Fortsetzung von Seite 60

Im Zuge der Markenharmonisierung von Aldi Nord und Süd wurde die ursprüngliche Nord-Marke "mein Veggie Tag" zum nationalen Absender veganer Produkte. Das Sortiment wird ergänzt um eine Reihe von Artikeln anderer Private Labels, bei denen auf die veganen Produkte mittels des V-Labels hingewiesen wird.

Alle national vertretenen Händler verfügen inzwischen über ein mindestens 100 Artikel umfassen-des veganes Eigenmarkensortiment. Bei den in der Tabelle aufgeführten Artikeln ist anzumerken, dass es sich um eine Momentaufnahme handelt. Die Sortimente werden kontinuierlich ausgeweitet. Hinzu kommt, dass bei einigen An-bietern die veganen Markenkonzepte sich gerade in der Umbauphase befinden. So werden etwa einige unter "Rewe Bio" geführte vegane Artikel künftig unter "Bio + vegan" verkauft, um diesen Zusatznutzen noch klarer zu kommunizieren.

Das Vegan-Label wird auf Verpackungen zunehmend prominent platziert, auch bei Eigenmarken, die ihre häufig von Natur aus gegebene vegane Beschaffenheit nicht dezidiert herausstellen. Das V-Lahel dokumentiert inzwischen einer wachsenden Zahl von Verbrauchern einen relevanten Mehrwert, ähnlich wie das Bio-Logo.

Aufgrund der Attraktivität dieses Trends für Retailer liegt es nahe, dass bei der Neuentwicklung von Produkten oder Produktranges automatisch geprüft wird, ob auch vegane Alternativen möglich sind. Angesichts von Nachhaltigkeitsstrategien der Händler, der von der Pobeabsichtigten ökologischen Transformation und des damit ein-hergehenden Bewusstseinswandels in der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass diese Entwicklung sich längerfristig fortsetzt.



Preiseinstiegsmarken wie "Ja" oder "Gut & Günstig" haben sich oft eine

treue Fangemeinde aufgebaut. Ihre Kardinaltugend, gute Qualität zum günstigen Preis zu offerieren, kommt eben an. Das gilt auch für entspre-

chende Handelsmarken im Ausland wie beispielsweise "M-Budget" von

Migros. Und da Migros ja weit mehr

als ein reines Handelsunternehmen

ist, ermöglicht der Genossenschafts bund Freunden seiner Handelsmarke ein besonderes Erlebnis: die Über-

nachtung im M-Budget Design-Hotel-

zimmer. Migros Ostschweiz verfügt

mit dem Hotel Säntispark in Abtwil

nahe St. Gallen über ein 4-Sterne-Ho-

tel, und hier steht für preiswerte

Übernachtungen auch ein Zimmer im

Design der bekannten Handelsmarke

bereit. Gerade einmal 99 Franken werden für eine Übernachtung fällig.

Im Vergleich zu den üblichen Zim-

merpreisen bei den Eidgenossen ein

LATTMANN UNTERWEGS



Designs sollte man schon mögen



Einmalig in der Schweiz: Der Ausblick aus dem Hotelzimme

echtes Schnäppchen, das dem Anspruch einer Preiseinstiegsmarke zur Ehre gereicht. Im Zimmer ist fast alles im Grün-Weiß der Marke gehalten: Bettbezug, Teppichboden Duschkabine nehmen das bekannte Design der Handelsmarke auf.

Nachttischlampen kommen im Look von Energydrink-Dosen da-her, zwei gemütliche Sitzsäcke als Tüten mit Kaugummi und Studentenfutter. Sogar die in manchen Hotelzimmern übliche Kunst an der Wand präsentiert sich im Markendesign. Denn anstelle des Drucks eines Gemäldes findet sich hier ein überdimensiona-les Abbild einer Tafel M-Budget Vollmilchschokolade. Wer beim Bestaunen Appetit auf ein Stück Schokolade bekommt, hat Glück. Denn das entsprechende Produkt findet sich gleich in der Minibar, die natürlich ausschließlich mit M-Budget-Artikeln befüllt ist. cl/lz 19-22



Individueller Look: Die Nachttisch lampe gibt sich energiegeladen.

## "Zukunftsbauer" steht im Regal

Penny kooperiert mit der Molkerei Berchtesgadener Land

Mit dem Abverkauf eines Eigenmarken-Joghurts fördert der Discounter Penny nachhaltig arbeitende Landwirte

Im Oktober 2021 haben Penny und die Molkerei Berchtesgadener Land das Förderprogramm "Zukunftsbauer" zum Schutz des Klimas ins Leben gerufen. Es soll Landwirte bei Investitionen in energieeffiziente Maßnahmen unter-

stützen. Zum Befüllen des Fördertopfes verzichtet Penny beim Verkauf der Milchprodukte von Berchtesgadener Land auf einen Teil der Spanne. Zusätzlich bringt die Molkerei eine entsprechende Summe ein. Seit März zeigt das Projekt am POS auch mit einem Handelsmarkenprodukt Flagge. Der "Zukunftsbauer"-Joghurt unter der Eigenmarke Penny ergänzt die Markenprodukte und ist in allen Filialen des Discounters erhältlich. cl/lz 19-22



Nachhaltigkeits-Projekt: Der Joghurtkauf soll eine klimaschonende Landwirtschaft

## Die Welt der Handelsmarken



