



Welche Mechaniken zur Förderung des Abverkaufs sind „hot“? Mit welchen Mehrwert-Aktionen versuchen die Markenartikler die Shopper zu begeistern? Ein Mal im Monat und exklusiv in Lebensmittel Zeitung direkt gibt das Promotionbarometer der UGW dazu Antworten. Zusammen mit Nielsen wertet sie über 8.500 POS- und VKF-Aktionen aus und gibt dadurch eine wichtige Hilfestellung bei der Promotionplanung und -beobachtung.

Übergrößen und Zugaben sind top

Der Blick auf den März 2010 zeigt, dass es insbesondere die „hard-selling-Aktionen“ wie Übergrößen, Zugaben und Bundles sind, die – über alle Warengruppen des LEH hinweg – angeboten werden. Bei Bundles handelt es sich um Koppelangebote von Produkten, die entweder in Multipacks oder mit einem anderen Produkt einer anderen Warenkategorie zusammen verkauft werden. Hard-selling-Aktionen werden bereits seit einiger Zeit von Händlern favorisiert, und das kommt auch in der jährlich von UGW und Lebensmittel Zeitung erstellten Trendstudie „POS-Marketing-Report“ zum Ausdruck. Man kann sagen,

dass Endkunden bei diesen Mehrwertangeboten besonders gerne und verstärkt zugreifen. Die seit einiger Zeit festzustellende Zunahme von Gewinnspiel-Aktionen lässt sich – trotz geringer Verluste im März – durch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom Januar erklären, das die Koppelung von Warenkauf und Gewinnspielteilnahme erleichtert.

Gernot Lingelbach

Geschäftsführer UGW



Voten Sie für die beste Aktion ...



Voten Sie für die beste Aktion auf Seite 27 – und gewinnen Sie! Jetzt können Sie die beste Aktion des Monats wählen und dabei eine Reise sowie weitere attraktive Preise gewinnen. Mitmachen können nur Beschäftigte des Lebensmittelhandels. Am besten schreiben Sie eine **SMS** an die Nummer **0170-3260810** mit dem Stichwort „**promo**“ und der Nummer Ihrer favorisierten Promotion (**Beispiel: promo 3**). Leerzeichen beachten! Es entstehen dabei lediglich SMS-Kosten laut Ihrem Vertrag (keine Premiumnummer, kein Abo). Oder schreiben Sie eine **Postkarte** mit Aktionscode, Ihrer Adresse und Firma an

Lebensmittel Zeitung direkt,
Kennwort Aktion des Monats,
60264 Frankfurt am Main.

Der Einsendeschluss ist der 22.04.2010, der Rechtsweg sowie Barauszahlung sind ausgeschlossen.



- 1. Preis:**
Eine Woche in einer Ferienwohnung auf dem Weingut Männle im „Goldenen Weindorf“ Durbach für 2 Personen
- 2. Preis:**
1 Magnum-Flasche Sekt
- 3. Preis:**
1 Kiste Premium-Sekt



... und gewinnen Sie!

Lebensmittel Zeitung direkt verlost unter den Teilnehmern der Abstimmung eine Reise in eine der schönsten Weingegenden von Baden und ganz Deutschland. In der Ortenau, der malerischen Region zwischen Rheinebene und Schwarzwald, verbringen Sie eine Woche in einer komfortablen Ferienwohnung auf dem Weingut Männle im „Goldenen Weindorf“ Durbach (An- und Abreise sind nicht inklusive). In dem Erholungsort empfiehlt sich ein Besuch der lokalen Winzergenossenschaft nebst Weinprobe und Kellerführung. Die Fachwerkhäuser und uralten Winzerhöfe der Region können auf kilometerlangen, gut ausgeschilderten Wanderwegen entdeckt werden – zu Fuß oder auf dem Rad. Gerade jetzt im Frühjahr verwandelt sich das Tal in ein Blütenmeer. Dazu laden die nahegelegenen Städte Straßburg, Heidelberg oder Freiburg zu Ausflügen ein.



Zur rechten Zeit

Unter seiner Marke „Jürgen Langbein“ nutzt der Feinkostspezialist Rila die Spargel-Saison zu einer groß angelegten Aktion mit den Klassikern Spargel-Rahm-Suppe und Sauce Hollandaise. Zum Start der Spargel-Saison, die vom 15. April bis 30. Juni 2010 dauert, bietet das Feinkost-Importhaus aus Stemwede das Duo als Zweitplatzierung und bietet Deckenhänger an. Die Saisonprodukte werden vorkommissioniert als sortenreines Display oder als Kombidisplay auf Viertel-Chep-Paletten. Als Zugabe erhalten die ersten 300 Märkte ein Spargelbuch mit den „Besten Rezepten und Einkaufstipps“.

