

# Frish(e) am Start

**Die Zeichen stehen auf grün:** Im neuen Flugsteig A am Frankfurter Airport präsentiert Casualfood, der Spezialist für Reise-Verpflegung, ein neues Format: Natural nennt das Unternehmen die grüne Alternative zum bewährten Quicker´s-Konzept.

**Casualfood hat wieder Neuland betreten und seinen fünf Konzepten für Airport-Gastronomie gepaart mit Convenience-Angeboten ein sechstes hinzugefügt.** Zunächst waren es nur zwei Natural-Mobile, die den wartenden Passagieren gesunde, natürliche und schnelle Zwischenverpflegung ans Gate brachten. Im vergangenen Oktober wurde daraus eine feste Einrichtung am Flugsteig A-Plus. Ca. neun Millionen Fluggäste sollen dort im Jahr abgefertigt werden. Der Airport Hannover zählte 2011 5,3 Mio. Reisende. Ein mutiger Schritt von Casualfood vor dem

Hintergrund, dass das neue Format auf der Airside eines neuen Flugabfertigungsbereichs liegt, dessen Kinderkrankheiten noch nicht ganz ausgestanden sind. Zudem braucht das Geschäft mit Reisenden ein besonderes Einzelhandels-Know-how. Doch Casualfood ist Profi und insofern kommen bei Andreas Förster, der als Gesamtbereichsleiter Convenience für die Quicker´s-Schiene auch Natural mitverantwortet, diese Bedenken nicht auf. Sein Unternehmen ist dafür bekannt, dass Neues entwickelt wird, wenn Vorhandenes nicht passt. Und nachdem die

Natural-Mobile erfolgreich waren, wurde die Idee für einen festen C-Store mit To-go-Anteil fortgeschrieben und verfeinert.

Herausgekommen ist ein Geschäftsmodell, das dem Zeitgeist entspricht, die Balance zwischen natürlich und biologisch hergestellt und dazu convenient und funktional ist. Die Betreiber beschreiben die Kombination der Sortimente als lifestyle-frisch und offen-urban, eben ein Healthy-Food-Angebot für moderne Menschen.

Überzeugend bringen das die gekühlten Snacks, Smoothies, Sandwiches im SB-Kühlregal sowie die frisch zubereiteten Obstsafts und Backwaren in der Theke rüber. Neben Bio und Fairtrade sind hier ebenso fett-, kohlehydrat- und kalorienreduzierte Artikel vertreten sowie zusatzstoff-, nuss-, laktose- und glutenfreie Produkte usw. Hergestellt werden nicht alle Waren in den eigenen Küchen. Ein regionaler Lieferant bringt sie just-in-time (in Flughäfen geben Starts und Landungen die Taktung vor) in den Shop. Aber auch der Schweizer Hersteller Huttwiler, Newcomer unter den Anbietern glutenfreier Backwaren, ist in der Theke mit Laugengebäck und Ciabatta vertreten. Ein ebenso interessanter Artikel für die Airport-Gastronomie sind seine abgepackten Minikuchen, die als kleine Wegverzehung im Gepäck noch Platz finden.

Für Förster handelt es sich bei den Produkten gegen Unverträglichkeit vordergründig um einen Nischenmarkt. Die Gruppe derjenigen, die darauf zurückgreift, wird jedoch immer größer: „Wir sprechen mittlerweile von der Lifestyle-Laktoseintoleranz. Wer nicht darauf angewiesen ist, kauft sie wegen ihrer vermeintlich besseren Verträglichkeit.“

Neugierde auf sein Angebot wecke der Natural vor allem bei Verbraucherinnen. Sie studieren die Produkt-Kennzeichnungen genau und fragen nach, verlassen sich nicht nur auf die Hinweise an den Regalen. Männer haben geringeren Informationsbedarf.



Offen und einladend ist der Natural gestaltet.



Gesundes, Natürliches gibt es als Snack oder Fingerfood in der Theke und im Kühlregal.

