Artikel vom 19.02.2026 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 17:34 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/landgard-neue-pos-aktionen-fuer-das-frische-sortiment

Landgard: Neue POS-Aktionen für das Frische-Sortiment



Landgard auf der Fruit Logistica
Foto: Landgard/Andreas Schwarz

Landgard hat bei der Fruit Logistica in Berlin und der Biofach in Nürnberg zusammen mit starken Mitgliedsbetrieben wertvolle Impulse für die anstehende Obst- und Gemüsesaison gegeben. „Beide Leitmessen sind für uns zu Jahresbeginn wichtige Plattformen. Mit unserem Sortiment und unseren Vermarktungskonzepten bringen wir uns bewusst in den Dialog ein – immer mit dem Ziel, Mehrwert für unsere Mitgliedsbetriebe zu schaffen und dem Handel Lösungen anzubieten, die wirtschaftlich funktionieren und zugleich den Nerv der Konsumentinnen und Konsumenten treffen“, betont Michael Hermes, Bereichsleiter Marketing und Kommunikation, der für die Messeauftritte der Genossenschaft verantwortlich ist.

Landgard präsentierte bei der Fruit Logistica in Berlin drei Tage lang das breite Frischeportfolio regionaler, nationaler und internationaler Erzeugerbetriebe. Der Landgard-Marktplatz bot Fachbesucherinnen und -besuchern einen kompakten Überblick über die Sortimentsvielfalt im Obst- und Gemüsebereich der Genossenschaft. Darüber hinaus standen neue, aufmerksamkeitsstarke Point-of-Sale-Aktionen im Fokus, die gemeinsam mit Kooperationspartnern entwickelt wurden und dem Handel zusätzliche

Vermarktungsimpulse bieten.

Ein starkes Signal war auch die Anwesenheit zahlreicher Erzeugerinnen und Erzeuger, die den Messeauftritt zum Austausch innerhalb der Erzeugergenossenschaft und darüber hinaus auch mit der Kundschaft nutzten. Dazu gehörte auch Kalli Mau, der auf der Ostsee-Insel Fehmarn in dritter Generation seinen Betrieb führt und vor allem Wirsing anbaut. Kalli Mau engagiert sich auch als Mitglied des Beirates Obst & Gemüse für Landgard. „Es war mein erster Besuch bei der Fruit Logistica und ich habe unsere Erzeugergenossenschaft sehr gerne mit repräsentiert. Unsere Kundschaft hatte so die Möglichkeit, neben den Produkten selbst auch gleich deren Erzeuger kennenzulernen“, so Kalli Mau.

Als sinnvolle Ergänzung zum Frischesortiment hat Landgard in Berlin das inzwischen markterprobte Konzept „Blumenwerk“ vorgestellt. Die Marke steht für ein qualitativ überzeugendes Angebot aus Sträußen, Monosträußen und ausgewählten Topfpflanzen, das speziell auf die Anforderungen des Lebensmitteleinzelhandels zugeschnitten ist und zusätzliche Umsatzpotenziale am POS erschließt.

Darüber hinaus zeigte Landgard eine Vielzahl etablierter Eigenmarken und Lizenzen. Dazu zählen unter anderem „IssReifer“, „Banamigo“, „IssSO“, „IssBio“, „Just Spices“, „Bloss“, „Evelina“, „Xenia“ sowie „Die Biene Maja“. Sie stehen für differenzierte Sortimentskonzepte und zielgruppenspezifische Vermarktungsansätze im Handel.

Im Mittelpunkt des Messeauftritts auf der Biofach stand der intensive Austausch mit der Biobranche. Die Expertinnen und Experten von Landgard Bio informierten über das umfassende Sortiment an ökologisch erzeugtem Obst und Gemüse, das bereits heute für den Handel verfügbar ist. Darüber hinaus erhielten Interessierte praxisnahe Einblicke in die Unterstützungsleistungen der Genossenschaft – von der Beratung beim Einstieg in den ökologischen Anbau bis hin zur professionellen Begleitung bei der Umstellung konventioneller Produktionsbetriebe.

Quelle: Landgard