

SAFT, NEKTAR & CO.

MARKEN LEHR BRIEF

Saft, Nektar & Co.

In Kooperation mit

hohesC
Deine Vitamin C Power

granini

Lebensmittel
Zeitung

direkt

LERNWELT



MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN.

In der **LZ direkt Lernwelt** bündeln die LZ Medien ihre Weiterbildungsangebote (Digital, Print, Präsenz) für den Lebensmitteleinzelhandel. Praktisches Waren- und Verkaufswissen für Supermarktmitarbeiter – Kaufleute, Marktleiter und Warengruppenverantwortliche.

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de



EDITORIAL

WILLKOMMEN IM MARKENLEHRBRIEF SAFT, NEKTAR UND CO.

Diese Broschüre bietet Dir praktisches Warenwissen zum Thema Saft, Nektar & Co. am Beispiel der Marken Hohes C und Granini aus dem Hause Eckes-Granini. Aktuelle Marktdaten, Hintergrundinfos und Praxis-Tipps machen sie zum idealen Begleiter im Berufsalltag. Die beste Art und Weise, um Dein Grundlagenwissen zu vertiefen und mit Wissen zu punkten.

WAS ERWARTET DICH?

Gut strukturiert: Der Markenlehrbrief präsentiert Dir schnell und mit viel Liebe zur Wissensvermittlung das Wichtigste zum Thema fruchthaltige Getränke, zu den entsprechenden Produkten im Handel und dem verkaufsfördernden Umgang mit ihnen.



NICOLE GROHMANN
HEAD OF LZ DIREKT
LERNWELT

Jede der folgenden Doppelseiten enthält eine in sich abgeschlossene Information und zusätzlich eine Testfrage, mit der Du Dein Wissen noch einmal überprüfen kannst. Die dazugehörige Lösung findet sich auf der jeweils nächsten Seite. Der Testbogen am Schluss der Broschüre gibt Dir die Gelegenheit, das Gelernte unter Beweis zu stellen.

Wichtig: Zu diesem Markenlehrbrief gibt es auch ein E-Training, das Dir Klick für Klick wertvolle Zusatzinfos zum Thema liefert.

Viel Spaß beim Entdecken und Lernen!

Herzlich,
Deine

Nicole Grohmann

STEP-BY-STEP

INHALT

MARKTWISSEN

- 06 Hohe Reichweite, starker Umsatz
- 08 Megatrend Gesundheit

WARENWISSEN

- 10 Historie: Als Obst trinkbar wurde
- 12 Von der Frucht zum Saft
- 14 Juicy Know-how: Die wichtigsten Obstsorten
- 16 Fruchtige Vielfalt im Glas
- 17 Ein echter Vitamin-Boost
- 18 Transparenz auf den ersten Blick

POS-WISSEN

- 20 Richtig platziert – besser verkauft
- 23 Ein starkes Sortiment
- 24 Alle mal hergeschaut!
- 26 Lagerung und Haltbarkeit

WISSEN PLUS

- 28 Ernteschwankungen im Klimawandel
- 30 Rund um Fruchtsaft und Co.
- 32 Das Beste aus der Frucht

WISSEN TO GO

- 33 Alles klar? Wissens-Check 1
- 34 Wissens-Check 2 & Lösung
- 35 Noch mehr Brainfood & Impressum





WUSSTEST DU SCHON, ...

... dass Fruchtsaft, Nektare und Fruchtsaftgetränke nicht nur für Verbraucher unverzichtbar sind – sondern auch für den Handel? Sie zählen zur Kategorie „Fruchthaltige Getränke“ (FHG) und bilden gemeinsam mit Gemüsesäften das Segment „trinkbares Obst und Gemüse“. Der Einfachheit halber sprechen wir in diesem Lehrbrief pauschal von „Saft“, erläutern die Unterschiede jedoch nochmals ausführlich auf Seite 11. Saft gehört zu den Top-Sellern im Supermarktregal und spricht eine breite Zielgruppe an. Für Supermarktbetreiber ist das ein klarer Vorteil: Die Nachfrage ist hoch, die Vielfalt im Sortiment groß und das Umsatzpotenzial beachtlich.



Saft bringt nicht nur Farbe ins Regal, sondern auch Frequenz in den Markt. Er gehört zu den Produkten, die wiederkehrende Käufe anregen und zur Kundenbindung beitragen. Zudem sind Säfte eine Plankaufkategorie und werden gezielt und bewusst auf den Einkaufszettel gesetzt. Viele Haushalte kaufen Säfte regelmäßig und planvoll für den täglichen Konsum oder besondere Anlässe ein. Dennoch regen die bunte Vielfalt, saisonale Aktionen oder neue Sorten auch zum spontanen Zugreifen an – besonders, wenn sie gut sichtbar platziert sind. Gleichzeitig bieten sie eine Bühne für aktuelle Trends wie Gesundheit, Mocktails oder Mixability.

Auf den folgenden Seiten erfährst Du alles, was Du über Saft und Co. wissen solltest. Für einen besseren Lesefluss sprechen wir, wenn nicht anders möglich, in der männlichen Form. Wir meinen aber immer gleichermaßen alle Gender.

Noch ein Tipp: Klick Dich auch ins **E-Training**. Es liefert ergänzende Informationen für nachhaltiges Lernen. Für Deine erfolgreiche Teilnahme kannst Du Dir **am Kursende ein Zertifikat als Bestätigung** ausstellen lassen.

Viel Spaß beim Lesen!

Dein Eckes-Granini-Team

HOHE REICHWEITE, STARKER UMSATZ



Soft ist eine beliebte Warengruppe unter den alkoholfreien Getränken (AfG): 90 Prozent der Haushalte kaufen mindestens einmal im Jahr Soft-Produkte, also 9 von 10 Haushalten in Deutschland.¹ Damit sind Säfte deutlich beliebter als Energy Drinks, die nur etwa von jedem dritten Haushalt gekauft werden.² Kaum eine andere AfG-Warengruppe hat eine so hohe Marktdurchdringung. Fruchtsaft, Nektar oder Gemüsesaft sind aus dem Alltag der Verbraucher kaum wegzudenken. In der Kategorie Fruchthaltige Getränke (FHG) und Gemüsesäfte (GEM) wurden im Jahr 2024 rund 2,9 Milliarden Euro umgesetzt.

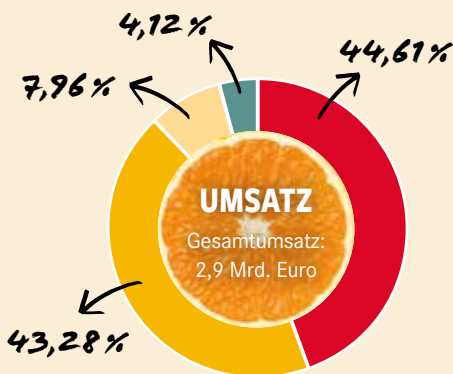
SAFT-KONSUM

Im Jahr 2024 lag der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von Fruchtsäften und Nektaren in Deutschland bei rund 24 Litern. Die sogenannten OMA-Sorten (Orange – Multi – Apfel) stehen zusammen für über 54 Prozent des durchschnittlichen Softkonsums und sind damit klar die Favoriten der deutschen Verbraucher.³

VERTRIEBSKANÄLE

Soft wird über unterschiedliche Vertriebswege an die Konsumenten gebracht. Der wichtigste Kanal ist der Non-Discount, zu dem Verbrauchermärkte und Supermärkte gehören. So fallen 44,61 Prozent der Umsatzanteile auf die Verbrauchermärkte, die damit den Hauptabsatzkanal darstellen. Die Drogeriemärkte hingegen tragen mit rund 4 Prozent nur einen geringen Teil zum Softabsatz bei.

