



Wer?

Trading-up am Beispiel der iglo Fischstäbchen

Antje Schubert, Vorsitzende der Geschäftsführung | iglo Deutschland



Was?

Kleine Glücksmacher



Die Unternehmensgruppe **Nomad Foods**

€2Mrd
Nettoumsatz 2017

13

Länder
(eigene Aktivitäten
ohne Export)

#1

In Westeuropa

€25Mrd

Tiefkühlkost-Kategorie

90%

des Kernportfolios ist in den
einzelnen Märkten
#1 oder #2 (Marktanteil)

4.200
Mitarbeiter



iglo Deutschland



2017 Total Umsatz

466.1M

+15%

2017 Marktanteil

+0.9pts

2017 Kategoriewachstum

+1.7%



Wie ticken die Verbraucher ...



Wertschätzung = Wert = Preis ?



Eine Packung iglo Fischstäbchen kostete durchschnittlich:

2.49 €

2009

-12%

2.19 €

2015

Die Hebel des Trading-up

1. Portfolio & Trends

2. Qualität & Nachhaltigkeit

3. Kommunikation

Trading-up im Fischstäbchen-Segment



EINZIGARTIG : Knusrig Panade

TREND : Lachs

QUALITÄT & NACHHALTIGKEIT : Bewusste Ernährung , Gesundheit



Kilopreis: 8,21 €



Kilopreis: 13,35 €



Kilopreis: 8,31 €



Kilopreis: 8,31 €



Kilopreis: 10,53 €



LEGENDÄRER GLÜCKLICHMACHER : Klassische Fischstäbchen



Kilopreis: 6,64 €

Die Hebel des Trading-up

1. Portfolio & Trends

2. Qualität & Nachhaltigkeit

3. Kommunikation

Top-Qualität und glaubwürdige Nachhaltigkeit



Top-Fischfilet



Leckere Panaden



Nachhaltiger Fischfang

Die Hebel des Trading-up

1. Portfolio & Trends

2. Qualität & Nachhaltigkeit

3. Kommunikation

Emotionen bewegen – innen & außen



Vertrautheit.

Geborgenheit.

Sicherheit.

Video



Begeisterte Mitarbeiter [2017]

Video



Emotionale Konsumenten [Galileo 2018]

Setting the Scene:

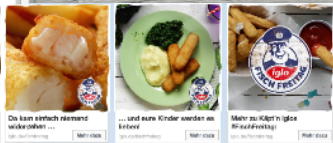
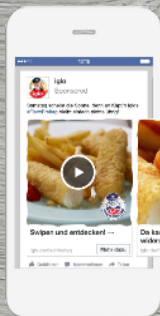
Wir besetzen den gelernten Begriff Fischfreitag



360°- Aktivierung der Fisch-Freitag-Kampagne



Digital-Fokus: Content je Zielgruppe & vielfältiger Mix



www.iglo.de/fischfreitag





best case in ad recall lift & brand awareness

[Nielsen study]



