

# Saft



Lebensmittel  
Zeitung **direkt**  
Shopper-Insights

Als etablierte, sortenreiche Warengruppe ist Saft wie geschaffen zur Profilierung von Supermärkten. Die Orientierung am Regal bereitet aber häufig Probleme. Eckes Granini empfiehlt ein neues Layout, das nach Verpackungsart, Marken und wahrgenommener Wertigkeit geht.

**G**ut 15-mal im Jahr kauft jeder Kunde Saft. Die Warengruppe ist für Supermärkte unabdingbar und sollte eigentlich Kaufleuten wie Shoppern Spaß machen. Doch hoher Aktionsdruck auf Händlerseite und mangelhafte Regal-Orientierung auf Käuferseite stehen dem oft entgegen. Eckes Granini und die Marktforscher von Plan + Impuls wollen das ändern. Eine große Shopperstudie über das Verständnis von Saft hat zu einem neuen Regalaufbau geführt. Ziel: Bessere Orientierung und Impulsauslösung durch intuitiveres Erkennen von Sorten und Qualitäten und somit höhere Wertschöpfung für Händler.

## Guter Ruf und wertiges Glas

Saft hat bei Shoppern grundsätzlich einen guten Ruf – auch wenn er mittlerweile wegen seines Zuckergehaltes durchaus kritischer gesehen wird. „Gesund“, „vitaminreich“ oder „Geschmacksvielfalt“ sind die Stichworte der Studienteilnehmer. Sie kennen und vertrauen etablierten Marken wie Hohes C, Granini, Valensina oder Ameecke. Bei der Abgrenzung der Qualitä-

ten (Direktsaft, Fruchtsaft aus Konzentrat, Fruchtnektar, Fruchtsaftgetränke) kommen Käufer jedoch ins Schwimmen. Glasflaschen sehen sie vor PET und Tetra Pak als besonders hochwertig an.

## Pur-Trinker überwiegen

Häufigster Verzehranlass ist das Frühstück. Zwei von drei Shoppern trinken Saft hauptsächlich pur, jeder Dritte mischt. Günstige Preise und Rabatte sind keine Top-Kriterien bei der Einkaufsstättenwahl. Gefragt sind stattdessen große Auswahl, die Verfügbarkeit bestimmter Sorten und übersichtliche Anordnung der Produkte im Regal.

## Marke ist starker Kaufgrund

Vier von fünf Shoppern wissen vor dem Gang ins Geschäft, dass sie Saft kaufen möchten. Jeder zweite von ihnen sogar schon, welches Produkt genau. Um sich grob zu orientieren, segmentieren Käufer zuerst nach Verpackungsart: Glas, PET, Tetra Pak, kleine Verpackungen. Auch, wie hoch der Fruchtgehalt ist, spielt eine Rolle sowie Marke und Sorte. Die eigentliche Kaufentscheidung läuft über Marke, Sorte und Preis.

## Vier vertikale Hauptblöcke

Für das neue Regallayout bedeutet das zunächst: vertikale Sortierung nach Verpackungsart. Die Saftstrecke startet in Laufrichtung mit einem Block, in dem unten die als besonders wertig wahrgenommenen Einzelglasflaschen stehen. Etwa Beckers Bester. In der Mitte „Gesund“-Produkte (wie Rotbäckchen) und darüber Bio/Shots. Daran schließen die zwei wesentlich größeren Blöcke „PET“ und „Tetra“ an. Hier finden Shopper bekannte Marken, wie Hohes C (Anker), Granini, Valensina, Ameecke oder Happy Day. Großpackungen >1 Liter stehen hier ganz unten. Den Abschluss bildet ein kleinerer Block mit Kinder-, to-go- und Fruchtsaftgetränke-Artikeln. Gemüsesäfte haben hier oberhalb ebenfalls Platz.

## Orange vor Multi und Apfel

Innerhalb dieser vier Blöcke sollten Kaufleute Markenblöcke bilden, mit Anordnung der Marken gemäß Qualitäts- und Preislogik. Innerhalb dieser dann Reihung der Sorten. Sinnvoll ist die Anordnung von Orange, Multi, Apfel, heimisch hin zu exotisch.

Andreas Hösch





Fruchthaltige Getränke wachsen zuletzt um

**7** Prozent im Umsatz ...

Quelle: IRI-Handelspanel (2019/2020)

...und sind die

**3.** stärkste AFG-Kategorie nach Wasser und

alkoholfreien Getränken mit Kohlensäure.

Quelle: IRI-Handelspanel (2019/2020)

**4** von 5 Shoppern kaufen Saft geplant ein.

Quelle: Shopperstudie Saft 2020  
Eckes Granini/Plan + Impuls

**2** von 3 Shoppern trinken Saft unverdünnt.

Quelle: Shopperstudie Saft 2020  
Eckes Granini/Plan + Impuls

## Frühstück/Brunch

ist der Top-Verzehranlass.

Quelle: Shopperstudie Saft 2020  
Eckes Granini/Plan + Impuls

## Glas

ist für Shopper die wertigste Saftverpackung. Gefolgt von PET und Tetra Pak.

Quelle: Shopperstudie Saft 2020  
Eckes Granini/Plan + Impuls

Die besten **Sortenreihenfolge** im Regal ist



Quelle: Shopperstudie Saft 2020 Eckes Granini/Plan + Impuls