HAUPTABSATZKANÄLE 2024



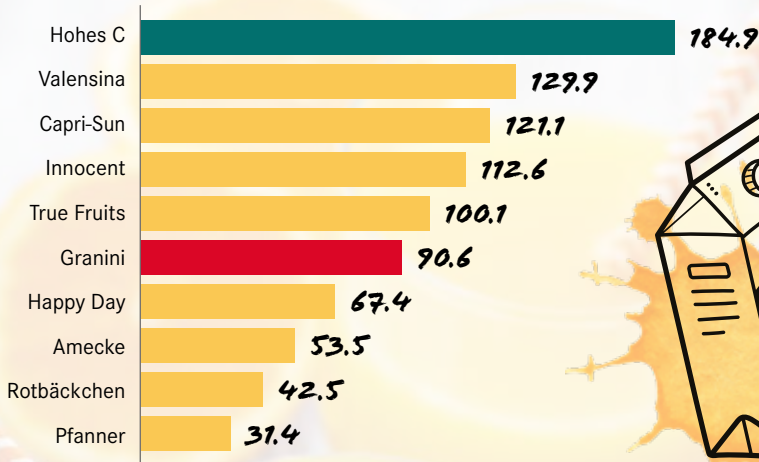
¹Quelle: Circana, D total, Umsatz in Mio. Euro, MAT Aug 25 vs. VJ

²Quelle: Nielsen, D Total, Käuferreichweite (%), FY 2024

³Quelle: Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie e. V. (VdF) 2024, Bonn

TOPMARKEN DER KATEGORIE SAFT 2024

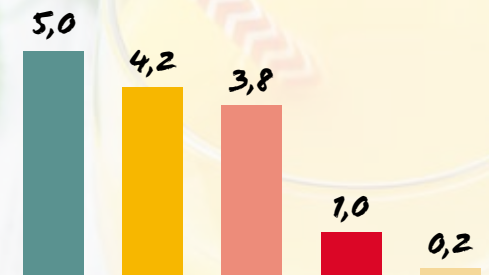
Umsatz in Millionen Euro



Quelle: Nielsen, LEH+DM, FHG+GEM, Umsatz Top-10-Marken, FY 2024

BELIEBTESTE SÄFTE 2024

Konsum in Litern pro Kopf



● Apfelsaft ● Orangensaft ● Multivitaminfruchtsaft
● Traubensaft ● Ananassaft

Quelle: Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie e. V. (VdF) 2024, Bonn



Quelle: Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie e. V. (VdF) 2024, Bonn



WAS IST DER HAUPTABSATZKANAL VON FRUCHTSAFT?

- ☐ Discounter
- ☐ Drogeriemärkte
- ☐ Verbrauchermärkte

MEGATREND GESUNDHEIT



Vitamine



VIELFALT IM REGAL

Säfte bieten gesundheitsbewussten Shoppers vielfältige Optionen, ihre Nachfrage zu befriedigen:

SHOTS

Kompakt und angereichert mit Ingwer oder Vitaminen – Shots liegen im Trend. Laut Nielsen haben fast 1 Mio. Haushalte mehr im Jahr 2024 Shots gekauft.*

PLUS-SÄFTE MIT FUNKTIONALEM ZUSATZNUTZEN

Diese trugen im Jahr 2024 mit 17 Prozent maßgeblich zum Wachstum der gesamten Kategorie bei. Beispiele dafür sind die Hohes C „Plus Sonnent vitamin D“ und „Plus Immun“ Säfte. Letztere sind mit Zink für die Abwehrkräfte angereichert.**

FRUCHTSAFTGETRÄNKE MIT WENIGER ZUCKER

Zuckerreduzierte Fruchtsaftgetränke erzielten im Jahr 2024 ein Umsatzplus von 7,5 Millionen Euro. Ein Beispiel dafür sind „Die Leichten“ von Hohes C mit einem Fruchtsaftanteil von 60 Prozent.**

*Quelle: Nielsen, D Total, FHG+GEM, Käuferhaushalte, FY 2024 vs. VJ

**Quelle: Nielsen, D Total, FHG+GEM, Umsatz, FY 2024 vs. VJ

Gesundheit spielt für Konsumenten eine zunehmend zentrale Rolle – besonders im Bereich der Lebensmittel und Getränke. Laut aktuellen Erhebungen von YouGov und Deloitte entwickelt sich das Gesundheitsbewusstsein zu einem der wichtigsten Kaufmotive für Shopper im Lebensmittel-einzelhandel. So hinterfragen bereits 79 Prozent der Deutschen aktiv ihre Trink- und Essgewohnheiten.¹

Hohes C ist laut der Ipsos Brand Health Study 2024 die beliebteste Marke, wenn es darum geht, den täglichen Vitaminbedarf zu decken. Besonders im Bereich zuckerreduzierter Fruchtsaftgetränke konnte Hohes C mit der Sorte „Leichte Orange“ in der 1,0-Liter-Flasche überzeugen: Sie war 2024 das erfolgreichste neue Saftprodukt!²

NACHFRAGE BEDIENEN

Immer mehr Konsumenten greifen bewusst zu Produkten, die einen gesundheitsfördernden Nutzen versprechen. Doch was verstehen Konsumenten unter „gesundheitsfördernden Getränken“? Diese sollen einen niedrigen Zuckergehalt haben, natürliche Inhaltsstoffe aufweisen und reich an Vitaminen oder funktionalen Zusatzstoffen sein.³ Für den Handel ergibt sich daraus eine klare



WAS IST DER HAUPTABSATZKANAL VON FRUCHTSAFT?



Verbrauchermärkte



DAS STECKT IN SAFT

Säfte sind mehr als nur erfrischend und wohlschmeckend. Je nach Sorte sind viel Vitamin C oder andere Vitamine enthalten.

ORANGENSaft

enthält Vitamin C, welches dazu beiträgt, das Immunsystem zu unterstützen.*

APFELSaft

enthält Kalium. Kalium unterstützt die Herzgesundheit, indem es zur Aufrechterhaltung eines normalen Blutdrucks beiträgt.*

ANANASSaft

enthält Mangan, das den Energiestoffwechsel unterstützt und hilft, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen.*

** Eine gesunde Lebensweise und abwechslungsreiche Ernährung werden empfohlen.*



healthy

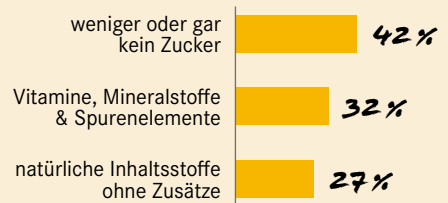
Chance: Wer das Sortiment gezielt erweitert und entsprechend kennzeichnet, kann vom wachsenden Gesundheitsbewusstsein der Konsumenten profitieren.

^{1,3}Quelle: Deloitte Consumer Spotlight Survey 2025

²Quelle: Nielsen, D Total, FHG+GEM, Umsatz, FY 2024

WAS HEISST „GESUNDE ERNÄHRUNG“ FÜR DICH?

Angaben nach Nennung in Prozent



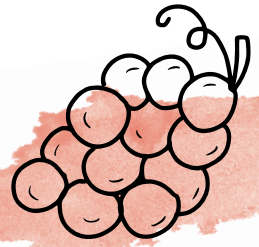
Quelle: Deloitte Consumer Spotlight Survey 2025



WAS SIND TRENDPRODUKTE IM SAFTREGAL?

- ☐ Shots
- ☐ Plus-Säfte
- ☐ Exotische Fruchtsäfte

HISTORIE: ALS OBST TRINKBAR WURDE



Die Geschichte des Fruchtsaftes reicht bis ins alte Ägypten zurück. Hier und in Mesopotamien wurden Granatapfel- und Traubensaft hergestellt – meist für medizinische Anwendungen oder rituelle Zwecke. In der griechisch-römischen Antike diente Traubensaft häufig als Ausgangsprodukt für die Weinherstellung (Most), wurde jedoch auch frisch verzehrt. Der direkte Konsum von Fruchtsäften war im Mittelalter eher selten, da sie ohne moderne Konservierungsmethoden schnell verderben. Stattdessen bevorzugte man Obstweine – also vergorene Fruchtsäfte –, die durch ihre längere Haltbarkeit einen klaren Vorteil boten.

PASTEURISIERUNG

Mit dem Beginn der industriellen Produktion wurde ein neues Kapitel aufgeschlagen: In den 1920er-Jahren nahm die moderne Fruchtsaftproduktion in Deutschland erstmals konkrete Formen an. Einen entscheidenden Durchbruch ermöglichte die Pasteurisierung – ein Verfahren, das ursprünglich von Louis Pasteur entwickelt wurde. Durch diese schonende Hitzebehandlung konnten Fruchtsäfte ohne chemische Zusätze deutlich länger haltbar gemacht werden – ein Meilenstein für die Branche.

VON LUIS PASTEUR BIS SUPERFRUITS

HISTORIE

1864

Louis Pasteur entwickelt das Pasteurisierungsverfahren. Dieses ermöglichte die haltbare und chemiefreie Produktion von Fruchtsäften.

AB 1920

Mit der Industrialisierung und der Einführung des „Süßmosts“ steigt die Produktion und Beliebtheit von Fruchtsäften weiter an.

1933

Mit dem Traubensaft von Eckes-Granini gelingt ein entscheidender Schritt in Richtung Fruchtsaft-Produktion.

WAS SIND TRENDPRODUKTE IM SAFTREGAL?

- ✓ Shots
- ✓ Plus-Säfte

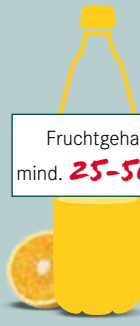
SO VIEL FRUCHT STECKT IN FRUCHTSAFT & CO.

