

# German markets: Consumer attitude to new fish products

Diversify Bremen May 24, 2017



# GLOBUS group 2017

since 189 years for its customers



**founded 1828**  
**by Franz Bruch**  
*“value for money and solid service”*



**2015:**  
*“more quality of life for more people, good products, regional variety”*  
**(Thomas Bruch)**

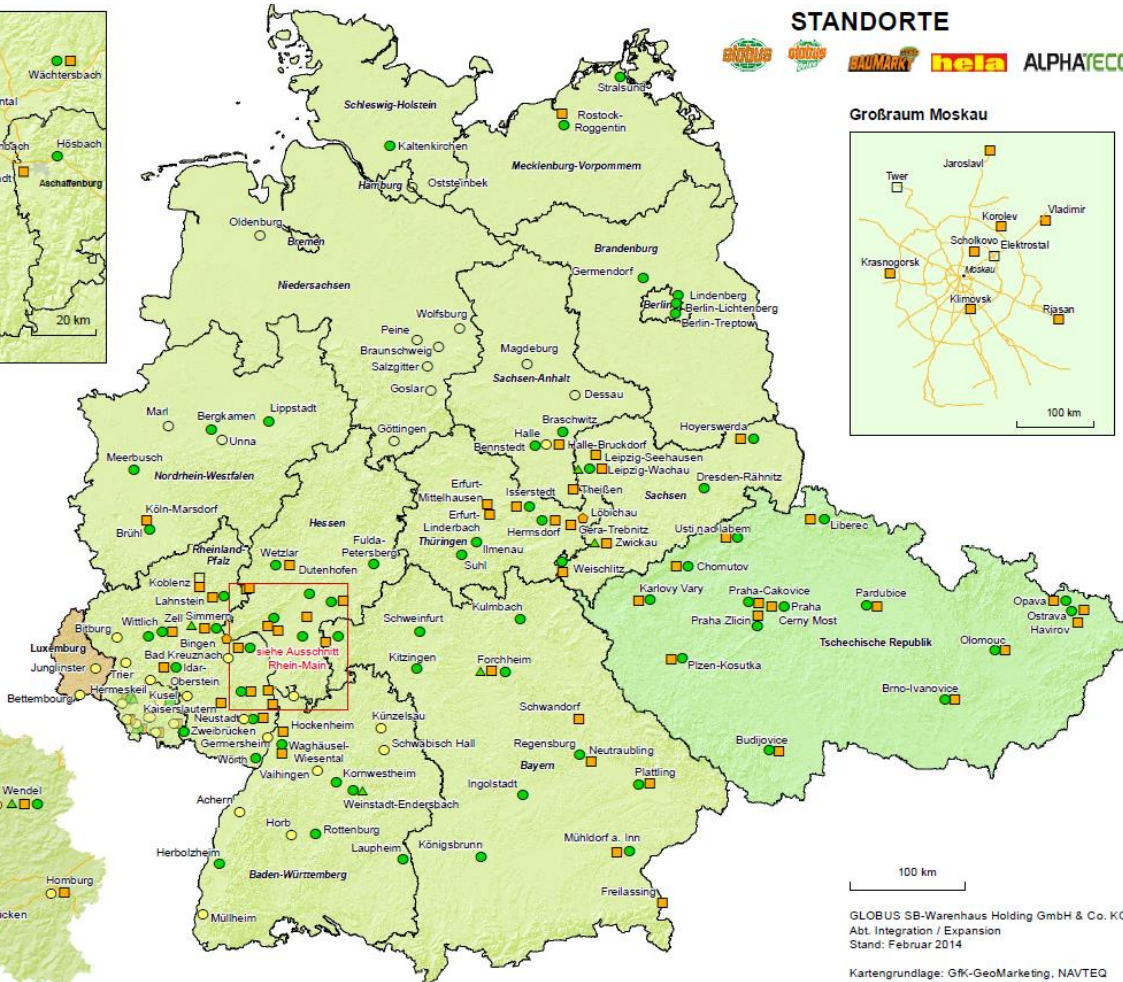
# GLOBUS group 2017



Ausschnitt Rhein-Main



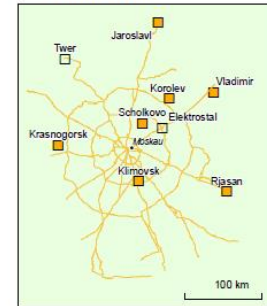
Ausschnitt Saarland



## STANDORTE



### Großraum Moskau



GLOBUS SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG  
 Abt. Integration / Expansion  
 Stand: Februar 2014  
 Kartengrundlage: GfK-GeoMarketing, NAVTEQ

- **Germany**
- 46 hypermarkets
- 90 DIY-superstores
- 8 electronic stores
- **Czech Republic**
- 15 hypermarkets with DIY-superstores
- **Russia**
- 12 hypermarkets
- **Luxemburg**
- 2 DIY-superstores
- 40.000 people
- 7,0 b € turnover



globus

Mein Markt Magazin Sortiment Marken Services Unternehmen

Startseite Sortiment Fischtheke

## Wir wissen, woher unser frischer Fisch kommt

Zurück

“ Dass Fisch frisch ist, ist für uns selbstverständlich. An unserer Fischtheke kommt es für uns aber noch auf ganz andere Dinge an: täglich frische Lieferung, sachkundige Beratung zu Fisch und Zubereitung und nachhaltiger Fischankauf gehören dazu. ”

### Frische, Auswahl, Nachhaltigkeit

Gerade beim Fischkauf ist es uns besonders wichtig, unseren Kunden beim Einkauf ein sicheres Gefühl zu geben.

