Buss

Hexenscharf und knallbunt: Buss hat seinem Doseneintopf Pfeffer gegeben und eine langweilige Konserve in ein frisches, junges Produkt verwandelt. Nicht nur das Äußere ist schrill, auch die Rezepturen haben es in sich: Unter dem Namen „Hexenkessel" versprechen Chili con Carne, Currywursttopf und Gulaschsuppe ein hitziges Gaumenerlebnis. Der Schuss Pepp im Konservenangebot schlug sich in den Absatzzahlen positiv nieder. Das Unternehmen gewann laut GfK mehr als 600.000 Haushalte hinzu. Vor allem die drei extra-scharfen Varianten fanden großen Anklang. Aber

auch die Erntedank-Suppen sowie „Pasta-Pasta" waren sehr gefragt. Insgesamt umfasst das Angebot des Herstellers in der Kategorie siebzig Artikel. Und während der Markt für flüssige Eintöpfe leicht zurückging, konnte Buss seinen Umsatz um 3,3 Prozent ausweiten. „Wir überraschen unsere Kunden immer wieder mit Neuheiten und sind ständig dabei, ausgefallene Rezepturen und ideenreiches Packaging zu entwickeln", benennt Marketingleiter Robert Augustin die Erfolgsfaktoren. Außerdem betont er die wichtige Rolle des Aktionsgeschäfts für den Absatz im vorigen Jahr. Das soll noch forciert werden und weitere „saisonale Konsumhöhepunkte" schaffen. Buss begann Mitte der fünfziger Jahr mit der industriellen Herstellung von Konserven und zählt heute zur Heristo AG. *ub*