- Warenklasse: **Feinkost**
- Aktionszeitraum: **15. April bis 30. Juni 2010**
- Aktionscode: **promo 1**



Tipp auf Ricola

Der Schweizer Bonbonfabrikant Ricola aus Laufen nahe Basel führt mit seinem deutschen Vertriebspartner Klosterfrau ab 26. April 2010 das WM-Tippspiel „Echt weltmeisterlich“ auf der Internetadresse www.ricola-meisterschaft.de durch. Hauptpreis ist eine Sommerparty nach Vorstellungen und Wünschen des Gewinners. Teilnahmechluss ist der 11. Juli 2010. Im Aktionszeitraum können Händler 100er-, 200er- und 300er-Sonderdisplays bestellen. Die Ware wird mit Leporellos ausgestattet, die Informationen über das Tippspiel enthalten. Promotion-Teams werden zudem am Verkaufsstand Flugblätter und Werbegeschenke verteilen.

- Warenklasse: **Süßwaren**
- Aktionszeitraum: **26. April bis 11. Juli 2010**
- Aktionscode: **promo 2**



Abfahren am POS

Drei exklusive Buggys im Jever-Design stehen als Hauptgewinn im Mittelpunkt einer Frühjahrspromotion des zur Radeberger-Gruppe gehörenden Brauhauses Jever. Die Aktion unter dem Motto „Genau meine Tour!“ dauert bis 2. Juli 2010. 5.000 Handelspartner hat die Brauerei für die Aktion ausgewählt. Die Kunden sollen einen Gewinnspielcoupon am Point-of-Sale ausfüllen und in eine Losbox einwerfen oder im Internet auf www.jever.de mitmachen. Zusätzlich gibt es, solange der Vorrat reicht, zu jeder Kiste Jever eine Kühltasche dazu. In rund 300 frequenzstarken Märkten sind Mehrpaletten-Platzierungen vorgesehen.

- Warenklasse: **Bier**
- Aktionszeitraum: **29. März bis 2. Juli 2010**
- Aktionscode: **promo 3**



Fahrkarten für Fans

Ferrero ruft unter dem Motto „Fan Connection“ eine Aktion anlässlich der WM aus. Gemeinsam mit der Deutschen Bahn lässt der Markenartikler eine mit dem Aktionslogo gekennzeichnete Lok mit Intercity-Zügen quer durch Deutschland fahren. Dahinter steht eine Sammelpunktaktion: Punkte auf den Verpackungen etwa von Duplo, Hanuta, Milch-Schnitte oder Yogurette können bis 12. Juli 2010 gegen Sachpreise wie eine Fan-Mütze, einen Fußball, ein Trikot, einen Rucksack oder eine Trainingsjacke eingelöst werden. Weitere Prämien sind eine DB-Fahrkarte, ein Drei-Monats-Abo der Zeitschrift „Kicker“ oder das Mobiltelefon „Xtra Pac Nokia 2330“ von T-Mobile.

- Warenklasse: **Süßwaren**
- Aktionszeitraum: **1. April bis 12. Juli 2010**
- Aktionscode: **promo 4**



Für die Katze

Nestlé Purina Pet Care unterstützt seine Katzenfutturmärke: Im Rahmen der „Gourmet Goldsuche“ warten 25 Goldbarren à 500 Euro auf ihre Gewinner. In der Aktionspackung finden sich sechs „Gold-Menüs“. Jede Packung enthält einen persönlichen Gewinncode. Ob dieser Code eine Glückszahl ist, erfahren die Goldsucher im Netz unter www.purina-gourmet.de oder über eine Telefonnummer. Auch unabhängig vom Kauf der Produkte können die Kunden einen Gewinncode anfordern. Einsendeschluss der Aktion ist der 31. August 2010. Der Hersteller unterstützt den LEH auf Wunsch mit Handzetteln.

- Warenklasse: **Tiernahrung**
- Aktionszeitraum: **1. April bis 31. August 2010**
- Aktionscode: **promo 5**



Marken in Aktion

Passend zum Frühlingsbeginn führt die Rotkäppchen Sektellerei in Freyburg die nationale Aktion „Mit Rotkäppchen blüht Romantik auf“ durch. In einem Gewinnspiel können die Teilnehmer 25 mal zwei Fahrräder der Marke „Diamant“ gewinnen. Der Hersteller lässt dazu in den Lebensmittelmärkten Teilnahmekarten verteilen. Die Konsumenten können unter der Adresse www.rotkaeppchen.de auch via Internet mitmachen. Begleitend finden Verkostungstage und eine Plakatkampagne statt, dazu hat der Produzent Fernseh- und Radiowerbung gebucht.

- Warenklasse: **Wein & Sekt**
- Aktionszeitraum: **1. April bis 31. Mai 2010**
- Aktionscode: **promo 6**