FRUCHTSAFT AUS DIREKTSAFT

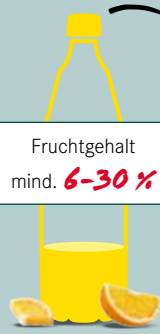
100 Prozent Fruchtgehalt ohne weitere Zusätze. Kein Zusatz von Zucker. Unmittelbar nach der Ernte im Ursprungsland ausgepresst, pasteurisiert und zum Transport abgefüllt.



Fruchtgehalt
100 %



Fruchtgehalt
mind. **25-50 %**



Fruchtgehalt
mind. **6-30 %**

FRUCHTSAFT-GETRÄNK

Mind. 6 Prozent Fruchtsaftanteil bei Zitrusfrüchten (z. B. Orange), mind. 30 Prozent bei Kernobst (z. B. Apfel oder Traube) und mind. 10 Prozent bei anderen Früchten. Außerdem dürfen Zucker, Aromen und weitere Zusatzstoffe zugesetzt werden.

FRUCHTSAFT AUS KONZENTRAT

100 Prozent Fruchtgehalt ohne weitere Zusätze. Kein Zusatz von Zucker. Dem ausgepressten Saft werden zunächst Wasser und Aromen entzogen. Anschließend wird das Konzentrat gekühlt ins Abfüllland verschifft und dort wieder mit Wasser und den ursprünglichen Aromen aufgefüllt.

FRUCHTNEKTAR

Mind. 25 bis 50 Prozent Fruchtsaftanteil (je nach Fruchtart), Wasser und Zucker dürfen hinzugefügt werden.

1958

Eckes-Granini bringt mit „Hohes C“ den ersten trinkfertigen Orangensaft in Flaschen auf den deutschen Markt.

1979

Dr. Koch's Trink 10 wird als erster Multivitaminisaft im LEH eingeführt. Mit dieser bahnbrechenden Innovation etabliert Eckes ein neues Segment im Fruchtgetränkemarkt.

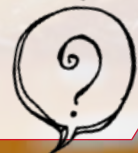
HEUTE

Heute ist Fruchtsaft ein beliebter Klassiker. Insbesondere Apfel-, Orangen-, Multivitamin-, Trauben- und Ananassaft.

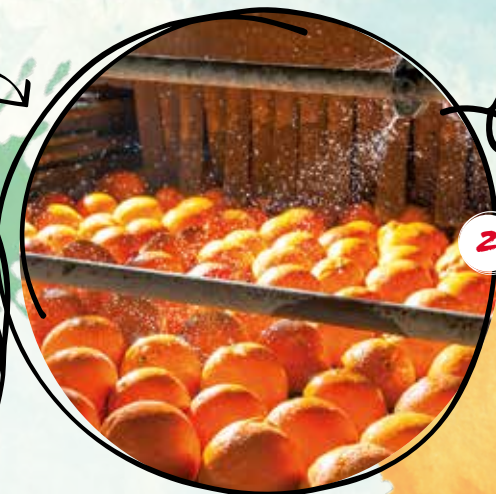


WIE VIEL FRUCHTGEHALT STECKT IN FRUCHTNEKTAR MINDESTENS?

- ☐ 25 Prozent
- ☐ 35 Prozent
- ☐ 6 Prozent



VON DER FRUCHT ZUM SAFT



GUTER SAFT BEGINNT MIT DER AUSWAHL DER BESTEN FRÜCHTE, DIE GEWASCHEN UND EINZELN AUSGEPRESST WERDEN.

Hier zeigen wir, wie Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat hergestellt wird. Der Prozess ist ein gutes Beispiel für ein nachhaltiges Herstellungsverfahren.

Orangenernte

Die Reise beginnt in Brasilien. Hier wachsen besonders aromatische Sorten, wie zum Beispiel Pera Natal und Pera Valencia. Neben dem vollfruchtigen Geschmack ist insbesondere ein hoher Vitamin-C-Gehalt wichtig. Die Orangen werden gepflückt und zum nahe gelegenen Verarbeitungsbetrieb transportiert.

Auspressen der Orangen

Die Orangen werden gewaschen und mit einem speziellen Verfahren, bei dem der Saft nicht mit der Schale in Berührung kommt, einzeln ausgepresst. Das Fruchtfleisch wird hierbei abgetrennt und aufbewahrt. Die anfallenden Orangenschalen werden zerkleinert und zu Pellets gepresst, die als Tierfutter verwendet werden.

Herstellung des Saftkonzentrats

Dem Orangensaft wird unter Vakuum schonend Wasser entzogen, das anschlie-



WIE VIEL FRUCHTGEHALT STECKT IM FRUCHTNEKTAR MINDESTENS?

✓ 25 Prozent

GO
ONLINE

LEXIKON

Restaurationsaromen | Restaurationsaromen sind natürliche Aromen, die bei der Herstellung von Fruchtsaft aus Konzentrat verwendet werden, um den ursprünglichen Geschmack und Geruch des frischen Safts wiederherzustellen. Wichtig: Laut Fruchtsaftverordnung dürfen diese Aromen nur aus der gleichen Frucht stammen wie der Saft – also etwa Apfelaroma nur in Apfelsaft.

DAS ABFÜLLEN ERFOLGT
HEUTZUTAGE MASCHINELL.

3



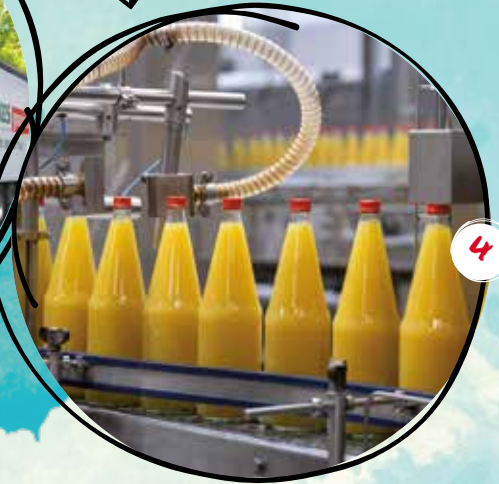
DAS SFTKONZENTRAT, DAS FRUCHTFLEISCH UND DIE AROMEN WERDEN VERLADEN UND ZUM ABFÜLLBETRIEB GEBRACHT.

Bend zum Waschen der Früchte und zur Bewässerung der Plantagen wiederverwendet wird. Zurück bleibt ein auf ein Sechstel reduziertes Fruchtsaftkonzentrat. Die dabei aufgefangenen Orangenaromen (Restaurationsaromen) werden dem Saft später wieder zugesetzt.

Transport

Das Fruchtsaftkonzentrat, das Fruchtfleisch und die Orangenaromen machen sich nun gekühlt auf die Reise zum Abfüllbetrieb.

4



Saftherstellung

Im Abfüllbetrieb werden dem Konzentrat Aromen, Trinkwasser und ggf. Fruchtfleisch wieder zugefügt – so entsteht wieder 100-prozentiger Saft. Der Saft wird dann in Karton, Glas- oder PET-Flaschen schonend bei niedrigen Temperaturen abgefüllt, um Nährstoffe und Geschmack zu erhalten.

Handel und Verbraucher

Der Saft hat sein Ziel erreicht. Die Flaschen werden nun an die Supermärkte geliefert und erreichen bald die Kunden.



WODURCH ZEICHNEN SICH QUALITATIV HOCHWERTIGE ORANGEN AUS?

- ☐ Vollfruchtiger Geschmack
- ☐ Hoher Vitamin-C-Gehalt
- ☐ Hoher Wassergehalt

JUICY KNOW-HOW: DIE WICHTIGSTEN OBSTSORTEN

Die Grundlage für Saft bilden diverse Obstsorten, die sowohl regional als auch international bezogen werden. Die Früchte, die nicht in Deutschland angebaut werden können, werden in ihren Ursprungsländern zum optimalen Zeitpunkt geerntet und entweder als Direktsaft oder Fruchtsaftkonzentrat nach Deutschland importiert. Es gibt nur wenige Fruchtarten, deren Saft man direkt pur als Fruchtsaft trinken kann: Apfel, Orange, Grapefruit, Traube, Birne, Ananas, Mandarine und Tomate.

Direktsaft: Direktsaft ist ein Fruchtsaft, der direkt nach dem Pressen der Früchte abgefüllt oder nur kurzzeitig zwischenlagert wird. Er wird nicht aus Konzentraten hergestellt und enthält keine Zusatzstoffe. Direktsaft bewahrt dadurch den ursprünglichen Geschmack und die natürlichen Inhaltsstoffe der Frucht bleiben möglichst unverändert. Frisch gepresster Saft wird gefiltert, pasteurisiert und abgefüllt. Er wird bei 80 bis 85 Grad erhitzt, um Mikroorganismen abzutöten und die Haltbarkeit zu gewährleisten.

Fruchtsaftkonzentrat: Frisch gepresstem Saft wird schonend Wasser entzogen, wodurch sich das Volumen auf ein Sechstel reduziert. Konzentrat und Aroma werden getrennt gelagert und transportiert, am Zielort mit Wasser rückverdünnt und pasteurisiert.

