

Wozu zählen Ihre Kunden?

In vielen Industrieländern verschiebt sich der Kartoffelkonsum nicht nur von den klassischen Speisekartoffeln hin zu verarbeiteten Kartoffelprodukten, sondern nimmt auch tendenziell immer weiter ab. Um diesem Trend nicht tatenlos zusehen, hat der amerikanische Kartoffeldachverband (USPB) im Herbst 2014 in einer Umfrage das Konsumverhalten der Verbraucher im Alter von 18 bis 75 Jahren untersucht. Aufgrund des Lebensstils sowie des Einkaufs- und Kochverhaltens wurden die Konsumenten in sieben Gruppen eingeteilt, die nachfolgend kurz charakterisiert werden.

Gehaltvoll und zweckmäßig

Vorwiegend ältere Männer, für die einfache Gerichte mit geringem Vorbereitungsaufwand im Vordergrund stehen.

Kochen für die Gesundheit

Hierzu zählen vor allem Frauen, die gebildet sind und Zeit für eine traditionelle Essenzubereitung haben. Sie sind sehr gesundheitsbewusst und bevorzugen frische Lebensmittel, die sie bei Erzeugern, auf dem Markt oder in Bioläden kaufen.

Kreative Köche

In den geburtenstarken Jahrgängen der Nachkriegszeit finden sich viele Menschen, die nicht nur frisch und gesund essen wollen, sondern das Kochen auch als kreative Beschäftigung sehen.

Abwechslung liebende Restaurantgäste

Berufstätige Männer mittleren Alters, die aus Zeitgründen häufiger außer Haus essen und dabei Qualität, Frische und Abwechslung bei den Gerichten bevorzugen. Einkaufen und Kochen zählen nicht zu ihren angenehmen Beschäftigungen und müssen daher möglichst schnell und einfach zu erledigen sein.

Essen mit Geschmack

Der Geschmack sowie das gemeinschaftliche Erlebnis stehen beim Essen im Restaurant oder zu Hause eindeutig im Vordergrund. Dieses Konsumverhalten steht häufig in Verbindung mit einer besseren Einkommenssituation.

Kurz und gut

Diese Ansprüche haben vor allem Familien mit größeren Kindern. Das traditionelle Essen zu Hause ist für sie eine wertvolle Möglichkeit, um sich im Familienkreis zu treffen. Es wird dabei Wert auf Frische, aber auch auf schnelle Zubereitung der Mahlzeiten gelegt.

Keine Zeit zum Kochen

Für viele junge Leute gehört das Essen außer Haus zum typischen Lebensstil. Sie genießen aber auch das Essen im Familienkreis, um Zeit und Geld zu sparen.

Richtige Schlüsse ziehen

Für eine erfolgreiche Vermarktung ist es daher wichtig, eine klare Vorstellung von den Zielgruppen zu haben, die mit den eigenen Kartoffeln bzw. Veredelungsprodukten angesprochen werden sollen. Dies spiegelt sich aber nicht nur in der angepassten Verpackungsgröße, sondern auch in der Berücksichtigung der jeweiligen Ansprüche an Frische, Gesundheit oder Herkunft wider. So könnte es eher gelingen, den Kartoffelkonsum auch in Deutschland auf dem aktuellen Niveau zu stabilisieren und verloren geglaubte Verbraucherschichten wieder zu gewinnen.

Wir bedanken uns für die vertrauensvolle Zusammenarbeit sowie die vielfältige Unterstützung im abgelaufenen Jahr.

Gesegnete Festtage, Gesundheit und viel Erfolg wünscht das Team der Versuchsstation Dethlingen

