

Verantwortung leben.  
Genuss schaffen.

NEUMARKTER LAMMSBRÄU



Die optimale Getränkevermarktung  
im Naturkosthandel

Eine Studie der Neumarkter Lammsbräu

# GETRÄNKE IM NATURKOSTFACH- HANDEL – EINE KATEGORIE MIT POTENZIAL

.....

**Getränke sind von großer Bedeutung im Naturkostfachhandel. Ihre Anziehungskraft wird häufig noch unterschätzt. Fakt ist: Der Getränke-Käufer hat – verglichen mit Konsumenten, die nur Lebensmittel kaufen – einen doppelt so hohen Bon-Umsatz. Es lohnt sich also, den Getränke-Kunden zu umwerben und an den Bioladen zu binden. Denn das Potenzial ist groß: Bisläng kaufen rund 80 % der Bio-Kunden ihre Getränke in anderen Einkaufsstätten.**

.....

**U**m dieses Potenzial zu nutzen und die Bioläden in ihrer Vermarktungsstrategie zu unterstützen, hat die Neumarkter Lammsbräu die erste praxisorientierte Studie zur optimalen Getränkevermarktung im Naturkosthandel initiiert.

**Die Studie:**

**Untersuchungszeitraum:**

März 2015 bis Oktober 2015

**Teilnehmer der Studie:**

27 Naturkostläden in ganz Deutschland > 400 qm. Sie bilden den deutschen Bio-Markt als Ganzes ab.

**Inhalt und Aufbau der Studie:**

Unterschiedliche Vermarktungsmöglichkeiten wurden auf ihre Wirksamkeit geprüft und bewertet. Die Erkenntnisse wurden mit Zahlen von bioVista untermauert. Mit der parallelen Erfassung der Wetterdaten konnten die Effekte zusätzlich abgegrenzt werden.



## Maßnahme 1: Optimierung der Stammpplatzierung

Es wurde Wert auf eine kundenfreundliche Blockplatzierung der Marken und eine Trennung der Produktgruppen Bier, Limonaden, Schorlen und Saft gelegt. Allgemeine Category Management Grundsätze wurden berücksichtigt.

## Maßnahme 2: Sixpack-Zweitplatzierung mit Zugabe

Aufbau der Zweitplatzierung mit Sixpacks inklusive Zugabe im Mai 2015.

## Maßnahme 3: Einzelflaschen-Zweit- platzierung ohne Aktion

Aufbau der Zweitplatzierung ohne Aktion im Juni 2015.

## Maßnahme 4: Trockenverkostungen an zwei Augustwochenenden

Um zusätzliche Getränkekunden zu gewinnen, wurde eine begrenzte Anzahl an Flaschen der Testartikel gratis ausgegeben.

## Maßnahme 5: Einzelflaschen-Display mit Preis-Aktion

Aufbau Zweitplatzierung mit Preis-Aktion im September 2015.

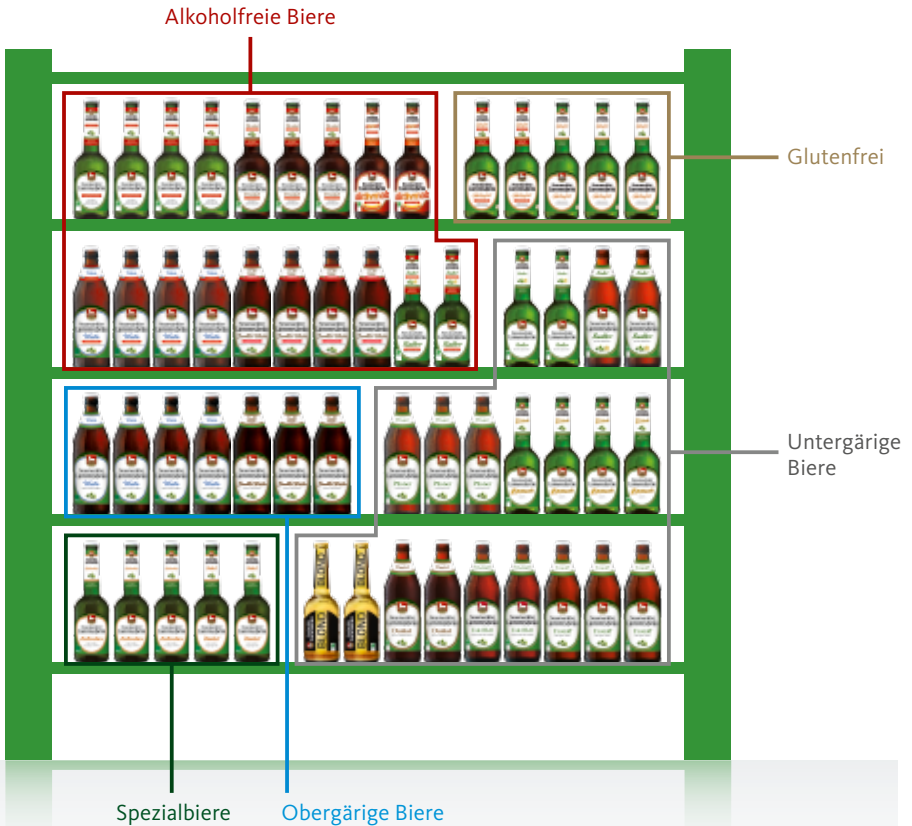
## Optimale Stammplatzierung Alkoholfreie Getränke now Bio-Limonaden



## BioKristall Bio-Mineralwasser



# Optimale Stammplatzierung Lammsbräu Bio-Bier



## Herausgeber:

Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger KG  
Amberger Straße 1, 92318 Neumarkt i. d. OPf.  
Telefon: 09181/404-0  
E-Mail: info@lammsbraeu.de

[www.lammsbraeu.de](http://www.lammsbraeu.de)  
[www.lammsbraeu-biobier.de](http://www.lammsbraeu-biobier.de)  
[www.drinknow.de](http://www.drinknow.de)  
[www.biokristall.de](http://www.biokristall.de)

## Die Studie führt zu klaren Empfehlungen:

- Ein optimiertes Regal steigert den Umsatz!
- Der Marktführer, in voller Produktbreite platziert, stärkt die gesamte Warengruppe!
- Aufmerksamkeitsstarke Zweitplatzierungen stärken den Gesamtumsatz!
- Zweit- und Aktionsplatzierungen sollten an den Eingang oder ausreichend weit vor die Kasse!
- Kisten in direkter Nähe der Einzelflaschen-Regale platzieren!
- Nur mit breiter Kistenplatzierung entstehen hohe Umsätze!
- Achtung: Auf Kisten liegende oder in Kisten fehlende Flaschen hindern Kunden massiv am Kauf!
- Unbedingt vermeiden:  
Regal-Lücken  
und zu wenig  
Ware im Lager!
- Mehrweg-Flaschen  
sind ökologisch  
und führen zu  
erhöhter Kunden-  
bindung!

### Checkliste



1. Optimierte Stammpplatzierung:  
Übersichtliche Blockplatzierung  
und sortenspezifische Anordnung
2. Alle Sorten sind im Regal
3. Kennzeichnungen sind klar zuzuordnen
4. Es gibt keine Lücken im Regal
5. Zweitplatzierung am Eingang oder  
an der Kasse
6. Die Kisten stehen in direkter Nähe  
zum Einzelflaschenregal
7. In den Kisten fehlen keine Flaschen
8. Auf den Kisten liegen keine Flaschen