Fruchtsaft aus Fruchtsaftkonzentrat oder Direktsaft wird auch für die Herstellung von weiteren fruchthaltigen Getränken verwendet, wie zum Beispiel Nektar, Fruchtsaftgetränke, Schorlen und auch Limonaden.



WODURCH ZEICHNEN SICH QUALITATIV HOCHWERTIGE ORANGEN AUS?

- ✓ Vollfruchtiger Geschmack
- ✓ Hoher Vitamin-C-Gehalt

DAS STECKT DRIN!



ORANGE

Die Orange ist das klassische und beliebteste Fruchtsaft-Obst. Sie kommt in vielen Varianten vor, zum Beispiel als reiner Orangensaft oder Bestandteil von Multivitamin-säften.

APFEL

Apfelsaft wird in verschiedenen Varianten angeboten, bei Hohes C zum Beispiel als „Milder Apfel“ oder „Apfel-Acerola naturtrüb“. Apfelsaft ist wegen seines milden Geschmacks beliebt.

MULTIVITAMIN-MISCHUNGEN

Diese enthalten eine Kombination aus verschiedenen Früchten wie Orange, Apfel, Mango, Maracuja, Banane, Traube und weitere Früchte. Auch hier ist Acerola fast immer dabei.

ACEROLA

Diese Frucht ist in vielen Fruchtsäften enthalten, da sie eine natürliche Quelle für Vitamin C ist. Allerdings wird sie oft nicht als Hauptfrucht, sondern als Zusatz zur Vitaminanreicherung verwendet.

ROTE FRÜCHTE

In Produkten wie „Roter Multivitamin“ kommen häufig rote Beeren wie Himbeeren, Erdbeeren, Schwarze Johannisbeere, Aronia und Heidelbeeren vor.



Andere Fruchtarten sind als purer Fruchtsaft nicht zu genießen, zum Beispiel Johannisbeere oder Banane – um nur zwei zu nennen. Sie haben entweder einen zu hohen Säuregehalt oder sind in der Konsistenz nicht als Saft geeignet. Sie können aber zu Nektar oder mit anderen Früchten zu Fruchtsaft verarbeitet werden.



AUS WELCHER FRUCHT KANN DIREKTSAFT HERGESTELLT WERDEN?

- ☐ Banane
- ☐ Ananas
- ☐ Orange



FRUCHTIGE VIELFALT IM GLAS



Die Fruchtsaftverordnung sowie die Leitsätze für Erfrischungsgetränke definieren unter anderem den Mindestfruchtgehalt, die zulässigen Zutaten und die Herstellungsverfahren. Diese Vorgaben stellen sicher, dass Verbraucher wissen, was in der Flasche steckt – und alle Hersteller sind verpflichtet, sich daran zu halten.

✓ Saft: Saft – genauer „Fruchtsaft“ – ist ein Getränk, das zu 100 Prozent aus Frucht bestehen muss, ohne Zuckerzusatz, Farb- oder Konservierungsstoffe. Laut Fruchtsaftverordnung darf er ausschließlich aus dem Saft oder Fruchtmark frischer Früchte bestehen. Man unterscheidet dabei zwischen Direktsaft und Saft aus Konzentrat – beide gelten als „echter“ Fruchtsaft.

✓ Nektar: Für Fruchtnektare bieten sich meist Früchte an, die als purer Saft zu sauer oder zu dickflüssig wären – wie Sauerkirsche, Rhabarber, schwarze Johannisbeere, Banane und Mango. Sie enthalten je nach Fruchtart mindestens 25 bis 50 Prozent Frucht, Wasser und ggf. Zucker. Diese Mindestgehalte sind gesetzlich festgelegt. Auch Nektare enthalten weder Farb- noch Konservierungsstoffe.

✓ Fruchtsaftgetränke: Fruchtsaftgetränke bestehen hauptsächlich aus Wasser und enthalten je nach Fruchtart zwischen 6 und 30 Prozent Fruchtgehalt. Beispiele:

- /// Kernobst oder Trauben: mindestens 30 Prozent
- /// Zitrusfrüchte: mindestens 6 Prozent
- /// Andere Früchte: mindestens 10 Prozent

SAFT, NEKTAR,
SHOTS – DIE
AUSWAHL IM
REGAL IST GROSS.



✓ Shots: Shots sind kleine, konzentrierte Getränkeportionen – meist zwischen 60 und 100 ml – mit einem hohen Gehalt an funktionellen Zutaten und Mineralstoffen. Sie werden oft als „Energie-Kick“ oder zur Stärkung des Immunsystems konsumiert. Sie gelten nicht als Fruchtsaft im Sinne der Fruchtsaftverordnung, da sie meist weitere Zutaten enthalten und funktionale Zwecke erfüllen.



AUS WELCHER FRUCHT KANN DIREKTSAFT HERGESTELLT WERDEN?

- ✓ Ananas
- ✓ Orange

EIN ECHTER VITAMIN-BOOST

Fruchtsaft ist nicht einfach nur lecker – er steckt auch voller Power. Denn: Reiner Saft wird direkt aus Früchten gepresst und bringt deshalb auch fast alle Nährstoffe der Früchte mit. 100 Prozent Saft heißt also auch „Natur pur“. Er liefert Vitamine wie A, B6, B12, C, D, E und Folsäure sowie Mineralien wie Zink, Eisen oder Kupfer. Ein Glas am Tag kann helfen, das „5 am Tag“-Ziel zu erreichen und das eigene Wohlbefinden zu steigern.

STARKES IMMUNSYSTEM

Ganz gleich, ob im Winter oder auch im Sommer – wer fit durch jede Jahreszeit kommen möchte, sollte sein Immunsystem unterstützen. Doch was ist wichtig für ein gesundes Immunsystem? Die Antwort ist eigentlich ganz einfach: ein gesunder Lebensstil. Wer sich ausgewogen und vielseitig ernährt, nimmt über die Nahrung alle essenziellen Stoffe, die ein gesunder Körper braucht, in ausreichender Menge auf. Bestimmte Vitamine, Nähr- und Mineralstoffe spielen dabei eine wichtige Rolle, da sie maßgeblich zu einer normalen Immunfunktion beitragen.



DIE HÄUFIGSTEN MYTHEN RUND UM FRUCHTSAFT

NACH DEM ORANGENSAFT SOLLTE MAN NICHT GLEICH ZÄHNE PUTZEN!

Das stimmt. Denn die im Orangensaft enthaltenen natürlichen Säuren können den Zahnschmelz leicht erweichen. Nach einer kurzen Wartezeit kann sich der Zahnschmelz regenerieren und es darf geputzt werden.



ORANGENSAFT IST EINE KALIUM-QUELLE!

Das ist korrekt. Ein Glas (ca. 200 ml) enthält etwa 300 mg Kalium. Kalium trägt zur Aufrechterhaltung eines normalen Blutdrucks bei und unterstützt die normale Muskelfunktion. Eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung sowie eine gesunde Lebensweise sind wichtig.



FRUCHTSAFT IST NICHTS ANDERES ALS ZUCKERWASSER!

Fruchtsaft enthält die natürliche Süße aus der Frucht. 100 Prozent Saft liefert neben Fruchtzucker auch viele wichtige Nährstoffe wie Vitamine, Mineralien und sekundäre Pflanzenstoffe. Diese sind in der Frucht von Natur aus enthalten – und landen durch das Pressen auch im Saft.



WIE KANN MAN SEIN IMMUNSYSTEM IM WINTER UNTERSTÜTZEN?

- ☐ Ausgewogene Ernährung
- ☐ Gesunder Lebensstil
- ☐ Verzehr von Fast Food

TRANSPARENZ AUF DEN ERSTEN BLICK



Wenn es sich um Fruchtsaft handelt, muss das Etikett bestimmten rechtlichen Vorgaben entsprechen – insbesondere der EU-Richtlinie 2012/12/EU über Fruchtsäfte sowie der deutschen Fruchtsaftverordnung (FrSaftV) und der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV). Wesentliche Anforderungen für das Etikett sind:

1. Produktbezeichnung:

„Orangensaft“ oder „100% Orangensaft“.

Wenn es sich um aus Konzentrat rückverdünnten Saft handelt, muss es heißen: „Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat“.

2. Zutatenverzeichnis:

„Bei Direktsaft („nicht aus Konzentrat“) ist kein Zutatenverzeichnis erforderlich, da der Saft nach dem Auspressen unverändert bleibt.

Bei Saft aus Konzentrat: „Zutaten: Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat“.

3. Nährwerttabelle:

Pflichtangabe nach LMIV sind: Brennwert (kJ/kcal), Fett (davon gesättigte Fettsäuren), Kohlenhydrate (davon Zucker), Eiweiß, Salz.