Evolution: vier Kernelemente der Fisch-Freitag-Kampagne



1 Humor & Fun

2 Inspiration

Moderne Rezepte



Evolution: vier Kernelemente der Fisch-Freitag-Kampagne



3

Der Käpt'n

Eigene personalisierte Content-Serie



4

Nutrition Edition

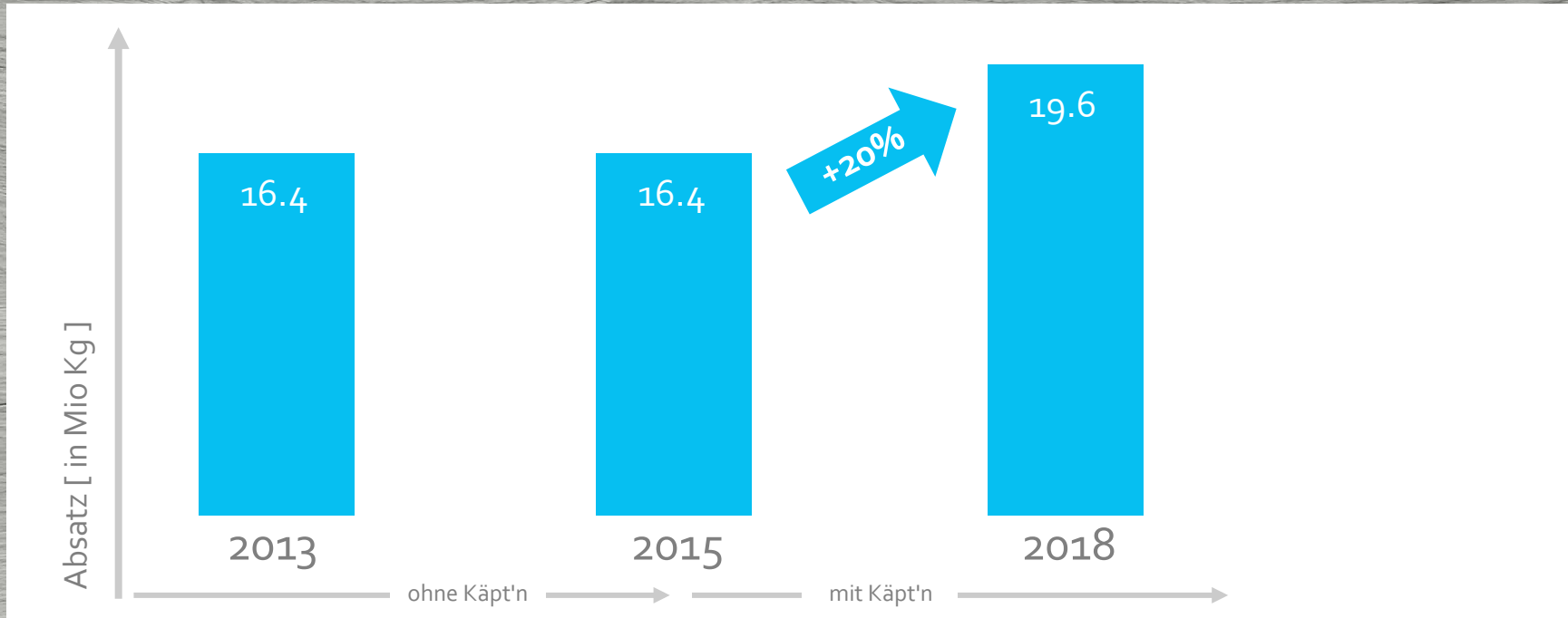
Gesundheit und Foodtrends [free from...]



