

# Die Entwicklung der Convenienceproduktion

Von Peter Laternser

Moderne Convenienceprodukte sind mit der Qualitätsentwicklung untrennbar verbunden. Doch die Zeit der billigen Convenienceprodukte hat heute in der Schweiz den Höhepunkt bereits überschritten. Das Beispiel des Guggeli-Vermarkters Kneuss zeigt diesen Trend exemplarisch.

Convenienceprodukte sind aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Sie sparen dem Konsumenten Zeit und Geld. In der Regel sind es typische Massenprodukte, die einem starken Preis- und Konkurrenzdruck unterliegen. Diese Situation führt früher oder später zu einer Abwertung

dem Proforma-Salatblatt lassen grüssen.

## Lieferservice

Solche Konstellationen führen in der Regel zu Reaktionen der Konkurrenz. Zurzeit bieten immer mehr Anbieter, z. B. die Orior Menu AG in Böckten, mit



in das Take-away-Geschäft einzusteigen oder ein bestehendes Konzept auszuweiten.



## Integrale Convenience

Eine andere Strategie fährt der Guggeli-Spezialist Kneuss, der realisiert hat, dass Convenience heute beim Rohstoff, in seinem Fall beim Guggeli, beginnt. Bei der Aufzucht, bei den Futtermitteln, bei der Schlachtung, der Reifung des Fleisches und der ökologischen Ausrichtung der ganzen Produktionskette. Das ist Qualität als Denkhaltung.

des Produktes in Bezug auf die Qualität. Und hinterlässt bei vielen Konsumenten nur noch unguete Gefühle. Die Sandwiches mit der undefinierbaren sauren Schmiere und

ihrem Lieferservice hochwertige, frisch vorgekochte Fertigménüs für Kantinen, Bäckereien, Metzgereien oder andere Food-Detaillisten an. Damit soll den Konsumenten, die

heute mit den Standardconvenienceprodukten unzufrieden sind, eine höherwertige Alternative geboten werden. Für die Detaillisten bedeuten solche Lieferanten die Chance,

Er stellt sich damit beinahe auf die gleiche Stufe, wie die japanischen Produzenten des ultimativen Luxusproduktes Kobe-Beef, bei dem die Rinder eine Aufmerksamkeit, Pflege, Massage und medizinische

**EISENRING LYSS AG**  **100% INOX**  
*Die Staplerprofis*

Industriering 46    Tel.: 032 384 71 61  
3250 Lyss    info@eisenring-lyss.ch



Betreuung geniessen wie bei uns Spitzensportler.

**Das Preis-Paradoxon**

Damit kommt bei Kneuss ein Paradoxon zum Tragen, das die Chance der ganzen Schweizer Lebensmittelindustrie und des Detailhandels darstellt: Billigprodukte können nie billig genug sein!

Bei ehrlichen Qualitätsprodukten jedoch spielt in unserer Überflusgesellschaft der Preis plötzlich eine untergeordnete Rolle. Weil der Konsument erkennen kann, dass

gehandhabt werden. Der Preis richtet sich nach dem Nutzen für den Käufer.

Daher können portionierte, kochfertige und konsumentengerechte Geflügelteile angeboten werden mit einem hohen Conveniencecharakter und hoher Käuferakzeptanz.

Das heisst, der Konsument, die Konsumentin braucht keine vertiefte Zerlege- und Kochkompetenz mehr, um zu einem schmackhaften hochwertigen Essen zu kommen. Der Nutzen liegt für den Konsumenten auf der Hand.



das Produkt einen Mehrwert darstellt, den er tatsächlich nutzen kann. Wer Geflügel selber zubereitet und isst, kennt das Problem: Der Abfall und die Reinigungstücher wiegen schwerer als der Teil, den man schlussendlich gegessen hat. Bei den Geflügel-Convenienceprodukten bleiben nach dem Essen nur positive Erinnerungen.

Davon profitiert auch das Unternehmen Kneuss: Man darf bei diesen Produkten nachfragen, wie die Tiere gefüttert werden. Weil das Gewicht des Fleisches nicht mehr das einzige Preisargument ist, kann die Preisgestaltung flexibler

Die Ausrichtung eines Unternehmens auf diesen Typ von Convenienceprodukten ist allerdings nichts für Leute, die nur schnelles Geld verdienen wollen. Die Arbeit ist einerseits personalintensiv, und verlangt andererseits nach einer Organisation, welche den Begriff Dienstleistung verinnerlicht hat.

Das Angebot von Kneuss entspricht deshalb nicht nur dem Detailhandel: Es entspricht auch den Einkäufern anderer Hersteller von Convenienceprodukten, es entspricht der Gastronomie, und es entspricht vor allem den Konsumenten. Ω



**interpack**  
PROZESS UND TECHNIK

**Düsseldorf**  
12. - 18. Mai 2011  
Halle 12  
Stand E24 / F23

**PAGO**  
Für Ihren Erfolg

**On-Pack-Promotion mit PAGOMedia®**  
Erfolgreich am POS

Pagomedia Etiketten mit Gewinncodes oder eingelegten Give-aways sowie auffällig bedruckte Multipack-Sleeves sind responsstarke Verkaufsförderungsmittel direkt am Point of Sale. Für die automatische Applikation der Etiketten auf Ihre Produkte bieten wir nebst kompletter Etikettiertechnik auch einen schnellen Etikettierservice an.

Pago AG · 9472 Grabs SG  
[www.pago.com](http://www.pago.com)



**PAGO Etikettierservice** Wir etikettieren und sleeveen für Sie!