4. Name & Anschrift des Lebensmittelunternehmens



WIE KANN MAN SEIN IMMUNSYSTEM IM WINTER UNTERSTÜTZEN?

- ✓ Ausgewogene Ernährung
- ✓ Gesunder Lebensstil



5. Füllmenge:

z. B. „1,0 L“
oder „500 ml“.
Das „e“ steht für
Netto-Füllmenge.

6. Loskennzeichnung:

Für Rückverfolgbarkeit (oft in Form
eines Codes, z. B. „L12345“).

7. Mindesthaltbarkeitsdatum:

(MHD) oder Verbrauchsdatum:
„Mindestens haltbar bis: TT.MM.JJJJ“.

8. Ursprungsangabe (wenn relevant)

Zum Beispiel „Herkunft: Brasilien“ – nur
erforderlich, wenn Auslassung irrefüh-
rend wäre oder in Werbung ein Bezug
zum Ursprung hergestellt wird.

9. Hinweise bei Konzentrat oder Zusatzstoffen (optional oder verboten):

/// Zusätze wie Zucker, Farbstoffe oder
Konservierungsmittel sind bei Fruchtsaft
verboten.

/// Zusätze wie Vitamin C (Ascorbin-
säure) sind zulässig, müssen aber im
Zutatenverzeichnis erscheinen.



GUTES GUT VERPACKT

Fruchtsaft und fruchthaltige Getränke
sind in Glasflaschen, Tetra-Packs,
Dosen und PET-Flaschen erhältlich.
Moderne PET-Flaschen sind vollstän-
dig recycelbar und bestehen heute
gesetzlich vorgeschrieben zu einem
Teil aus recyceltem Material. Nach
der Rückgabe im Pfandautomaten
werden sie gesammelt, sortiert,
gereinigt und zu Granulat
verarbeitet – die Grundlage
für neue Flaschen.



Seit 2024 sind
Flaschenverschlüsse
EU-weit fest mit der
Verpackung verbunden.

EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE QUALITÄT



Faktor	Wirkung auf Qualität
Fruchtart und Reifegrad	Bestimmt Geschmack, Süße und Vitamingehalt
Verarbeitung	Schonende Verfahren erhalten mehr Nährstoffe
Lagerung	Licht, Wärme und Sauerstoff mindern Qualität
Verpackung	Barriere-Schicht gegen Sauerstoff, damit Vitamine und Geschmack erhalten bleiben



WAS SIND PFLICHTANGABEN NACH LMIV?

- ☐ Brennwert
- ☐ Fett
- ☐ Kohlenhydrate

RICHTIG PLATZIERT – BESSER VERKAUFT



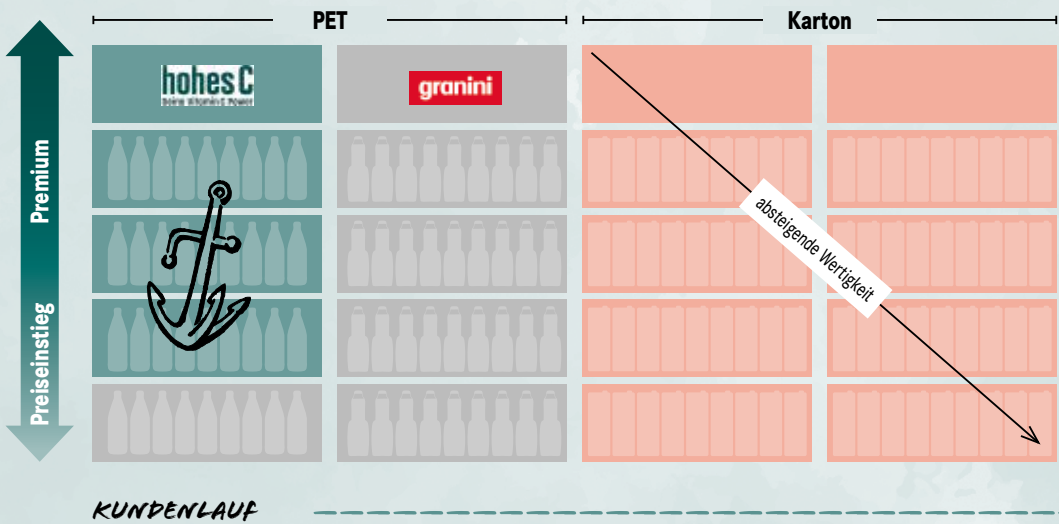
Soft gehört zu den klar geplanten Produkten im Einkauf: 83 Prozent der Shopper entscheiden bereits vor Betreten des Marktes, dass sie Soft kaufen möchten.¹ Umso wichtiger ist eine übersichtliche und shopperorientierte Regalstruktur, die sich an den Suchkriterien der Verbraucher orientiert. Sie erleichtert die Orientierung, steigert die Sichtbarkeit

relevanter Produkte – und fördert so den Abverkauf.



Vertikale Sortierung nach Verpackungsart: Schaffe klar abgegrenzte Verpackungsblöcke, beginnend mit PET, gefolgt von Karton und platziere Glas- und Kleingebinde am Ende der Laufrichtung. Aufgrund der hohen Umsatz- und

AUFTEILUNG DES REGALS



WAS SIND PFLICHTANGABEN NACH LMIV?

- ✓ Brennwert
- ✓ Fett
- ✓ Kohlenhydrate

Absatzbedeutung sollten PET-Flaschen und Karton jeweils 40 Prozent der Regalfläche erhalten, Kleingebinde und Glas je 10 Prozent.



Vertikale Markenblöcke: Shopper wählen zuerst die Verpackung, dann die Marke. Innerhalb der Verpackungen solltest Du saubere vertikale Markenblöcke bilden.

← Kleingebinde/Glas →

Gemüse

Reckzone: Premiumprodukte und To-go-Gebinde

Sichtzone: Ankermarke, Innovationen & Fokusprodukte

Kleingebinde

Griffzone: Frequenzbringer und Impulsprodukte, insbesondere die Sicht- und Griffzone gelten als umsatzstärkste Bereiche.

Bückzone: Großpackungen



ORIENTIERUNG AM REGAL

Es ist wichtig zu verstehen, wie Shopper ihre Kaufentscheidung treffen.

1. VERPACKUNGSART

Shopper wählen zunächst zwischen Glas, PET, Karton oder Kleingebinden.

2. MARKE

Innerhalb der gewählten Verpackung suchen sie nach ihrer bevorzugten Marke.

3. SORTE

Anschließend folgt die Wahl der gewünschten Sorte, etwa Orange, Multivitamin oder Apfel. Zur besseren Orientierung sollten die Sorten im Regal nach dem OMA-Prinzip (Orange → Multi → Apfel) angeordnet werden.

Quelle: Shopper Studie FhG 2020, Online-Befragung



Markenanordnung nach Preis-/Qualitätslogik:

Durch Platzierung von Hohes C als Ankermarke kann der Shopper die Kategorie im Markt schneller auffinden. Davon profitiert die ganze Kategorie: Bei gleicher Fläche lässt sich ein Umsatzanstieg von fast 4 Prozent verzeichnen.²



WELCHE VERPACKUNGSART SOLLTE DIE GRÖSSTE REGALFLÄCHE BEKOMMEN?

- ☐ PET und Karton
- ☐ Kleingebinde
- ☐ Glas



Sortierung innerhalb der Marke

nach Sorte: Innerhalb des Markenblocks wird empfohlen, mit Orange, Multi und Apfel (O-M-A) in der Sortenabfolge zu starten, danach folgen heimische Früchte bis hin zu Exoten.



Kids- und Gemüsesäfte gezielt

platzieren: Kinderprodukte als Block am Ende des Regals positionieren. Der Gemüsesaft-Block gehört ebenfalls ans Regalende. Shots sollten zur Steigerung des Abverkaufs in der Kühlung platziert werden.



¹Quelle: Shopper Studie FhG 2020, Online-Befragung

²Quelle: POS Test 2024



WELCHE VERPACKUNGSART SOLLTE DIE GRÖSSTE REGALFLÄCHE BEKOMMEN?



PET und Karton



EIN STARKES SORTIMENT

Da 90 Prozent der deutschen Haushalte bereits Saft kaufen, ist das Potenzial, ganz neue Käufergruppen zu erschließen, begrenzt.¹ Deshalb liegt der Fokus auf Produktdifferenzierung und Sortimentstiefe, um bestehende Käufer häufiger zum Kauf zu bewegen. Ein breites, bedürfnisorientiertes Sortiment ist dabei entscheidend – es bietet für jeden Geschmack und jede Lebenssituation das passende Produkt. Beispiele dafür sind:

- // Leichte Fruchtsaftgetränke mit reduziertem Zuckergehalt
- // Säfte mit funktionalem Zusatznutzen für Gesundheit und Wohlbefinden
- // Varianten mit oder ohne Fruchtfleisch, passend zu individuellen Vorlieben

So wird die Kategorie für verschiedenste Shopper-Bedürfnisse relevant – und die Kaufhäufigkeit kann gezielt gesteigert werden.

