



Mit Snacks auf Erfolgskurs: Rund 2.500 Kunden beliefert FFS regelmäßig mit Snack-Artikeln wie Burger, Pinsas und veganen Softrolls.

It's snacktime!

Mit FFS haben die Kaisers Gute Backstube in Südbaden und Haase Feine Kost in der Hauptstadtregion einen innovativen Lieferanten an ihrer Seite.

Text: Dieter Heimig, Fotos: FFS, Haase, Kaisers

Die FFS Fresh Food Services GmbH & Co KG ist seit 23 Jahren im Außer-Haus-Markt deutschlandweit erfolgreich. Der Lebensmittel-Fachgroßhändler mit Hauptsitz in Bochum beliefert rund 8000 Kunden aus den Bereichen Gemeinschaftsverpflegung, Hotellerie und Gastronomie sowie Catering-Unternehmen, aber auch Bäckereien und Fleischer-Fachgeschäfte mit Lebensmitteln. Darüber hinaus ist das Tankstellen-Geschäft ein wichtiger Bereich. FFS

beschäftigt über 200 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von mehr als 100 Millionen Euro. Mit einem Erlösanteil von 45 Prozent ist der Bäckerei-Bereich das wichtigste Standbein. Das Produktportfolio umfasst mehr als 8000 Produkte in den Warengruppen Frische, Tiefkühlkost und ungekühlt haltbare Produkte. Davon sind rund 2100 Artikel Snack-Komponenten.

Stichwort kleiner Hunger zwischendurch: Das Bochumer Unternehmen erwirtschaftet fast die Hälfte



Auf der Erfolgsspur: Der Snack-Markt wird weiter wachsen, sagt Sonja Gellert.



Erlasene Auswahl: Ein Blick in die Theke von Haase Feinkost.

des Umsatzes im kalten und warmen Snack-Geschäft sowie Mittagstisch. Eine tragende Säule ist hier das Snack-Time-Konzept, mit dem FFS bereits seit Jahren erfolgreich ist. Der Name steht für eine Vielzahl an Snack-Rezepten, die auf die individuellen Anforderungen der Kunden wie zum Beispiel die Aspekte Standorte der Geschäfte und Zielgruppen abgestimmt werden.

„Unsere Food-Profis begleiten die Kundschaft von der Idee bis zur Profi-Rezeptmappe, damit auch ohne Fachpersonal alle Snacks an jedem Standort frisch, schnell, geling- und kalkulationssicher zubereitet werden können. Bei den Kunden vor Ort, aber auch in unserem Schulungszentrum in Bochum bieten wir außerdem Seminare und Workshops rund um das Thema an“, berichtet Sonja Gellert, die im Unternehmen für Marketing und Kommunikation verantwortlich zeichnet.

DIE TRENDS STETS IM BLICK

FFS entwickelt sein Snack-Time-Konzept kontinuierlich weiter und hat dabei stets die aktuellen Trends wie zum Beispiel die Themen „veggie“ und „proteinreich“ im Blick. Vor kurzem ist der Fachgroßhändler mit „Simply Heat & Eat“ an den Start gegangen. Der Name steht für verzehrfertige, tiefgekühlte Snacks, die vor Ort in den Geschäften nach vorherigem Auftauen in kurzer Zeit regeneriert und über die Theke gereicht werden können.

Seit kurzem im Portfolio sind die „Natura Softrolls“. Das sind vegane Teigplatten aus Weizen und Hirse, die ähnlich wie ein Wrap individuell zugeschnitten und belegt werden können. „Ab sofort bieten wir als Partner von Garden Gourmet Plant-Based Produkte für ein vielfältiges und genussvolles veganes Snack-Angebot“, so Gellert.

Unter dem Slogan „Simply Heat & Eat“ offeriert man außerdem vier Varianten Premium-Burger. Die Patties enthalten zu 100 Prozent irisches Rindfleisch und stecken in einem eigens entwickelten Brioche-Brötchen. Für die Freunde der italienischen Küche hat FFS darüber hinaus vier verschiedene Pinsa-Sorten im Sortiment.

