



Valensina Gruppe

PRESSEMITTEILUNG

Purer Fruchtsaftgenuss gefragt

Umfrage im Auftrag der Valensina Gruppe zeigt, worauf es Verbrauchern bei Saft ankommt

Mönchengladbach, 11.03.2024 – Im Auftrag der Valensina Gruppe, einem der führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, befragte GfK Verbraucherinnen und Verbraucher zwischen 18 und 74 Jahren zu Fruchtsaft, Fruchtnektar und Fruchtsaftgetränken. Rund Zweidritteln aller Befragten ist der Unterschied zwischen den verschiedenen Begrifflichkeiten bewusst. Viele achten daher beim Kauf auf die Merkmale 100 % Direktsaft, 100 % Frucht oder 100 % Saft, sowie darauf, dass kein Zucker und keine Konservierungsstoffe zugesetzt sind. Ein wichtiges Kriterium ist aber auch der Preis.

Die klimabedingten schlechten Ernten der letzten Jahre haben für eine verschärfte Rohstoffknappheit in der Fruchtsaftbranche gesorgt. Nicht nur beim Orangensaft, sondern auch bei anderen Früchten standen in den vergangenen Jahren weniger Mengen für die Fruchtsaft-Verarbeitung zur Verfügung. Die Hersteller müssen daher auf die veränderte Situation des Rohstoffmarktes reagieren und passen teilweise ihre Rezepturen an. Die Valensina Gruppe, unter deren Dach die drei Marken HITCHCOCK, Valensina und Wolfra zu Hause sind, will die Wünsche der deutschen Fruchtsaft-Käuferinnen und -Käufer aber auch in Zukunft optimal bedienen und hat daher im Februar 2024 GfK beauftragt, Verbraucherinnen und Verbraucher zwischen 18 und 74 Jahren, repräsentativ für die gesamte deutschsprachige Bevölkerung, nach deren Wissensstand rund um Fruchtsaft, Fruchtnektar und Fruchtsaftgetränk zu befragen. Zudem wollte die Unternehmensgruppe in Erfahrung bringen, wie wichtig den Deutschen 100 % Fruchtsaft in ihrem Glas ist. Die Befragung fand vom 15. bis 19. Februar 2024 in Deutschland statt.

Wissen um Saft vorhanden, Frucht im Saft erwünscht

Die Umfrage zeigt, dass sich die Deutschen beim Thema Saft gut informiert fühlen: 64 Prozent aller Befragten geben an, den Unterschied zwischen Fruchtsaft, Fruchtnektar und Fruchtsaftgetränk zu kennen und nutzen dieses Wissen bei der Kaufentscheidung. Viele Fruchtsaft-Käuferinnen und -Käufer achten beim Kauf auf die Merkmale 100 % Direktsaft, 100 % Frucht bzw. 100 % Saft sowie darauf, dass weder zugesetzter Zucker noch Konservierungsstoffe enthalten sind. Aber auch der Preis gehört zu den entscheidenden Faktoren.

„Wir wissen nun, dass zwei Drittel der Befragten der Meinung ist, die Unterschiede der verschiedenen Angebotsformen wie Fruchtsaft, Fruchtnektar oder Fruchtsaftgetränk zu kennen und sie beim Einkauf erkennen zu können, und dass sie deren Wert sowie Qualität schätzen. Aber wir nehmen das



Valensina Gruppe

Ergebnis auch als Hausaufgabe mit, dass wir in Zukunft noch intensiver und gezielter in die Kommunikation investieren und über die Unterschiede aufklären müssen“, erklärt Olaf Jark, Marketingleiter der Valensina Gruppe und fährt fort: „Mit der Umfrage werden wir aber in unserer strategischen Entscheidung bestätigt, dass wir trotz der herausfordernden Entwicklungen am Rohstoffmarkt weiterhin unsere 100% Fruchtsäfte den Fruchtsaft-Käuferinnen und -Käufern auch in Zukunft wie gewohnt in den Regalen des Lebensmitteleinzelhandels und den Getränkefachmärkten anbieten werden. Natürlich spielt auch der Preis für viele im Moment eine zentrale Rolle. Die Verteuerung der Lebenshaltungskosten führt dazu, dass Verbraucherinnen und Verbraucher preissensibel sind und gezielter auf die Kosten schauen müssen. Mit unseren Preis-Promotions und Aktionen bedienen wir immer wieder auch diese Zielgruppe. Zudem sind wir als Valensina Gruppe mit unseren Marken HITCHCOCK, Valensina und Wolfra breit aufgestellt und können eine große Range an unterschiedlichen Erfrischungsgetränken für jeden Geschmack und Geldbeutel anbieten.“

Weitere Presseinformationen finden Sie unter www.valensina-gruppe.de/footer/presse.

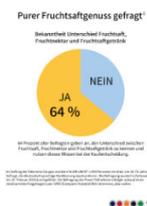
Und noch mehr Einblicke in die Welt der Fruchtsäfte und -nektare gibt es bei den einzelnen Marken der Valensina Gruppe:

www.hitchcock.de

www.valensina.de

www.wolfra.de

Bildmaterial:



Bildunterschrift: Purer Fruchtsaftgenuss gefragt.

Dateiname: Infografik_Valensina_Gruppe_Umfrage_Purer_Fruchtsaftgenuss_1.jpg (978 KB)

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe, März 2024.

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.



Bildunterschrift: Woran erkennt man 100 % Saft?

Dateiname: Infografik_Valensina_Gruppe_Umfrage_Purer_Fruchtsaftgenuss_2.jpg (875 KB)

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe, März 2024.

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.

Über die Valensina Gruppe

Die Valensina Gruppe zählt zu den führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, deren Stärke in der diversifizierten Fruchtsaft-, Abfüll- und Verpackungs-Kompetenz liegt. An den drei Standorten Mönchengladbach,



Valensina Gruppe

Vechta und Erding verfügt die familiengeführte Unternehmensgruppe über ein in Deutschland einzigartiges Know-how in Abfüll- und Verpackungstechnik, das auch Geschäftspartnern unzählige Möglichkeiten bietet (Copacking). Die Valensina Gruppe kann daher ein attraktives Sortiment hochwertiger Fruchtsäfte und -nektare sowie Getränke auf Basis dieser in den verschiedenen Gebindeformen von Glas über Karton bis PET als Eigen- und Handelsmarken (Private Label) und für das Copacking gekühlt und ungekühlt anbieten. Höchste Qualitätsansprüche und Leidenschaft für Fruchtsäfte sind die Basis für die Erfolgsgeschichte der Valensina Gruppe, die insgesamt über 390 Mitarbeiter beschäftigt. Unter dem Dach der Valensina Gruppe sind drei starke Fruchtsaft-Marken mit unterschiedlicher Kompetenz und Positionierung vereint: die regionale Qualitätsmarke Wolfra, die nationale Marke Valensina sowie die nationale Qualitätsmarke HITCHCOCK.

Weitere Informationen können Sie gerne anfordern bei:

kommunikation.pur GmbH, Sandra Ganzenmüller, Sendlinger Straße 31, 80331 München

Telefon: 089.23 23 63 50, Fax: 089.23 23 63 51, E-Mail: ganzenmueller@kommunikationpur.com