NEUE IMPULSE SETZEN

Junge Konsumenten erwarten mehr als nur klassische Fruchtsäfte – sie sind offen für Neues und ständig auf der Suche nach Produkten, die zu ihren individuellen Bedürfnissen passen.² Um diese Zielgruppe anzusprechen, muss die Kategorie mit

Occasion Based Shopping | Beim Einkaufen denken viele Konsumenten heute an konkrete Anlässe – sie suchen gezielt nach Produkten, die zu bestimmten Situationen passen. Dieses anlassbezogene Einkaufsverhalten (Occasion Based Shopping) bietet eine klare Chance für die Kategorie Saft.



SORTIMENTS-KOMPETENZ

Sortimentskompetenz beschreibt die Fähigkeit des Handels, ein bedarfsgerechtes, vielfältiges und zielgruppenorientiertes Produktangebot bereitzustellen. Dazu gehört, dass das Sortiment in Bezug auf Sortenvielfalt, Verpackungsarten, Marken, Preisklassen und Verbraucherbedürfnisse optimal auf die regionalen Shopperbedürfnisse sowie aktuelle Markttrends abgestimmt ist.

Zentrale Bestandteile sind:

SORTIMENTS-BREITE

die Anzahl verschiedener Warengruppen im Angebot



SORTIMENT-STIEFE

die Vielfalt an Varianten innerhalb einer Warengruppe

vielfältigen Sorten und abwechslungsreichen Geschmacksrichtungen überzeugen. Der Trend zu neuen Geschmacksrichtungen zeigt: Innovation ist gefragt – und ein wichtiger Treiber für Aufmerksamkeit und Kaufimpulse im Regal.³

¹Nielsen, D Total, Käuferreichweite (%), FY 2024

²Quelle: CPS GfK Studie „Future AFG 1.0“, Juli 2024

³Quelle: Nielsen, D Total, FHG+GEM, FY 2024 vs VJ



WAS IST OCCASION BASED SHOPPING?

- ☐ Saisonales Einkaufen
- ☐ Anlassbezogenes Einkaufen
- ☐ Einkaufen nach Liste



ALLE MAL HERGESCHAUT!



Zweitplatzierungen sorgen für mehr Aufmerksamkeit am Point of Sale (PoS) und schaffen zusätzliche Kaufimpulse. So kann der Absatz durch Zweitplatzierungen um bis zu 250 Prozent gesteigert werden – im Vergleich zum Regalverkauf lässt sich so die 3,5-fache Menge erzielen. Außerdem bieten Displays und Highlightaufbauten durch kreative Gestaltungen eine hohe Singalwirkung am PoS. Ideale Platzierungsorte sind stark frequentierte Stellen, zum Beispiel im Hauptkundenlauf bei alkoholfreien Getränken sowie im Aktions- und Kassenbereich. Hier sind einige Beispiele für Aktionsanlässe:

Quelle: durchgeführter Markttest



FEIERTAGE & BESONDERE ANLÄSSE

Ostern: Säfte für den Brunch, zum Beispiel Hohes C „Milde Orange“



Schulstart: Kinderprodukte und Trinkpäckchen



Silvester: Mixing-Produkte für die Partynacht



WINTER/ KALTE JAHRESZEIT

Nutze die Gelegenheit, um die natürlichen Vitamine in Säften hervorzuheben und gezielte Zweitplatzierungen zu positionieren.

SOMMER/ WARMER JAHRESZEIT

Empfehle Säfte, die sich zum Mixen eignen wie Granini mit Sorten wie „Minty Melon“ und „Vanilla Passion“.



Nutze die Zeit für große Sommeraktionen – zum Beispiel „Granini Let's Mix“ mit passenden Gewinnspiel, um typische Sommer-Anlässe anzusprechen, in denen Mix-Getränke besonders gefragt sind.



WAS IST OCCASION BASED SHOPPING?

✓ Anlassbezogenes Einkaufen

GO
ONLINE

MOCKTAIL-TREND

Mocktails liegen voll im Trend: Sie stehen für bewussten Genuss, gesellige Momente und das stilvolle Gefühl, dazuzugehören – ganz ohne Alkohol. Getrieben wird dieser Boom von drei zentralen Entwicklungen:

1. GESELLSCHAFTLICHER WANDEL

Besonders junge Menschen trinken seit Jahren deutlich weniger Alkohol, wie die sinkenden Konsumraten bei unter 25-Jährigen seit 2014 zeigen.



2. VISUELLE KULTUR

Mocktails sind farbenfroh, stylisch und bestens für Social Media inszenierbar – perfekt für Instagram & Co.



3. WIRTSCHAFTLICHER AUFSCHWUNG

Gastronomie und Getränkeindustrie reagieren mit einer stetig wachsenden Marktpräsenz, eigenen Produktlinien und der Erweiterung alkoholfreier Karten.

Fruchtsaft-Hersteller können diesen Trend gezielt aufgreifen, etwa durch aufmerksamkeitsstarke Inszenierungen am Point of Sale oder durch die Verknüpfung mit Anlässen wie „Dry January“. So lassen sich Fruchtsäfte als unverzichtbare Basis für kreative, alkoholfreie Drinks erfolgreich positionieren.

Quellen: Mocktails überall: Warum alkoholfreie Drinks jetzt Mainstream sind, Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e. V. über aboutdrinks.de, 21.07.2025

Jugendliche greifen zu alkoholfreien Drinks – Mocktails liegen im Trend und Fruchtsaft spielt eine Hauptrolle, Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e. V., 31.07.2025



WAS SIND ZWEITPLATZIERUNGEN?

- ☐ Zusätzliche Produktpräsentationen
- ☐ Zusätzliches Regal im Kassenbereich
- ☐ Zusätzliche Präsentation in der Kühltruhe



LAGERUNG UND HALTBARKEIT



Um die Haltbarkeit von Säften zu verlängern, sollten sie kühl, dunkel und – nach dem Öffnen – im Kühlschrank aufbewahrt werden. Ungeöffnete, pasteurisierte Säfte sind in der Regel über mehrere Monate haltbar. Geöffnete Produkte, insbesondere frisch gepresste, sollten dagegen zügig verbraucht werden, um Gärung und Verderb zu vermeiden.

Ungeöffnete Säfte lagerst Du am besten an einem lichtgeschützten und kühlen Ort, um Nährstoffe und Geschmack bestmöglich zu bewahren.

Für die verschiedenen Saftarten gilt:

Frisch gepresster Saft: Hält sich bei Zimmertemperatur nur wenige Stunden und im Kühlschrank maximal 1 bis 3 Tage, da er nicht haltbar gemacht wurde durch Pasteurisierung. Diese Produkte eignen sich nicht für den Verkauf im Supermarktregal, da sie zu schnell verderben.

Pasteurisierter Saft: Hält sich ungeöffnet mehrere Monate und geöffnet im Kühlschrank bis zu 3 oder 4 Tage.



ZUSÄTZLICHE HINWEISE

Saft sollte nicht direkt aus der Flasche oder Packung getrunken werden, um Verunreinigungen zu vermeiden.



Verschließe die angebrochene Verpackung nach dem Einschenken sofort wieder und stelle sie in den Kühlschrank.

OFT LÄNGER GUT

Ein Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) zeigt an, dass die Produkte bis zu diesem Datum ihre volle Qualität und sensorische Eigenschaften mitbringen. Es bedeutet nicht, dass das Produkt ab diesem Datum nicht mehr verzehrt werden darf. Wenn ein MHD also abgelaufen ist und die Flasche noch original verschlossen ist, kann man selbst testen, ob das Getränk noch genießbar ist: Zuerst riechen, wenn unauffällig, dann vorsichtig probieren. Wenn es noch gut schmeckt, kann es verzehrt werden.



WAS SIND ZWEITPLATZIERUNGEN?

✓ Zusätzliche Produktpräsentationen

GUT ZU WISSEN!

VERBRAUCHERFRAGEN BEANTWORTET

Kunden fragen nicht immer nur danach, welchen Fruchtsaft Du im Angebot hast. Sie haben auch Fragen zum Produkt. Hier die wichtigsten:

Ist der Saft 100 Prozent Frucht oder wurden Zusätze beigemischt?

Wenn auf der Verpackung „100% Fruchtsaft“ steht, dann darf laut Gesetz nichts zugesetzt werden – kein Zucker, keine Farb- oder Konservierungsstoffe. Der Saft besteht nur aus Früchten. Anders ist das bei Fruchtsaftgetränken oder Nektaren – hier können Wasser, Zucker oder andere Zusätze enthalten sein.

Warum schwankt der Geschmack manchmal von Flasche zu Flasche?

