

Branchen-Insights Konsumgüter

Eine relevante Marke für Verbraucher und Einzelhändler in einem sehr anspruchsvollen Marktumfeld bleiben

Die Brücke schlagen zwischen dem Preis und den Kosten

Die Hersteller von Konsumgütern leiden seit geraumer Zeit unter einem negativen Image: sei es wegen vermeintlich unangemessener Preiserhöhungen (Shrinkflation¹), überzogene Versprechungen, was den gesundheitlichen Nutzen und ernährungswissenschaftliche Vorteile von Produkten angeht oder auch Übernutzung und Ausbeutung natürlicher Ressourcen. Hinzu kommen viele konkrete Bedrohungen für die Rentabilität und die Gewinnspannen in der Branche. Sie reichen von Kostenexplosionen bei Rohstoffen oder Unterbrechungen der Lieferkette bis hin zu immer neuen gesetzlichen Regulierungen und behördlichen Eingriffen, insbesondere im Bereich der Nachhaltigkeit.

In diesem schwierigen Fahrwasser gilt es Kurs zu halten, denn die Reaktionen des Einzelhandels und der Verbraucher können drastisch ausfallen. Gleichzeitig ist klar, dass die Konsumgüterindustrie bis zum Jahr 2050 die Nachfrage von fast 10 Milliarden Verbrauchern befriedigen muss, während sie 1987 nur 5 Milliarden Menschen versorgte und heute 8 Milliarden bedient, was einem Anstieg von 25 % in 26 Jahren entspricht¹. Für jeden Hersteller wird die Herausforderung darin bestehen, eine relevante Marke zu bleiben. Dafür ist es notwendig, das Verhältnis zwischen Preis und Kosten in den Griff zu bekommen und auf kompetitiven Märkten attraktive Preise bei optimierten Kosten zu bieten.

Das führt zu Handlungsbedarf sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite. Neue Preis- und Werbestrategien im Vertrieb müssen für beide Marktteilnehmer, d. h. für den Einzelhandel ebenso wie für die Verbraucher, die Nachfrage effizient stimulieren und gleichzeitig die Kontrolle über das Portfolio und die Produktmarge ermöglichen. Parallel dazu müssen NPD-Initiativen mit ausreichender Marketingunterstützung und einem übergreifenden Medienplan einen Wertbeitrag mit schneller Markteinführung und geringerem Risiko während der Entwicklungsphase leisten. Auf der Produzenten-Seite müssen eine Versorgung zu stabilen Kosten und flexible Produktionssysteme vorhanden sein, um die COGS auf ein Minimum zu beschränken und instabilen Rohstoffpreisen angemessen begegnen zu können.

ConMoto bindet funktionsübergreifende Teams mit Fachwissen in den Bereichen Vertrieb und Marketing, Produktion und Lieferkette ein. Mit unserem integrativen Ansatz über End-to-End-Prozesse setzen wir Konzepte um, die sofort funktionieren und Ihr Unternehmen auf zukünftige Herausforderungen vorbereiten.