Darum lassen wir unsere Fischsorten und Meerestriche an fünf Tagen in der Woche frisch anliefern. Und das nicht von irgendwoher, sondern von ausgewählten, bewährten Lieferanten. Wir wissen nicht nur, dass unser Fisch frisch ist, sondern auch, woher er kommt und wie er gefangen oder geerntet wurde. Und um unsere Kunden zu überzeugen, überzeugen wir uns zunächst selbst: mit genauer Kontrolle der Ware, die bei uns ankommt, aber auch täglich in unserem Kühlhaus. Nur so können wir Frische und Qualität garantieren.



### Unseren Fisch kann man mit gutem Gewissen genießen.

Unsere Fischverkäufer wissen nicht nur, was sie gerade in der Hand halten, sondern auch, wovon sie reden. Weil es den Beruf des „Fischfachverkäufers“ in Deutschland nicht gibt, schulen wir unsere Mitarbeiter in Seminaren und schicken sie zu Lieferantenbesuchen. Kompetente Beratung hört bei uns nicht bei genauen Kenntnissen über das Produkt, seine Herkunft und Verarbeitung auf. Unsere Mitarbeiter beraten ihre Kunden auch gerne bei der Zubereitung des Fishs – vom Rezeptvorschlag bis zu konkreten Zubereitungsideen.

Schließlich macht es uns stolz, wenn unsere Mitarbeiter auch über Exoten, die wir neu im Sortiment haben, viel erzählen können und dann auch noch Tipps zur besten Zubereitung parat haben.

### Nutzen Sie unseren besonderen Service

- Jeder Fisch wird auf Wunsch kleinstmöglich zerkleinert
- Fischkochen geht's auf Bestellung, Sie zahlen nur die Ware.
- 8-fach Jahre deutscher Fisch in Angebot

Vorbestellung nicht nur an Feiertagen:

Zettel ausfüllen und an Ihrer Fischtheke abgeben.

Markt finden

### Fragen zur Zubereitung?

Unsere geschulten Mitarbeiter geben Ihnen gerne Zubereitungstipps!



### Nachhaltiger Fischfang

An unseren Fischtheken finden unsere Kunden bis zu 80 Sorten Fisch. Damit wir ihnen auch in Zukunft eine solche Auswahl bieten können, wird das Thema „Nachhaltigkeit“ von uns sehr ernst genommen.

Mehr zum Thema Nachhaltigkeit



### MSC-Siegel

Wir fördern nachhaltigen und bestandserhaltenden Fischfang nach dem Standard des MSC (Marine Stewardship Council) und verpflichten unsere Lieferanten vertraglich zur Einhaltung dieser Regeln.

Mehr zum MSC-Siegel

# GLOBUS fish counters – characteristics & strategy

---

- **assortment in the counter: decision on store level**
- **priority on regional & local products**
- **promotion: seasonal & regional specialities**
- **growing share of in-house products (convenience products)**
- **„new“ products in the market with Cobia, wild salmon fresh: USPs**
- **training & education: most important factor of success**

## trends – what do we know about consumption?

### world

- fishery stable – aquaculture growing
- increasing demand of seafood in the BRICs, worldwide

### Germany

- driven by price, strongest retail competition since years
- fresh fish in discount stores (Aldi, Lidl) nationwide since

2014

- strong economy, but lowest food expenses
- consumer's awareness of environmental conditions

(catch, farming, processing, etc.) is growing

- awareness is influenced by NGOs

## **TILAPIA (fresh fillet, skin on), farmed in Poland, GlobalGAP**

- **April 2015 - January 2016**
- **first and only offer of fresh retail**
- **promotions & tastings in ev**
- **sales price like saithe fillet**
- **availability in the counter: every day**
- **sold volumes: very small, not growing over time**
- ➔ **farming stopped by supplier: no market in Europe**
- ➔ **same time, independently: sales stopped by**



**COBIA (fresh fillet, skin on, highest omega 3 content),  
GlobalGAP, ASC,  
off-shore farmed in Panama, delivered by flight 2x  
weekly**

- **April 2016**
- **first and only offer of fresh Cobia fillet in German retail**
- **promotions (flyers, recipe cards) every store at the beginning**
- **sales price: upper level (similar to tuna)**
- **availability at most count**
- **sales volume: small, depending on tastings/promo,**





## SCOTTISH SALMON (fresh fillet, skin on, GlobalGAP certified)

- at GLOBUS since April 2016
  - „usual“ promotion
  - sales price similar to Norwegian salmon
  - availability at every counter
  - sales volume: stable, growing
- ➔ high customer acceptance
- ➔ well-known species
- ➔ alternative to Norwegian salmon
- ➔ Scotland = pure nature



## **CONCLUSIONS, LEARNINGS**

- low acceptance of new species**
- introduction needs time, people are eating what they already know**
- tastings absolutely necessary**
- stable, continuous supply/ logistics necessary**
- information about product, origin in every channel**
- investment of all partners in the chain necessary**
- price is important**

**Thank *you* for your participation and  
commitment!**