch, sondern sucht diesen wieder-



Der potentielle Snack des Monats: ein Wrap mit Hühnchen.

um beim Metzger. Laut Neumair muss man das Snack-Konzept daher in drei Kundengruppen aufteilen. Bäcker, Metzger und der Lebensmitteleinzelhandel haben jeweils unterschiedliche Ansprüche und Ziele. „Ich habe festgestellt, dass diese drei Gruppen den Snacks nicht die ausreichende und notwendige Bedeutung schenken“, so der gelernte Küchenmeister.

Ihm geht es bei der Beratung seiner Kunden nicht darum, ihnen zu erklären, zusätzliche Artikel ins Sorti-

Anzeige

## Genuss auf die Schnelle

Sandwiches sind die erste Wahl für Snacks on the Go und Mittagsangebote. Dabei wird dem Bäcker die größte Kompetenz in diesem Bereich zugeschrieben.

Konsumenten erwarten Qualität, Geschmack und Abwechslung und sind auch bereit, mehr dafür zu zahlen. Bringen Sie mit unserem Sortiment an Baguettes, Focaccia und weiteren Brotspezialitäten Abwechslung in Ihre Sandwich-Auslage.

Mehr Information?  
[www.vandemoortele.com](http://www.vandemoortele.com)



Vandemoortele  
PROFESSIONAL





Einen vegetarischen Snack sollte der Metzger auch anbieten.

**„Die Kostprobe kann  
über kleine belegte  
Häppchen erfolgen.“**

—  
*Stefan Neumair*

ment zu nehmen, um einen tollen Snack zu kreieren. Sondern vielmehr darum, „die Metzger zu animieren, diesen Snack als Transportmittel zu nutzen, um die Qualität und um die Produkte in eine andere Betrachtungsweise bei ihren Kunden zu bringen“.

Neumair beleuchtet diese Strategie genauer an einem ausgedachten Beispiel. Man solle sich vorstellen, man steht vor einer Theke beim Metzger und wundert sich, warum ein Produkt einen anderen 100-Gramm-Preis hat als beispielsweise an der Bedientheke im Supermarkt oder aus der SB-Kühltheke. Der Metzger argumentiert hier vor allem damit, dass er ein Handwerksbetrieb ist. Doch was alles dahintersteckt, ist eben nicht schnell erklärt. Hier müssen wiederum Begriffe wie Regionalität, Einkauf, Transport oder Tierwohl in den Vordergrund rücken. Doch die Verkäufer hinter der Frischetheke haben nicht die nötige Zeit und eventuell nicht das Wissen, um es dem Kunden fachgerecht und ausführlich zu erklären. Auch der Kunde nimmt sich nicht die Zeit dafür.

Es sei der falsche Weg und auch Ort, den Kunden an der Theke mit Argumenten für ein Produkt überzeugen zu wollen. Dagegen könne ein Snack eine geschmackliche Überzeugung sein. „Die Kostprobe kann über kleine belegte Häppchen erfolgen. Das ist die Geburtsstunde des Snacks“, so der Fachmann.

#### **DIE VERPACKUNG HAT MEHR ALS EINE FUNKTION**

Immer wichtiger beim Thema Snacks ist zudem die Verpackung, auch mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit. Sei es nun Mehrwegbecher für den Kaffee auf dem Weg ins Büro oder eine Verpackung für ein Tomaten-Mozzarella-Baguette. Das richtige Drumherum ist laut Neumair ein Verkaufsargument, was dem Kunden zeigen kann, dass der Snack auch nach ein paar Stunden noch geschmacklich gut ist. Er empfiehlt für die Snacks besondere Verpackungen, die die Produkte hervorheben, möglichst lange frisch halten und den Kunden daraus gut essen lassen. Der Kunde werde dann außerdem mit einer ansprechenden Verpackung in der Hand zum (un)freiwilligen Markenbotschafter. ♦

Anzeige



Service 24 h  
bundesweit  
für alle  
Fabrikate!

