



FOTOS: SCHMID, PRIVAT

Gastronomische Konzepte im LEH sollten die richtigen Zielgruppen ansprechen.



DER GASTRO-SPEZIALIST

Pierre Nierhaus ist Berater, Konzeptentwickler und Trendexperte. 25 Jahre lang war er selbst erfolgreicher Gastronom mit rund 13 Restaurants und bis zu 400 Mitarbeitern. Parallel dazu baute er sein Consulting-Büro aus. Heute berät er Gastronomie-Betreiber und bietet Trendreisen in internationale Gastro-Metropolen an. Pierre Nierhaus lebt und arbeitet in Frankfurt am Main.

Abgestimmt

Innovative Food-Konzepte machen die **Mittagspause im Supermarkt** interessant – sogar für anspruchsvolle Snacker. Konzeptberater Pierre Nierhaus kennt die internationalen Trends.

Herr Nierhaus, worauf muss sich die Food-Branche künftig einstellen?

NIERHAUS: Die Lebensumstände der Menschen haben sich verändert. Alles ist schneller geworden, gegessen wird unterwegs, Kochen ist persönlicher Luxus. Hinzu kommt der gesteigerte Qualitätsanspruch der Konsumenten: Essen muss heute gesund sein, trendy, vielleicht ein bisschen bio.

Wie kann der Vollsortimenter den anspruchsvollen Snacker für sich gewinnen?

NIERHAUS: Indem er ihm zusätzliche, attraktive Angebote macht. Viele Impulse kommen aus der Gastronomie. Dort wird ein Lebensgefühl vermittelt. Im Einzelhandel kommt es daher darauf an, nicht nur ein Produkt anzubieten, sondern eine Geschichte zu erzählen. Emotionen verkaufen sich nun einmal gut.

Wie setzt man ein Gastro-Konzept im Supermarkt erfolgreich um?

NIERHAUS: Neben der richtigen Inszenierung spielen auch das Handling und die Verpackung der Produkte eine große Rolle. Darüber hinaus sollte das Konzept auf die Umgebung und die Zielgruppe abgestimmt sein. Frontcooking kommt gut an, muss sich aber lohnen.

Welche Trends sehen Sie im Ausland?

NIERHAUS: In Paris gibt es in den Märkten zusätzliche mobile Kassen, wo der Kunde nur die Convenience-Produkte bezahlt. Im Food-Bereich ist die nordafrikanische, aber auch die mediterrane Küche auf dem Vormarsch. Sie werden sich auch bei uns langfristig etablieren.

Werden die Grenzen zwischen Gastronomie und Handel weiter aufweichen?

NIERHAUS: Das Angebot im Supermarkt hat sich bereits verändert. Gastro-Konzepte sind der nächste Schritt. Ich empfehle, lieber weniger anzubieten, dafür aber authentisch zu bleiben. ● KE