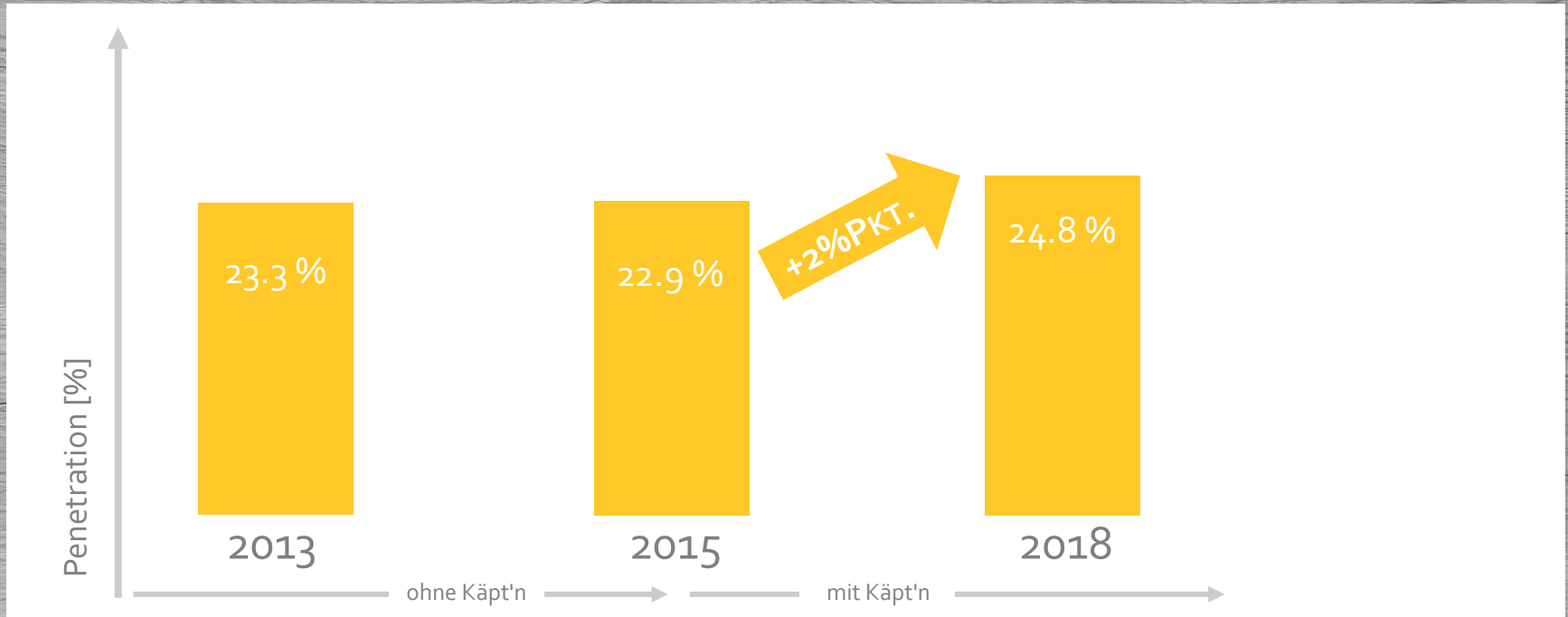


Ergebnisse

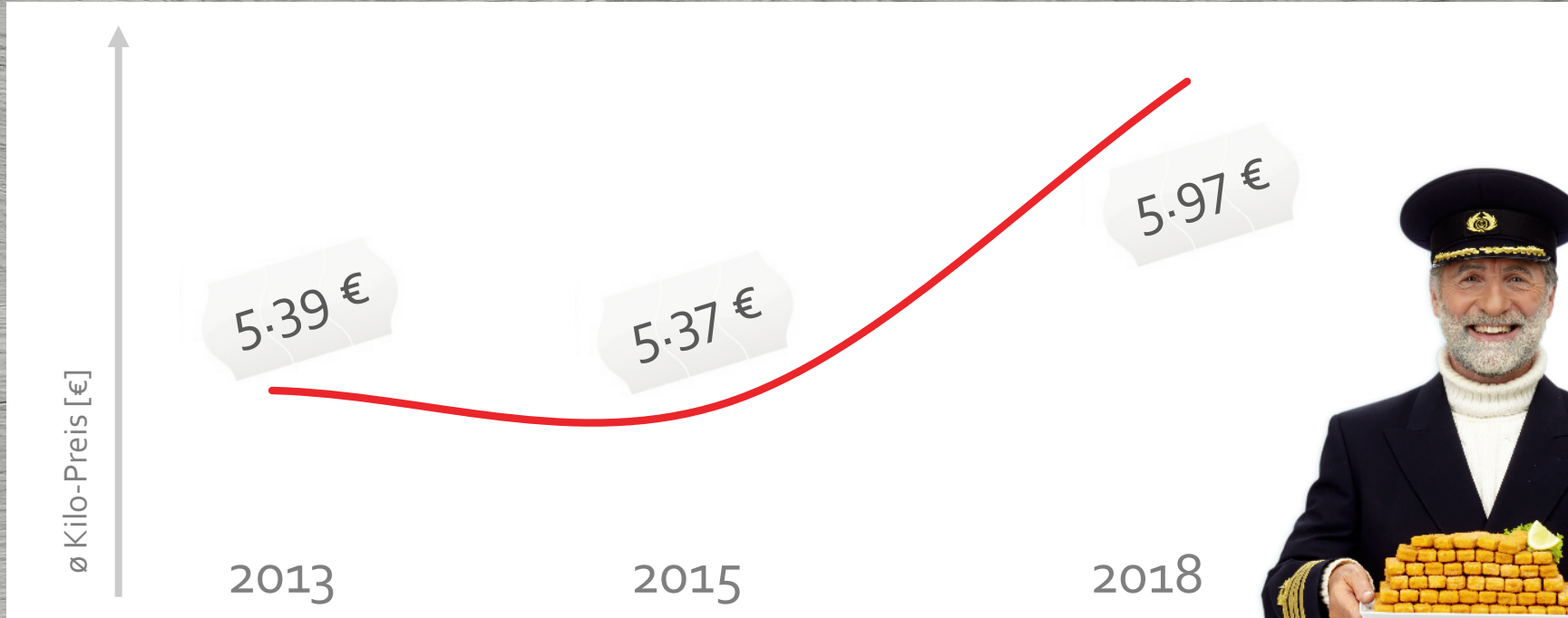
Positive Absatzentwicklung der iglo Fischstäbchen



