

Verkostungsaktion im Supermarkt - die Rekordernte muss verkauft werden

03.07.2017, 12:41 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ST-PROMOTIONS oHG*

Presseagentur: *E-review.de*

Im Juni haben in den deutschen Supermärkten die Kiwi-Verkostungen von Zespri begonnen, bei denen leckeres Obst aus Australien probiert werden kann.

Von einer Verkostungsaktion im Supermarkt profitieren alle Beteiligten - sowohl der Supermarkt, als auch die Kunden und die Hersteller bzw. Produzenten der Produkte. Gründe für eine Verkostung gibt es viele, wie zum Beispiel die Rekordernte des Unternehmens Zespri.

Durch den Einsatz weiterer Plantagen gelang es dem Kiwi-Produzenten aus Australien, die Ernte um fast 20 Prozent zu erhöhen. Die 55 Millionen Kisten Kiwis müssen nun natürlich alle verkauft werden. Für einen schnellen Absatz sollen die Roadshows samt Gewinnspiel sorgen.

Für die Lebensmittelproduzenten sind Verkostungsaktionen in Supermärkten speziell dann sehr nützlich, wenn wie im Falle von Zespri eine Rekordernte eingefahren wurde. Im Gegensatz zu Herstellern von Spielwaren, Fahrrädern oder Geschirr müssen Lebensmittel innerhalb der dafür vorgesehenen Zeit verkauft werden, andernfalls ist nicht nur ein geringerer Umsatz, sondern ein Verlust die Folge.

Supermärkte profitieren bei Verkostungsaktion durch Drittanbieter im besonderen Maße. Die Geschäftsleitung muss die Verkostungsaktion nicht selbst übernehmen, wodurch sowohl der organisatorische Aufwand, als auch die Kosten für die Promotion wegfallen. Im Idealfall sind sogar Vergünstigungen durch den Lebensmittelhersteller möglich. Ohne selbst für die Verkostungsaktion verantwortlich zu sein, profitiert ein Supermarkt durch zufriedene Kunden und einen höheren Umsatz der beworbenen Lebensmittel.

Auch die Kunden können bei einer Roadshow, wie sie von Zespri (<https://www.st-promotions.de/roadshow/>) in vielen, deutschen Supermärkten angeboten wird, ausschließlich profitieren. Denn Kiwis mag fast jeder und über einen kostenlosen Snack während des Einkaufs kann man sich nur freuen. Zudem findet manch einer, der zuvor eine andere Kiwi-Marke gekauft hat, durch die Verkostungsaktion eine neue und bessere Alternative, welche zuvor möglicherweise wegen des höheren Preises nicht in Betracht gezogen wurde.

Eigene Verkostungsaktionen im Supermarkt veranstalten

Eine Verkostungsaktion (<https://www.st-promotions.de/>) muss nicht zwangsläufig durch den Hersteller oder Produzenten einer Marke durchgeführt werden, sondern kann auch unabhängig von diesen im Supermarkt stattfinden. Das empfiehlt sich zum Beispiel bei der Einführung neuer Produkte. Möchten Sie das Sortiment Ihres Unternehmens erweitern, hilft Ihnen eine Verkostungsaktion dabei, den Geschmack der Kunden und somit die richtigen Produkte zu finden.

Gleichzeitig haben Sie auch die Möglichkeit, bereits im Sortiment vorhandene Produkte durch die Promotion zu bewerben. Auf diese Weise steigern Sie den Bekanntheitsgrad spezifischer Produkte, die nicht bei jedem Kunden bekannt sind, sehr wohl aber auf Anklang stoßen würden.

Pressekontakt:

E-review.de
Herr Long Duc Nguyen
Kiefholzstr. 263
12437 Berlin

fon ..: 03054828140
web ..: <http://www.e-review.de>
email : info@e-review.de

Portrait

Als bundesweit tätige Promotionagentur liegt der Fokus unserer Tätigkeit auf dem Erfolg unserer Kunden; wir sorgen für herausragenden und messbaren Mehrwert.

Die von uns genutzte Kommunikationsform des Face-to-Face Marketings lässt sich nicht ausblenden oder wegzappen.

So kreieren wir werbliche Kontakte, die unter qualitativen Gesichtspunkten kaum zu überbieten sind.

Mit unserer Erfahrung von über 25 Jahren und unserer Präsenz in allen großen Städten Deutschlands können wir auch kurzfristig auf die Wünsche unserer Kunden reagieren.

News-ID: 957334 • Views: 767 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/957334/Verkostungsaktion-im-Supermarkt-die-Rekordernte-muss-verkauft-werden.html>