Im Sortimentsmix hat sich zudem der Zeitfaktor (Fluggäste haben es meistens eilig) niedergeschlagen, mit der Folge, dass Natural auf einen SB-Bereich mit Basis-Artikeln eines C-Shop nicht verzichtet. „Impulsware aus Deutschland ist Pflicht.“ Egal welche Philosophie hinter einer Retailmarke steckt, an den Gates gelten eigene Gesetze und die lassen auch das Standardangebot an Schokoriegeln zu.

Man findet dort auch einige klassische Süßwaren zusammen mit ernährungsphysiologischen Energielieferanten sowie Food-souvenirs, wie die Mozartkugel, Lindt-Prali-

Partner vergeben wird. Sie können ihre Produkte dort präsentieren, ohne dass diese dauerhaft im Sortiment sind. Es handelt sich also um ein Impulsangebot, für das es einen Aktionsplan fürs ganze Jahr gibt.

Einen Großteil des Sortiments kauft Förster direkt ein, Basis- bzw. Massenartikel liefert Lekkerland. Der Fachgroßhändler übernimmt den Fullservice. In einem Objekt macht Casualfood das bereits in Eigenregie. Im Schnitt kommt alle zwei Stunden Nachschub an den PoS. Der Bereichsleiter legt nämlich Wert auf Warendruck. Die Regale müssen voll sein. „Dabei ist Logistik an Flug-

## „Impulsartikel und Foodsouvenirs aus Deutschland sind Pflicht.“

Andreas Förster

nen oder eine Kids-Range mit Lizenzmarken wie Hello Kitty u.ä. Zudem weist das Sortiment Feinkostqualität auf. Eine belgische Fondue-Schokolade, ein Balsamico in Geschenkverpackung, eingelegte Antipasti oder Trüffelspezialitäten nehmen die Kunden als Mitbringsel gern mit.

So gelingt Natural der Spagat zwischen Regionalität und Internationalität. Zu den Salzbrezeln gesellen sich Marken wie Whole Earth, die für Köstlichkeiten aus aller Welt in Bio-Qualität steht, oder Fudge, das englische Karamell-Konfekt, sowie Brain Food News mit seinen gesunden Energie-Snacks.

Da man sich im Schengen-Bereich befindet, brauchen die Passagiere nach den Sicherheitskontrollen keine Sealtags für Getränke, darunter auch Cola, Eistees, gekühlte Biere, Weine und Sekt. Eine Besonderheit auf den 55 qm ist die PoS-Aktionsfläche, die im regelmäßigen Turnus an Industrie-

hären eine Herausforderung unter anderem wegen der Sicherheitskontrollen für die Standorte auf der Airside.“

Wenn Förster dann von einem ausgewogenen Preisniveau spricht, hat dies natürlich ein anderes Gewicht. Auf jeden Fall liege der Shop nicht über den Preisen in der City, manchmal noch unter denen in Bahnhöfen. So ergibt sich bei Quicker's incl. Natural ein Durchschnittsbon von 6 bis 7 Euro.

Die Entwicklung der Fluggastzahlen will es, dass sich Casualfood auf ein gebremstes Wachstum einstellt. Für den Shootingstar unter den Travel-Retailern heißt das ein Plus zwischen 6 bis 8 Prozent auf bestehender Fläche. Ein Passagierrekord sei nicht zu erwarten, auch wenn die Reisebranche eine leichte Steigerung prognostiziert hat. pü



<http://www.casualfood.de>

## GLUTENFREI- NUMMER- SICHER- BACKBEUTEL.



**HUTTWILER**  
GLUTENFREE



**MIT HUTTWILER GLUTENFREE IM BACKFESTEN BEUTEL**, tiefgekühlt und einzeln verpackt, gehen Sie und Ihre Kunden ganz auf Nummer sicher. Sie können HUTTWILER glutenfree Brot und Backwaren im backfesten Beutel gemeinsam mit glutenhaltigen Produkten aufbacken und servieren. Dank der klugen Verpackung bleiben alle HUTTWILER glutenfree Produkte vor dem Kontakt mit Gluten geschützt und behalten außerdem ihr volles Aroma.

[www.huttwiler.de](http://www.huttwiler.de)