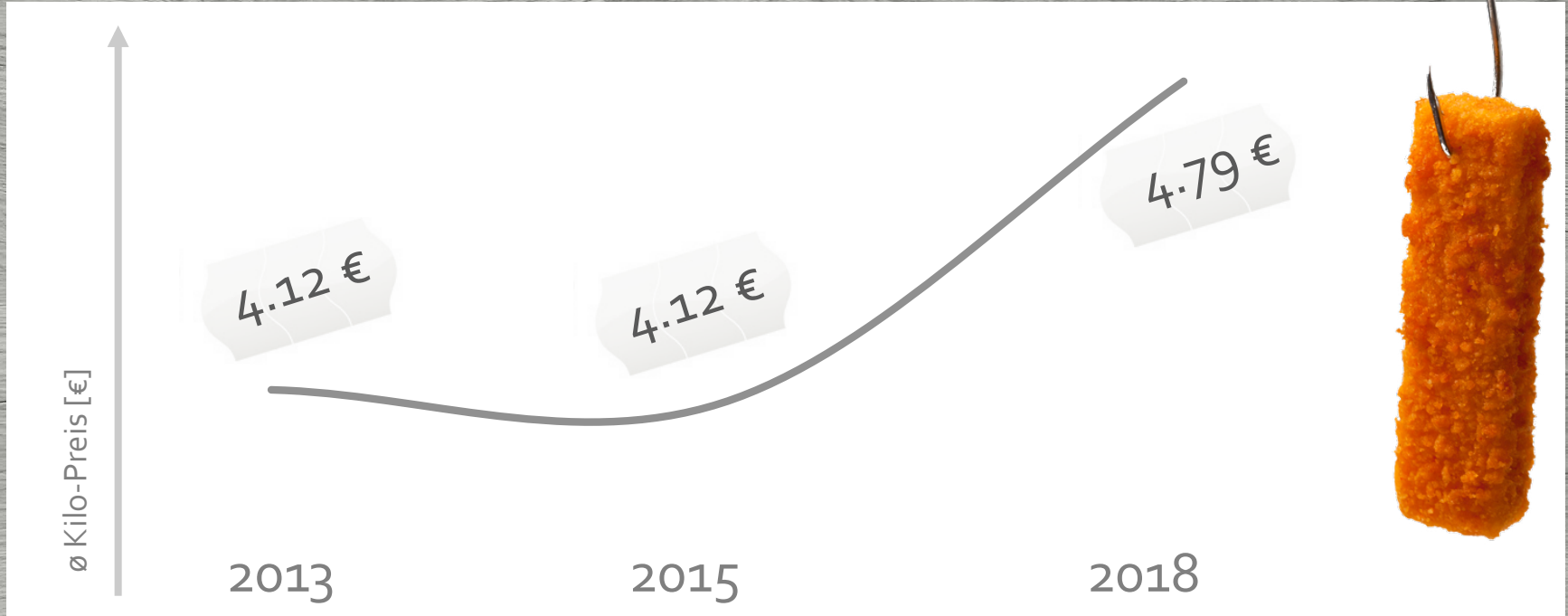
Steigerung der Penetration von iglo Fischstäbchen



