

Delfo eröffnet neue Tiefkühl-Welt: Frische Vielfalt ohne Kompromisse

Eine neue Supermarkt-Kette namens „Delfo“ eröffnet in Deutschland, bietet 900 Tiefkühlprodukte und plant zahlreiche Filialen bis 2025.

Im deutschen Einzelhandel entsteht eine spannende Neuheit: Die Supermarkt-Kette „Delfo“ hat ein innovatives Konzept eingeführt, das die Art und Weise, wie Verbraucher über Tiefkühlprodukte denken, revolutionieren möchte. Die erste Filiale öffnete im Ulmer Westen, und bis Ende 2025 sind über ein Dutzend weitere Standorte in Planung, sodass sich „Delfo“ schnell im deutschen Markt breitmachen könnte.

Dieses neue Supermarktkonzept, initiiert von den ehemaligen Lidl-Manager Adriano Lemma und Alessio Frasca, setzt auf eine hochkarätige Auswahl an Tiefkühlwaren. Es ist bemerkenswert, dass „Delfo“ bewusst auf die für viele herkömmliche Supermärkte typischen frischen Obst- und Gemüseabteilungen verzichtet. Stattdessen findet man in den Geschäften eine riesige Auswahl an tiefgefrorenen Lebensmitteln, die sowohl geschmacklich überzeugt als auch gesundheitliche Vorteile bietet.

Eine Vielfalt von 900 Produktionen in einem neuen Licht

„Delfo“ steht für „Delicious Food“, und das ist auch Programm: Der Supermarkt verkauft eine breite Palette an tiefgefrorenen Lebensmitteln, die von einer Vielzahl regionaler und internationaler Spezialitäten umfasst wird. Mit rund 900

verschiedenen Produkten auf 150 Quadratmetern Fläche können die Kunden unter anderem tiefgefrorenes Obst und Gemüse, Fleisch und süße Leckereien finden. Zu den besonderen Highlights zählen italienische Reisbällchen, brasilianische Açaí sowie die beliebten portugiesischen Pastel de Nata.

Das Konzept fördert nicht nur die Bequemlichkeit beim Einkaufen – denn was könnte einfacher sein, als eine Pizza oder ein Fertiggericht schnell aus dem Gefrierfach zu ziehen? – sondern hebt auch die Wahrnehmung von Tiefkühlprodukten auf eine neue Ebene. Viele Verbraucher denken, dass Tiefkühlartikel minderwertig sind, doch „Delfo“ beweist das Gegenteil, indem es Gourmet-Qualität ohne Konservierungsstoffe anbietet. Das Unternehmen legt besonderen Wert auf die Frische – die Produkte werden unter Bedingungen gefroren, die Geschmack und Nährstoffe bewahren.

Regionale Produkte und geplante Erweiterungen

Ein weiterer Pluspunkt des neuen Geschäfts ist die Einbeziehung regionaler Produkte. Im Sortiment finden sich unter anderem verführerische, schockgefrostete Torten von lokalen Konditoren aus Ulm. „Delfo“ plant zudem, sein Angebot zu erweitern, um Brot und Süßwaren hinzuzufügen. Dieses Engagement für regionale Produkte trägt zur Stärkung der lokalen Wirtschaft bei und spricht bewusste Verbraucher an, die Wert auf Herkunft und Qualität ihrer Lebensmittel legen.

In einem Markt, der bereits eine beträchtliche Anzahl von Tiefkühl-Supermärkten aufweist – zum Beispiel „Picard Surgéle“ in Europa – zeigt „Delfo“, dass es auch in Deutschland möglich ist, mit einem innovativen Konzept erfolgreich zu sein. Experten berichteten, dass der deutsche Tiefkühlmarkt im letzten Jahr ein beeindruckendes Wachstum von 19 Prozent verzeichnete, mit einem Gesamtumsatz von über 22 Milliarden Euro. Davon stammen rund 11 Milliarden Euro aus dem Lebensmittelhandel, was das Potenzial des Marktes verdeutlicht.

Es bleibt abzuwarten, ob „Delfo“ der Katalysator für eine neue Ära im Einzelhandel mit Tiefkühlprodukten wird. Doch die ersten Schritte zeigen bereits, dass sich viele Verbraucher für diese Alternativen begeistern und das Konzept von Adriano Lemma und Alessio Frasca auf große Zustimmung stoßen könnte.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de