*Wo andere aufgeben,  
fangen wir erst an*

Stephan Gebhard HandelsGmbH



Roigergasse 25 92559 Winklarn geb.hgmbh@t-online.de metzgereibedarf.online  
Individuelle Imbisseinrichtungen – Individueller Bau von Verkaufsautomaten mit Service

HighSpeed Garen mit Merrychef und Convotherm





Auch in einem Laugenbaguette macht sich die Bratwurst sehr gut.

Vegetarisch oder vegan bietet der Metzger im Bereich Snacks meist eher wenig bis gar nichts an. Wohingegen der Bäcker eine große Auswahl hat. Hier sind es aber weniger die Fleischersatzprodukte, sondern meist belegte Brötchen mit Tomate-Mozzarella, ein Aufstrich mit Hummus oder etwas mit Avocado. Laut dem Fachmann sind es vor allem die Jüngeren, die zu fleischlosen Produkten greifen oder häufiger nachfragen. Möchte der Metzger diese Zielgruppe auch erreichen, sollte er sein Sortiment in diesem Bereich erweitern.

#### STORYTELLING IST DAS A UND O

Mit einem Bäcker hat Neumair vor kurzem ein neues Snack-Konzept entwickelt, das auch leicht auf das Fleischerhandwerk angewandt werden könne. So haben sie zusammen geschaut, welches Produkt eventuell gegen ein aufregenderes Produkt getauscht werden muss. Der zweite Schritt war die Einführung eines „Snack des Monats“ – ein Salat, ein Wrap, ein Joghurt mit Früchten oder eine Stulle. Hierbei geht es vor allem um Storytelling, und das jeden Monat erneut, um Kunden darauf aufmerksam zu machen.

Die Snacks werden entsprechend fotografiert und eine Kampagne wird für Social Media vorbereitet. In der Filiale selbst sollte ebenfalls Werbung geschaltet werden, durch Poster, Tischaufsteller oder auch eine Banderole zum Einwickeln der Snacks.

Neumair rät außerdem, das Sortiment nicht allzu oft zu ändern. Ein gutes Snackprogramm sollte aus ungefähr sechs bis maximal neun Angeboten bestehen. Mit jeweils drei Sorten von unterschiedlich belegten Brötchen – je aufwendiger so entsprechend höher der Preis. Dabei gebe es eine Schmerzgrenze, die der Kunde bereit sei zu zahlen. Diese liege zwischen acht und neun Euro für einen hochwertigen Snack plus einem heißen Getränk.

Stefan Neumair ist im Moment auch mit einem weiteren Metzger im Gespräch, um ein Snack-Konzept zu entwickeln, beziehungsweise das Geschäft anzukurbeln und neuen Schwung zu verleihen. Auch arbeitet der Fachmann mit Kennern aus der Branche an weiteren Projekten, um das Thema für Metzger attraktiver zu machen und zu zeigen, was alles möglich ist. „Der Metzger ist es wert, über Snacks nachzudenken, und er muss es auch, um ein neues Medium zu finden, um seine Produkte werblich besser zu präsentieren.“

Dass dies mit viel Arbeit verbunden ist, dürfte ebenso klar sein. Doch wie ein aktuelles Beispiel zeigt, kann es funktionieren. Die Metzgerei Matzner aus Neuss hat mit ihrer 9BarDeli (afz 27/2024) das Thema Snacks weiterentwickelt und profitiert davon, denn die Geschäfte laufen gut. ♦

♦ [www.foodkonzept.eu](http://www.foodkonzept.eu)



# UNSERE SNACK-VIELFALT

INNOVATIVE IDEEN  
IN DEN TRENDSEGMENTEN  
VEGAN & AUF FLEISCHBASIS

SNACKS FÜR  
DIE TIEFKÜHLUNG  
UND KÜHLUNG



Chicken Balls  
CHILLI CHEESE STYLE

Chicken Balls  
GUACAMOLE STYLE

Veggie  
Frikadellen  
AUS SOJA

Falafel  
AUS KICHERERBSEN