Weil Saft ein Naturprodukt ist. Der Geschmack hängt zum Beispiel von Reife, Sorte, Wetter und Herkunft der Früchte ab – das kann von Ernte zu Ernte leicht variieren.

Wird Saft Zucker hinzugefügt?

Nein, Saft enthält nur die Süße aus Früchten – also den Zucker, der selbst in den Früchten vorkommt, die verarbeitet werden.

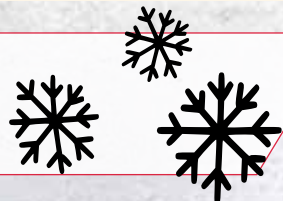
Ist Saft vegan?

Die meisten Fruchtsäfte sind vegan. In seltenen Fällen können bei der Klärung Gelatine oder andere tierische Produkte verwendet werden. Alle Produkte aus dem Hause Eckes-Granini sind vegan.



WIE SOLLTEN GEÖFFNETE SÄFTE GELAGERT WERDEN?

- ☐ Im Kühlschrank
- ☐ Bei Zimmertemperatur
- ☐ Kühl und trocken



ERNTESCHWANKUNGEN IM KLIMAWANDEL

Säfte sind Naturprodukte. Die Rohwaren unterliegen daher natürlichen Schwankungen – das war schon immer so. Doch in den letzten Jahren haben sich die Risiken durch den Klimawandel massiv verstärkt: Extremwetterereignisse und Pflanzenkrankheiten führen zunehmend zu erheblichen Ernteaussfällen.



FRISCHE ORANGEN
AM STRAUCH.

BESONDERS BETROFFEN: DIE ORANGE

In den Hauptanbaugebieten Brasilien und Florida haben anhaltende Wetterextreme und eine hartnäckige Zitrusbaumkrankheit in den vergangenen Jahren zu historisch schwachen Ernten geführt. Die Lagerbestände sind 2024 auf das niedrigste Niveau seit 36 Jahren gesunken. Daher war die Verfügbarkeit von Orangen weltweit so stark eingeschränkt wie noch nie zuvor – bei gleichzeitig hoher Nachfrage. Orangen sind also noch kostbarer geworden und ihr Preis ist am Markt in den letzten Jahren massiv gestiegen. Und auch wenn zwischendurch die Marktentwicklung etwas Entspannung signalisiert, ist eine Rückkehr zu früheren Preisniveaus mittelfristig nicht zu erwarten.

WEITERE FRÜCHTE IM FOKUS

Auch Ananas, Äpfel, Rhabarber oder Aronia verzeichnen teils sehr schwache Ernten. Das schmälert die Verfügbarkeit und treibt die Preise zusätzlich in die Höhe.

**GO
ONLINE**



WIE SOLLTEN GEÖFFNETE SÄFTE GELAGERT WERDEN?

✓ Im Kühlschrank



FRUCHT TRIFFT FAIRNESS

Die Mitglieder des Sustainable Juice Covenant (SJC) setzen sich weltweit für mehr Nachhaltigkeit in der Saftproduktion ein. Ein wichtiger Teil davon sind konkrete Projekte direkt vor Ort – zum Beispiel auf Obstfarmen oder in Verarbeitungsbetrieben.

Was bedeutet „nachhaltig“ für SJC?

Entlang der Lieferkette müssen bestimmte anerkannte Standards eingehalten werden:

Auf der Farm: Obst muss nach nachhaltigen Anbaumethoden angebaut werden – mindestens nach dem FSA-Bronze-Standard der SAI Platform oder einem vergleichbaren Standard wie „Rainforest Alliance“ oder „Fairtrade“.

Bei Verarbeitung & Abfüllung: Hier gelten Sozialstandards wie ETI/SMETA 4-Pillar oder SA8000 – ebenfalls mit Möglichkeit zu gleichwertigen Alternativen. SMETA 4-Pillar ist ein Prüfverfahren, um sicherzustellen, dass in Fabriken gute Arbeitsbedingungen herrschen. „4-Pillar“ bedeutet, dass vier Bereiche überprüft werden: Arbeitsbedingungen, Gesundheit & Sicherheit, Umweltschutz und Geschäftsethik.

Mengenbilanz-Modell am Beispiel Orangen

Beim Mengenbilanzmodell werden nachhaltig angebaute Orangen mit konventionellen Orangen während der Verarbeitung vermischt. Auch wenn man am Ende nicht genau sagen kann, welche Orange in welcher Flasche steckt, ist trotzdem klar: Die Menge an nachhaltig produzierten Orangen stimmt mit der Menge überein, die auch tatsächlich verarbeitet wird. Das Modell hat einen großen Vorteil: Auch kleinere Betriebe können so leichter beim nachhaltigen Anbau mitmachen.

Quelle: Sustainable Juice Covenant – IDH – the Sustainable Trade Initiative

FSA-Bronze | FSA steht für Farm Sustainability Assessment und ist ein Standard für nachhaltige Landwirtschaft. Er legt Regeln fest, wie Obst umweltfreundlich, sozial fair und wirtschaftlich sinnvoll angebaut werden soll – etwa mit wenig Pestiziden, gutem Umgang mit Wasser und fairen Arbeitsbedingungen. „Bronze“ ist die Einstiegsebene mit grundlegenden Nachhaltigkeitsanforderungen.



WAS PASSIERT BEIM MENGENBILANZ-MODELL?

- ☐ Es werden ausschließlich nachhaltig angebaute Orangen verarbeitet
- ☐ Es werden ausschließlich konventionelle Orangen verarbeitet
- ☐ Es werden nachhaltige und konventionelle Orangen verarbeitet

RUND UM FRUCHTSAFT UND CO.

REZEPTIDEE: PINK DRAGON COCO

ZUTATEN:

- // Crushed Ice
- // 6 cl Coconut Rum
- // 18 cl Granini Selection Guave-Drachenfrucht
- // Garnitur: Minze

NOCH MEHR REZEPTE UND
INSPIRATION FINDEST DU
AUF INSTAGRAM @HOHESC
UND @GRANINI_DE



ZUBEREITUNG:

1. Alle Zutaten in den Shaker mit Eiswürfeln geben und kräftig schütteln.
2. Dann in ein mit Crushed Ice gefülltes Glas abseihen.
3. Den Drink mit Minze oder einem Zuckerrand dekorieren und genießen.



WAS PASSIERT BEIM MENGENBILANZ-MODELL?

- ✓ Es werden nachhaltige und konventionelle Orangen verarbeitet



GENUSS STATT DURSTLÖSCHER

Eine ausgewogene Ernährung und ein gesunder Lebensstil sind die wichtigste Grundlage für das eigene Wohlbefinden. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt, Fruchtsäfte als Teil einer ausgewogenen Ernährung zu betrachten und nicht als Durstlöcher.



POMO, WAS?

Wissenschaftler, die sich mit der Obstbaumkunde befassen, nennt man „Pomologen“. Die Wissenschaft dahinter heißt „Pomologie“ (aus dem Lateinischen „pomum“ = die Frucht).



VITAMIN C AUF HOHER SEE

Im 18. Jahrhundert erkannten Seeleute, dass Zitrussaft Skorbut – eine Vitaminmangelkrankheit – verhindert. Mit der Entdeckung von Vitamin C in den 1930ern und gezielter Werbung wurden Orangen zum Symbol gesunder Ernährung.



Ein Glas = Tagesbedarf

Schon gewusst? Bereits ein Glas Hohes C Saft (250 ml) deckt den Tagesbedarf an Vitamin C zu 100 Prozent – und zwar mit natürlichem Vitamin C aus der Acero-la. Vitamin C trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems und zu einem normalen Energiestoffwechsel bei.



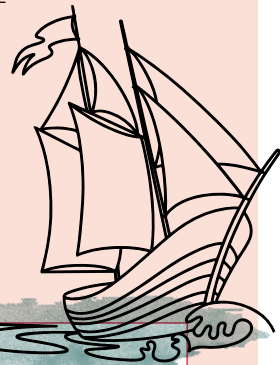
TOTAL BANANE!

Im Gegensatz zu vielen anderen Obstsorten lässt sich aus der Banane kein klassischer Fruchtsaft pressen. Der Grund dafür liegt in der Struktur ihres Fruchtfleischs. Zwar besteht die Banane zu etwa 75 Prozent aus Wasser, doch dieses ist chemisch stark gebunden und steckt in einem dichten, breiigen Zellgewebe. Beim Pressen entsteht daher kein klarer Saft, sondern vielmehr ein dickflüssiger Brei oder Mus. Aus diesem Grund gibt es keinen „Bananensaft“ im eigentlichen Sinn, sondern nur Bananen-Nektar, da die Verarbeitung zu Nektar die Banane trinkbar macht.