Rund 2500 Kunden mit teilweise mehreren Filialen ordern bei der FFS Fresh Food Services GmbH regelmäßig Snack-Komponenten. Dazu gehört Haase Feine Kost mit Sitz in Berlin. Das Unternehmen beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und betreibt 14 Filialen in der Hauptstadt und Potsdam, in denen Verbraucher neben diversen Feinkostprodukten sowie Wurst- und Schinkenspezialitäten auch Snacks kaufen können.

„Wir arbeiten bereits mehr als zehn Jahre erfolgreich mit FFS zusammen und werden ein Mal wöchentlich mit Ware beliefert“,

sagt Geschäftsführer Eberhard Haase. In seinen Filialen hat das Geschäft mit Snacks und Convenience-Produkten die letzten Jahre stetig an Bedeutung gewonnen.

UNTERSCHIED ZUM LEH

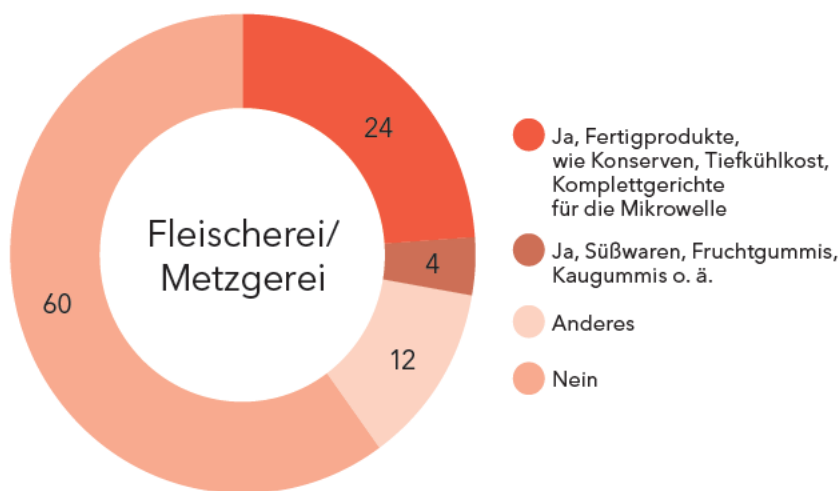
Den Umsatzanteil in diesem Bereich beziffert er auf rund 20 Prozent. „Mit einem entsprechenden Angebot können wir uns vom Lebensmitteleinzelhandel unterscheiden und eine Kundenbindung erzeugen“, betont der Inhaber von Haase Feine Kost.

Aktuell testen er und sein Team in einer Filiale die Softrolls

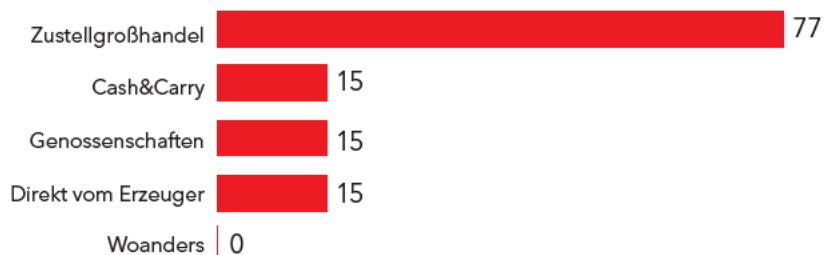
CONVENIENCE

Im Handwerk zählt handgemacht. Aber: Gut die Hälfte der Metzger reichert das Sortiment der selbst hergestellten Snacks mit weiteren zugekauften schnellen Happen an, um das eigene Angebot abzurunden.

Bieten Sie speziell im Snack-Bereich Convenience-Produkte an, die Sie nicht selbst herstellen, sondern komplett zukaufen?