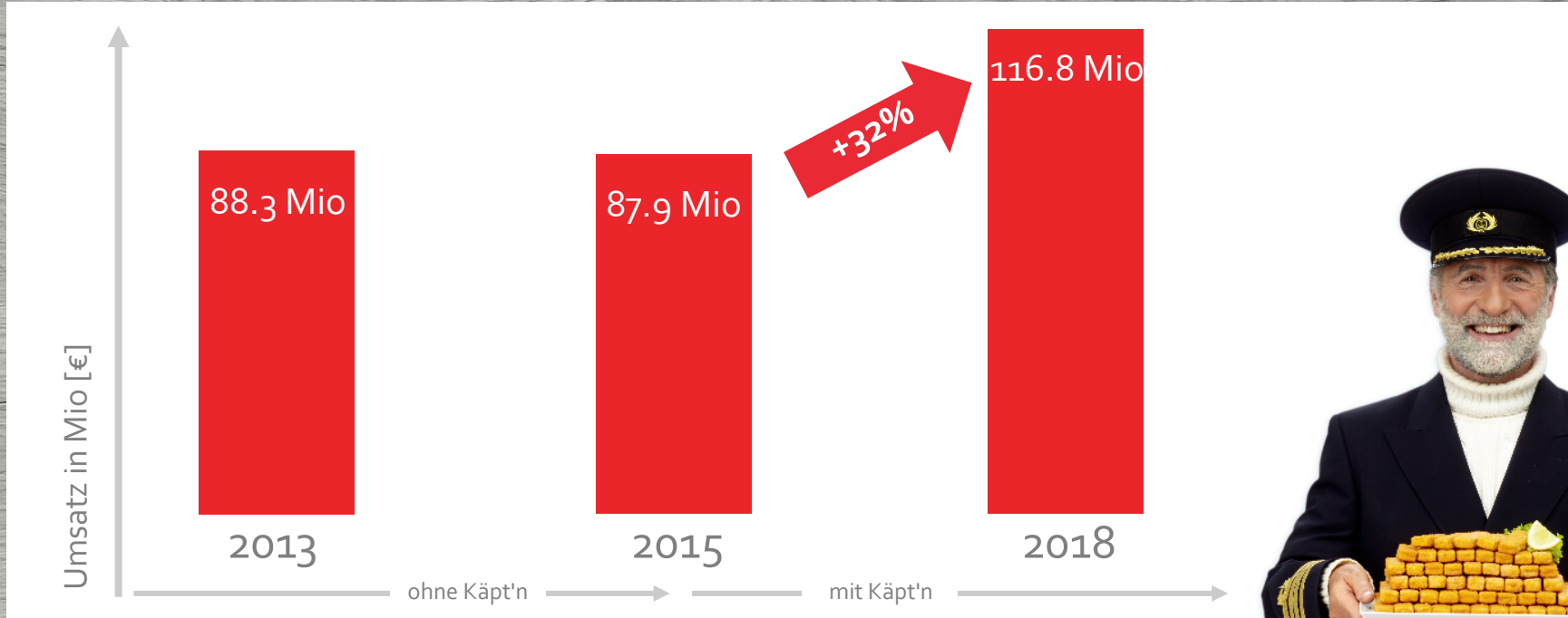
Wertschätzung nimmt mit dem Käpt'n zu (iglo Fischstäbchen)



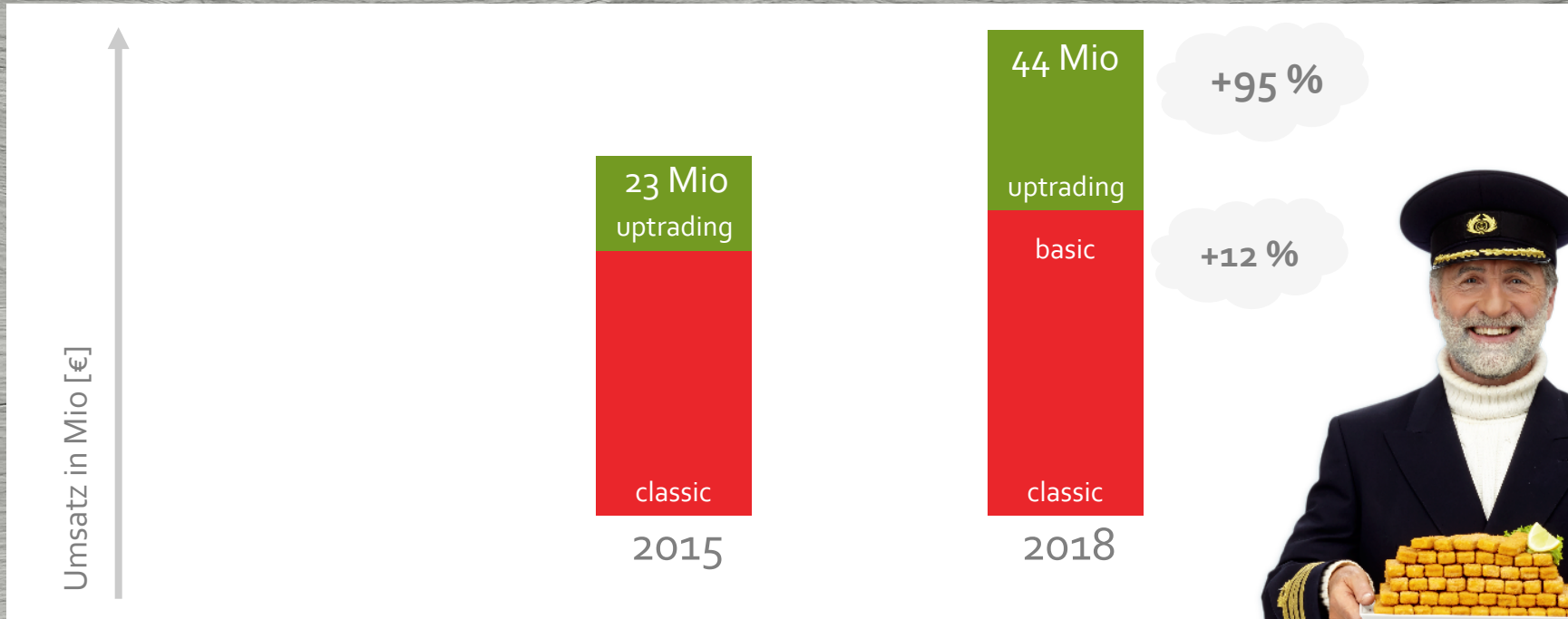
Fischstäbchen-Kategorie profitiert vom iglo-Trading-up



