



## Entwicklungen am Markt für alkoholfreie Getränke

Vermarktung von  
Streuobst-Produkten

Streuobsttag –Entwicklungen am AfG-Markt

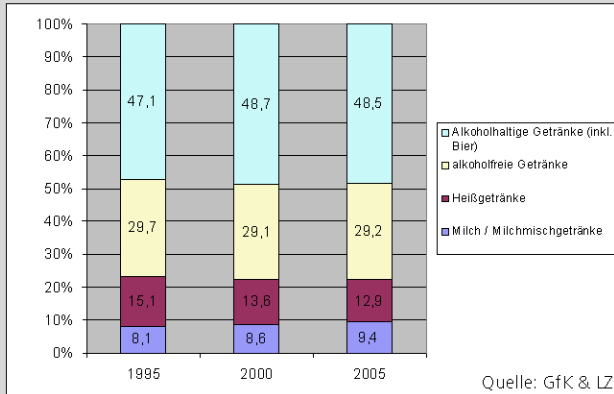
## Vermarktungsziel

### **Marktanteil: 15% ?**

- Pro-Kopf-Verbrauch Apfelsaft: ca. 13 l / Jahr
- Marktanteil von 15% entspricht ca. 2 l Saft / Kopf & Jahr

# Marktentwicklung AfG

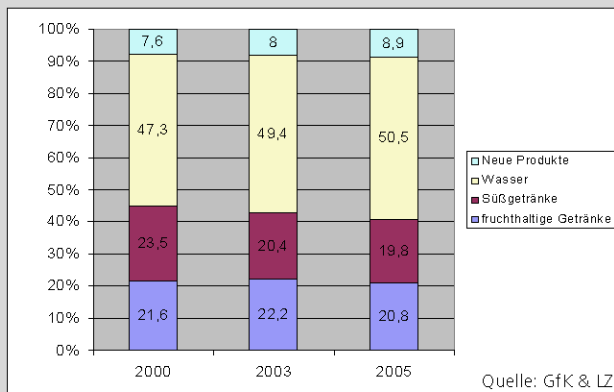
Verbrauchsausgaben in %



Das  
Getränkebudget  
stagniert

# Marktentwicklung AfG

Sortimentsstruktur AfG



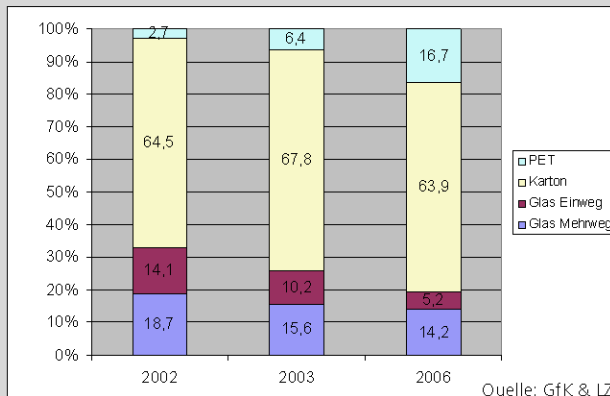
## Marktentwicklung AfG

### Sorten Fruchthaltige Getränke

- Fruchtsaft Apfel: stagnierend (ca. 24 %)
- Stärkstes Wachstum bei
  - Multivitamin & ACE
  - „Near Water“
  - Wellnessgetränke
  - Frucht-Schorle (Apfel-Schorle ca. 80%)

## Marktentwicklung AfG

### Verpackungsstruktur am AfG-Markt



# Marktentwicklung Apfelsaft

## Verpackungsstruktur Apfelsaft

- Gewinner: Karton
- Verlierer: Glas (Mehrweg & Einweg)

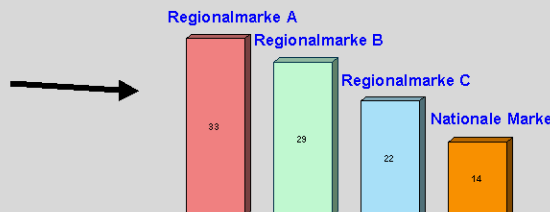
## Vertriebsschienen Apfelsaft

- Gewinner: Discounter & Aldi
- Verlierer: Abholmarkt & Verbrauchermarkt
- stagnierend: klassischer LEH

# Marktentwicklung

## Resümee

- Stagnierendes Budget = Verdrängungsmarkt
- Apfel-Mix-Getränke (rote Säfte)
- Schorle = Convenience
- Verpackung (PET & Karton = Convenience)
- „Near Water“
- Regionalität

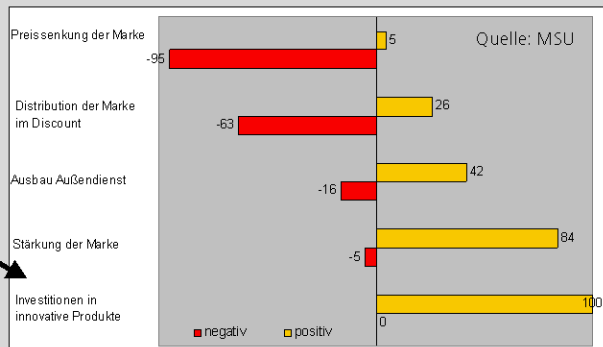


# Marktentwicklung

## Zukünftige Entwicklung / Trends

- Apfel-Schorle => Wellness-Schorle
- Milde (rote) Säfte
- Convenience
- Innovationen

Bewertung  
wettbewerbssichernder  
Maßnahmen in %



# Marktanteil 15% ?

## Anforderungen

- Regionalität 😊
- Wellness 😊
- Innovationen 😐
- Verpackung 😞
- Convenience 😞

## Marktanteil 15% ?

### Vermarktungskonzept

- Kompetenz / Vertrauen nutzen
- Regionalität
- Kooperation
- Verfügbarkeit
- Kommunikation
  
- Authentizität