Woher beziehen Sie die zugekauften Convenience-Produkte?



Angaben in Prozent.



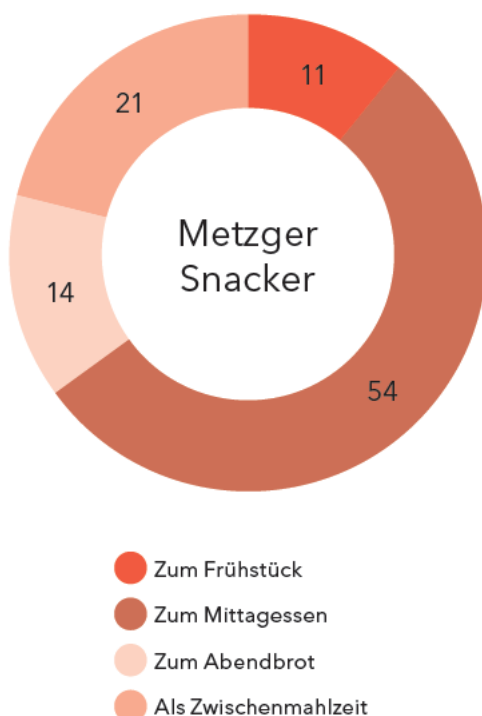
Gute Backstube: Die Bäckerei-Filialen offerieren täglich mehr als ein Dutzend Snacks.



Familientradition: Gottfried Faller betreibt 44 Bäckerei-Fachgeschäfte.

MITTAGS GEHT'S RUND

Mehr als die Hälfte der Befragten stillt den herzhaften Hunger beim Metzger zur Mittagszeit. Ein Fünftel snackt beim Fleischer seines Vertrauens auch zwischendurch.



Angaben in Prozent.

von FFS. Eberhard Haase ist sich sicher, dass künftig bei Snacks das Thema Veggie eine größere Rolle spielen wird. Die Berliner sind jedenfalls gerade dabei, eine vegetarische Bulette zu entwickeln.

Fast 20 Jahre arbeitet Kaisers Gute Backstube GmbH in Ehrenkirchen bei Freiburg mit FFS zusammen. Das Unternehmen betreibt in der Region 44 Fachgeschäfte und beschäftigt mehr als 500 Mitarbeiter. Damit gehört Kaisers Gute Backstube zu den führenden Bäckereien in Südbaden. „Wir beziehen von FFS mehr als 20 Snack-Komponenten und werden zwei Mal in der Woche mit Ware beliefert“, berichtet Geschäftsführer Gottfried Faller und betont in diesem Zusammenhang, dass der Bochumer Fachgroßhändler stets innovativ sei und aktuelle Trends aufgreife.

VEGANE SNACKS ZUNEHMEND GEFRAGT

Die Bäckerei-Filialen bieten täglich mehr als ein Dutzend Snacks an. Verschiedene belegte Brötchen sind dabei nach wie vor die Verkaufsschlager. „Wir offerieren aber auch Hamburger, Hot Dogs, belegte Bagels und veganes Fladenbrot, die bei der Kundschaft gut ankommen“, so Faller.

Stichwort Veggie. Gottfried Faller verzeichnet seit geraumer Zeit eine verstärkte Nachfrage nach veganen Snacks. „Deshalb wollen wir diesen Bereich künftig weiter ausbauen“, kündigt der Geschäftsführer an. Aber auch insgesamt dürfte das Snack-Geschäft den Wachstumskurs beibehalten. „Snacks werden ein großes Thema bleiben“, ist sich auch Sonja Gellert sicher. „Neben den weiter wachsenden gesünderen und nachhaltigeren Optionen sehen wir auch einen Trend zur Personalisierung. Die Verbraucher suchen sich aus dem vorhandenen Angebot genau die Komponenten aus, auf die sie gerade Lust und Hunger haben, und kreieren so selber ihren individuellen Snack.“ ♦