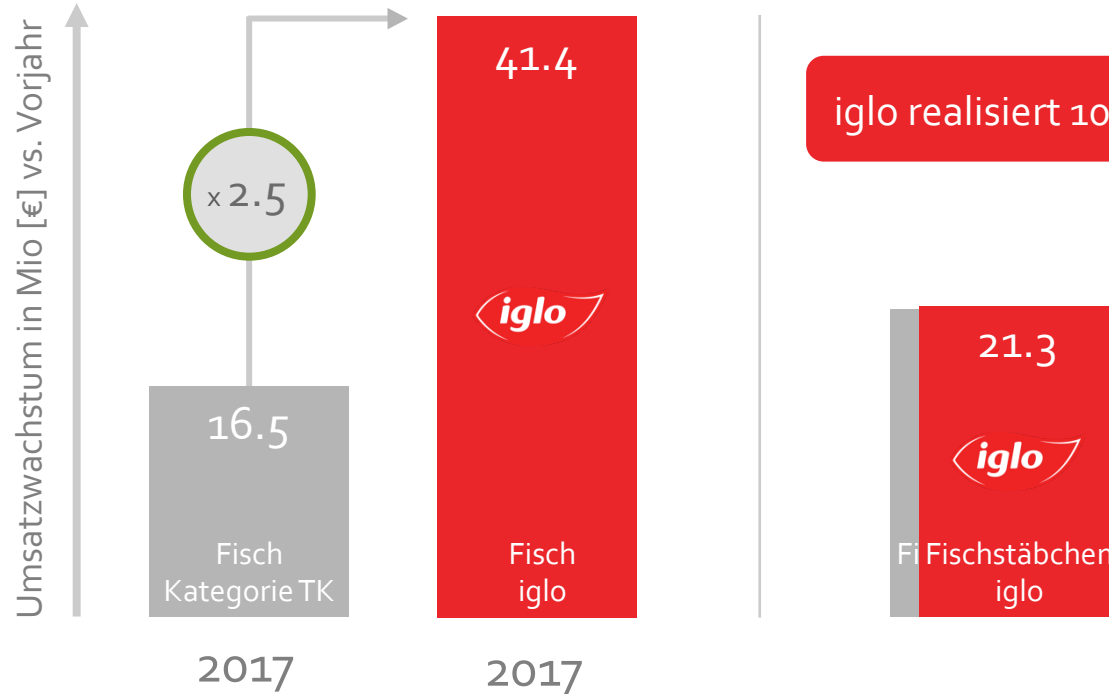
Positive Umsatzentwicklung der iglo Fischstäbchen



Quantitative Effekte des Trading-up



iglo wächst 2.5-fach stärker als die Kategorie



iglo realisiert 100% des Fischstäbchen-Wachstums!

2017: Doppelt so viele iglo-Fischprodukte in den TOP-20 (TKK inkl. Eis)



2015



2017



FAZIT

A close-up photograph of a wooden ship's steering wheel, showing its spokes and the central hub. The background is a blurred view of a ship's mast and rigging against a clear blue sky. The lighting is bright, suggesting a sunny day.

1. Marketing-Mix = Basics

2. Storytelling = Empowerment

3. Emotionen = Championship



Glücklichmacher