ConMoto „Fit-for-Future“-Programm für Konsumgüterhersteller

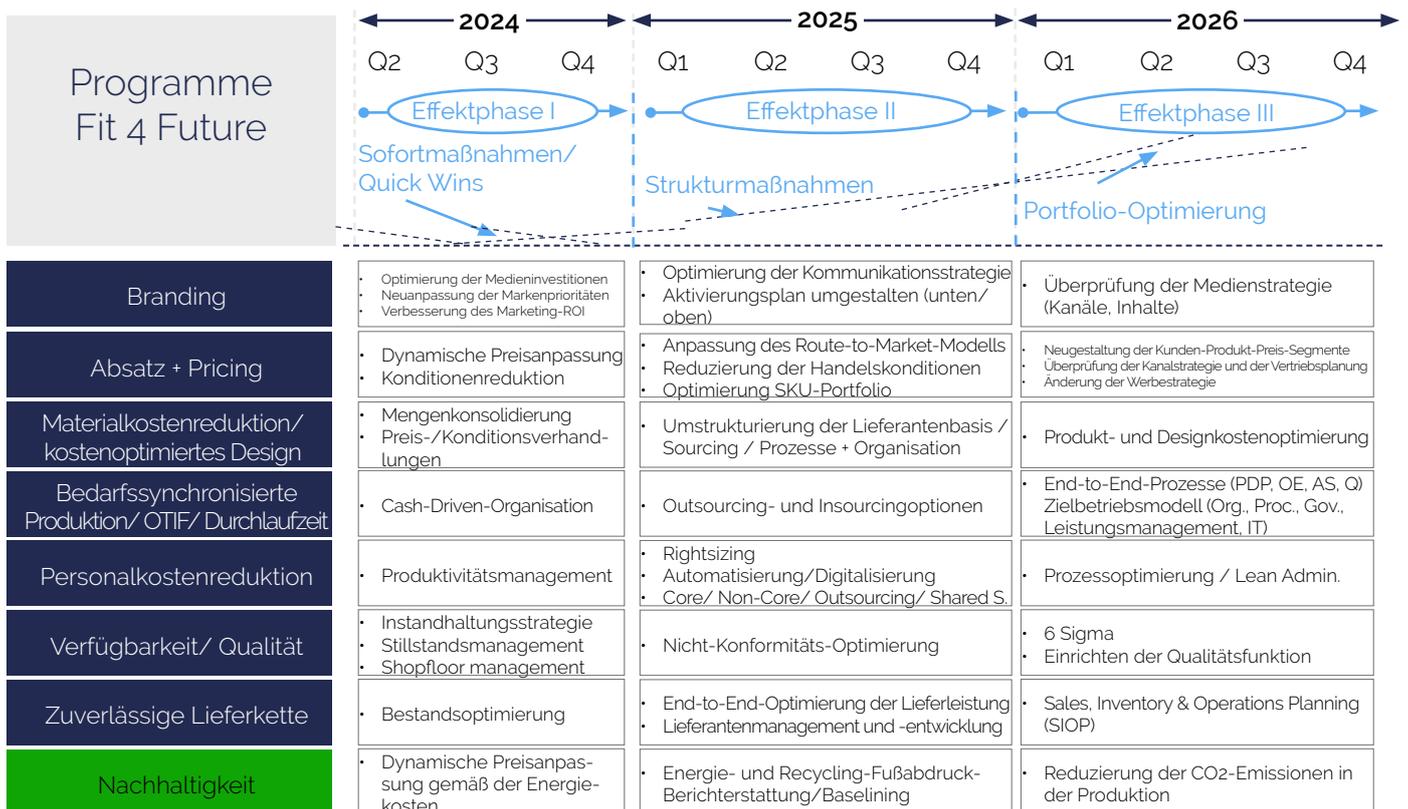
Aktuelle Herausforderungen

- Neue Konsummuster aufgrund differenzierter Lebensstile (vegan/vegetarisch, Bio, Zero Mile usw.)
- Kostenexplosion bei Rohstoffen und Störungen der Supply Chains
- Hohe Energiekosten und zunehmender Druck für CO2-neutrale Produktion / Dekarbonisierung
- Preiskampf zwischen Einzelhändlern und Vertriebskanälen im wirtschaftlichen Abschwung
- Strengere Regulierung (z.B. Gesetz über die Lieferkette, Zuckersteuer usw.)

Ziele der ConMoto-Unterstützung

1. Bessere Ansprache und Bedienung profitabler Verbraucher- und Einzelhandelssegmente mit Wachstumspotenzial
2. Optimierung der Handelsbedingungen, der Preisgestaltung und der Werbestrategie, um höhere Nettomargen zu erzielen
3. Überdenken Sie die Strategien für die Markteinführung, um künftige Kanalverschiebungen zu berücksichtigen.
4. Umstellung der Produktionsprozesse für eine flexiblere Kapazitätsnutzung und Dekarbonisierung
5. Produktivitätssteigerung durch Right-Sizing von Vertrieb + Verwaltung (=> siehe Cost-to-Serve)

Unser Ansatz in Ihrer Branche



Mit seiner langjährigen Branchenexpertise und starken Präsenz auf dem globalen Markt kann ConMoto auf die signifikanten Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite im Konsumgütermarkt mit innovativen Beratungsmethoden und datengetriebenen Analysetools reagieren, um Ihre Wertschöpfungs- und Wachstumsstrategien zu unterstützen.

Wir würden uns freuen, in Kürze mit Ihnen zu sprechen, um uns vorzustellen und Ihnen ein Angebot zu machen.