

Fußball-EM steigert Grill- und Knabberlust

Die Lebensmittelbranche sich zur Fußball-EM Umsatzsteigerungen in den klassischen Segmenten Softdrinks, Bier und Knabbereien. Beim (Grill)-Fleisch ist zudem das Wetter in der warmen Jahreszeit entscheidend. Die Fleischer setzen auf fußballnahes Marketing.



Das spezielle Fußball-EM-Marketing wurde beim Knabbereien-Hersteller Kelly's schon im Vorjahr fixiert. So gibt es „National-Chips“ mit Schweinsbratengeschmack in rot-weiß-roten Packungen mit „Immer wieder Österreich“-Aufdruck. Vom Konkurrenten Lorenz Snack World hieß es, dass die EM ein Absatzhöhepunkt ist. Diesen begleitet man mit speziellen Promotions und Artikeln. Die Erfahrung zeige, dass in dieser Zeit durchschnittlich um 25 bis 50 Prozent mehr geknabbert wird als in Vergleichszeiträumen ohne Sport-Großereignis.

Selbes gilt auch für Fleischverarbeiter – wie beispielsweise der Wiener Firma Radatz und dem Kärntner Unternehmen Karnerta. Beide treten im Match um mehr Absatz jedenfalls mit eigens kreierten Fußball-EM-Angeboten und auch Gewinnspielen an. Karnerta hat sein Sortiment bei Würsteln und mariniertem Fleisch eigens für das Fußballereignis erweitert. Das Onlinebestellservice wurde adaptiert. Radatz bietet eigens geschaffene Wurst-Mixes an.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at