Luxusgut Orangensaft

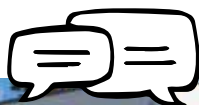
Bis ins frühe 20. Jahrhundert war Orangensaft in Europa und Nordamerika ein echtes Luxusprodukt – und das aus mehreren Gründen: Ohne moderne Kühltechnik oder Pasteurisierung verdarb frischer Orangensaft innerhalb weniger Stunden bis Tage, besonders bei Transport über längere Strecken. Außerdem wurden Orangen meist per Hand gepflückt und verarbeitet. Der Saft musste vor Ort frisch gepresst werden. Es gab keine große Verfügbarkeit in Städten oder außerhalb von Anbaubereichen. Auch die Anbaubedingungen waren ein Grund für den hohen Preis. Denn Orangen wachsen nur in bestimmten Klimazonen – etwa in Florida, im Mittelmeerraum oder Südafrika. Der Transport in andere Regionen war teuer, langsam und verlustreich, besonders vor Erfindung der gekühlten Schiffe.



ZU WIE VIEL PROZENT BESTEHT DIE BANANE AUS WASSER?

- ☐ 65 Prozent
- ☐ 50 Prozent
- ☐ 75 Prozent

DAS BESTE **AUS DER FRUCHT**



DAS MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN HAT SEINEN HAUPTSITZ IN NIEDER-OLM, RHEINLAND-PFALZ.

Hohe Qualität, bester Geschmack, stetige Produktentwicklung und einzigartige Innovationen haben bei Eckes-Granini eine lange Tradition. Was 1857 als kleines Familienunternehmen begann, ist bis heute ein fester Bestandteil in Supermarktregalen, Restaurants, Hotels und Bars.

Die Top-Marken Hohes C, Granini und Die Limo stehen für Vielfalt, Qualität, Genuss und Gesundheit. Das umfangreiche Sortiment wird durch die Sirupmarke YO und

die Kindermarke FruchtTiger abgerundet. Der Erfolg dieser Marken beruht auf einer hervorragenden Produktqualität, einer einzigartigen Positionierung, nachhaltigen Innovationen und einer starken Ausrichtung auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher.



Weitere Informationen zum Unternehmen findest Du auf www.eckes-granini.de

@GRANINI_DE
@HOHESC



ZU WIE VIEL PROZENT BESTEHT DIE BANANE AUS WASSER?

✓ 75 Prozent



ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 1

HIER
UMKNICKEN!
LÖSUNG AUF
DER NÄCHSTEN
SEITE.



Mehrfachantworten sind möglich!

WER HAT DIE PASTEURISIERUNG ERFUNDEN?

- ☐ Louise Pasteur
- ☐ Louis Pasteur
- ☐ Louis Pasterié

WAS STELLEN RESTAURATIONSAROMEN HER?

- ☐ Ursprünglicher Säuregehalt des Saftes
- ☐ Bevorzugter Geschmack des Saftes
- ☐ Ursprünglicher Geschmack und Geruch des Saftes

WELCHE GESUNDHEITLICHEN VORTEILE BIETET VITAMIN C?

- ☐ Es trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei
- ☐ Es trägt zu einem normalen Energiestoffwechsel bei
- ☐ Es ist gut für die Gelenke

WO SOLLTEN UNGEÖFFNETE SÄFTE GELAGERT WERDEN?

- ☐ Lichtgeschützter und kühler Ort
- ☐ Lichtgeschützter Ort
- ☐ Kühler Ort

AUS WELCHER FRUCHT LÄSST SICH KEIN SAFT HERSTELLEN?

- ☐ Apfel
- ☐ Banane
- ☐ Orange



WAS PASSIERT BEI DER HERSTELLUNG VON FRUCHTSAFTKONZENTRAT?

- ☐ Dem frisch gepressten Saft wird Wasser entzogen
- ☐ Dem frisch gepressten Saft wird Wasser zugesetzt
- ☐ Der frisch gepresste Saft wird gefiltert



HIER
UMKNICKEN!
LÖSUNG AUF
DER NÄCHSTEN
SEITE.



ALLES KLAR? WISSENS-CHECK 2

Mehrfachantworten sind möglich!



WARUM IST APFELSAFT SO BELIEBT?

- ☐ Schöne Farbe
- ☐ Milder Geschmack
- ☐ Intensiver Geschmack

BEI WIE VIEL GRAD WIRD DIREKTSAFT ÜBLICHERWEISE PASTEURISIERT?

- ☐ 80 bis 85 Grad
- ☐ 90 bis 95 Grad
- ☐ 100 bis 105 Grad

WAS ZEICHNET SHOTS AUS?

- ☐ Sie sind in kleinen Flaschen erhältlich
- ☐ Sie haben einen hohen Gehalt an funktionalen Zutaten
- ☐ Sie gelten nicht als Fruchtsaft

WAS GILT BEI DER SORTIERUNG INNERHALB DER MARKE?

- ☐ OMA-Prinzip
- ☐ OPA-Prinzip
- ☐ MAMA-Prinzip

WAS IST DAS WICHTIGSTE UNTERSCHIEDSMERKMAL AM REGAL?

- ☐ Marke
- ☐ Preis
- ☐ Verpackung

WOFÜR WERDEN SÄFTE IM SOMMER OFT VERWENDET?

- ☐ Exotische Salate
- ☐ Mixen von Cocktails
- ☐ Unterstützung des Immunsystems

NOCH MEHR BRAINFOOD!



In unserem Shop lzdirekt-lernwelt.de findest Du noch viel mehr Wissen in gedruckter Form:

- /// Die kompletten Markenlehrbrief-Boxen mit allen aktuellen Markenlehrbriefen
- /// Nützliche Basis- und Prüfungstrainer
- /// Eine Auswahl an interessanten Fachbüchern und Nachschlagewerken



lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de

➔ 1. AUFLAGE
2025

Ein Markenlehrbrief der

LZ direkt Lernwelt, Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main

Head of LZ direkt Lernwelt: Nicole Grohmann

Creative Direction LZ direkt Lernwelt:

Anke Couturier

Redaktion: Fabienne Leonard

Grafische Gestaltung: Nathalie Ganteführ

In Zusammenarbeit mit

Eckes-Granini Deutschland GmbH
Ludwig-Eckes-Platz 1
55268 Nieder-Olm
www.eckes-granini.de

Bestellservice und Auslieferung

Herold Fulfillment GmbH, Daimlerstraße 14,
85748 Garching b. München
Tel. +49 (0)89 613871-0
lernwelt@herold-fulfillment.de, www.lzdirekt-lernwelt.de

BILDNACHWEIS

AdobeStock (S. 3, 4, 7, 10, 13, 12, 17, 19, 24, 34; **lesichkadesign**; 4: **shahjalal**; 4, 8, 11, 12, 16, 20, 24, 26, 31; **Nika_Art**; 5, 12, 28: **barmalini**; 6: **Natika**; 7, 36: **Olena Rudo**; 8: **Akevi**; 8: **elenabdesign**; 8, 9, 27, 30: **Artnizu**; 9, 23: **veekici**; 10: **Kiselov**; 11: **jane55**; 12: **jenteva**; 13, 25, 28, 34: **divnector**; 15: **New Africa**; 15: **Natika**; 17: **PRASERT**; 17: **sommai**; 18: **As_pronon**; 19: **mhatzapa**; 21: **Coprid**; 24: **Jimena**; 25: **wakuwaku**; 25: **Михаил Пенъевкив**; 26, 31: **Pugun && Photo Studio**; 27: **Artem Shadrin**; 29: **gloria**; 31: **Africa Studio**; 31: **devitaayu**; 31: **robert6666**; 32: **Muhamad**; **Eckes-Granini** (S. 1, 5, 9, 13, 18, 30, 32); **Eder Hamburg GmbH** (S. 16); **Flaechenbrand** (S. 24); **Getty Images** (S. 2, 11, 14, 22, 25); **iStockphoto** (S. 2, 3, 11, 15, 16, 20, 35: **Frank Ramspott**; 3, 7, 19, 22: **Ollustrator**; 3, 19: **Akiko Maki**; 6, 7, 15, 19, 22, 33: **DragonTiger**; 6, 13, 21, 23, 29, 32, 33, 35: **ulimi**; 7: **fleaz**; 10, 15, 17, 18, 33, 34: **Unchalee Khunchaturus**; 12: **Lidziya Buhayeva**; 12: **siculodoc**; 14: **TatianaDavidova**; 20: **draco77**; 33: **Omadbek Nabiev**); **Nicole Gutmann** (S. 16, 24); **Shutterstock** (S. 35: **bqmeng**; **Intellson**); **Stefanie Först** (S. 27)

MARKENLEHRBRIEF

EIN PRODUKT DER LZ DIREKT LERNWELT

MEHR WISSEN, BESSER VERKAUFEN!

LZ direkt Lernwelt

Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

lzdirekt-lernwelt.de

training.lzdirekt.de

