

# Fruchtsafthersteller verzeichnen höchsten Anteil an eVisibility

| eVisibility | Fachhändler | Fruchtsafthersteller | Internetsichtbarkeit | Social Media | Studie |

Die ‚Studie eVisibility Fruchtsäfte 2021‘, durchgeführt vom Marketinganalytischen research tools, zeigt die Internetsichtbarkeit in der Fruchtsaftbranche auf. 252 Anbieter sind in der Studie erfasst. Fruchtsafthersteller sind der Anbietertyp mit dem höchsten Anteil an der GesamteVisibility. Aber auch branchenfremde Anbietergruppen können überraschen. Auf die führenden zehn Anbieter entfallen 30 Prozent der eVisibility.

## säfte.com sichtbarster Fachanbieter

Der Fachhändler säfte.com verzeichnet laut der ‚Studie eVisibility Fruchtsäfte 2021‘ eine ausgezeichnete Sichtbarkeit im Internet innerhalb der Branche. Die Hersteller van Nahmen und Granar platzieren sich ebenfalls in den Top 10-eVisibility. Am Ende sichert sich der Allrounder Amazon aber den ersten Rang. In drei der fünf Online-

Kategorien belegt er jeweils mit großem Vorsprung vor den nachfolgenden Anbietern Rang eins. Dies gelingt dem Universalisten bei den organischen Suchergebnissen, in Vergleichsportalen und auf der eigenen Plattform.

Der Fachhändler säfte.com folgt auf Gesamtrang zwei mit erheblichem Rückstand auf Amazon und profitiert von der besten Performance aller 252 in der Studie erfassten Anbieter in den Social Media. Zwei weitere Top 10-Platzierungen bei Suchmaschinenanzeigen und Vergleichsportalen stützen dieses Ergebnis. Unter den Top 10 finden sich mit Netto und Rewe zwei Supermärkte. Mit granar.de und vannahmen.de platzieren sich hier außerdem zwei Fruchtsafthersteller mit eigenem Online-Shop. Hersteller ohne eigenen Online-Shop, wie beispielsweise beutelsbacher.de, falter-fruchtsaft.de oder granini.de können keine ähnlich guten Platzierungen erzielen. Bemerkenswert sind die guten Platzierungen diverser Online-Apotheken. Shop-apotheke.com und medpex.de sind die bestplatzierten aber längst nicht die Einzigen.

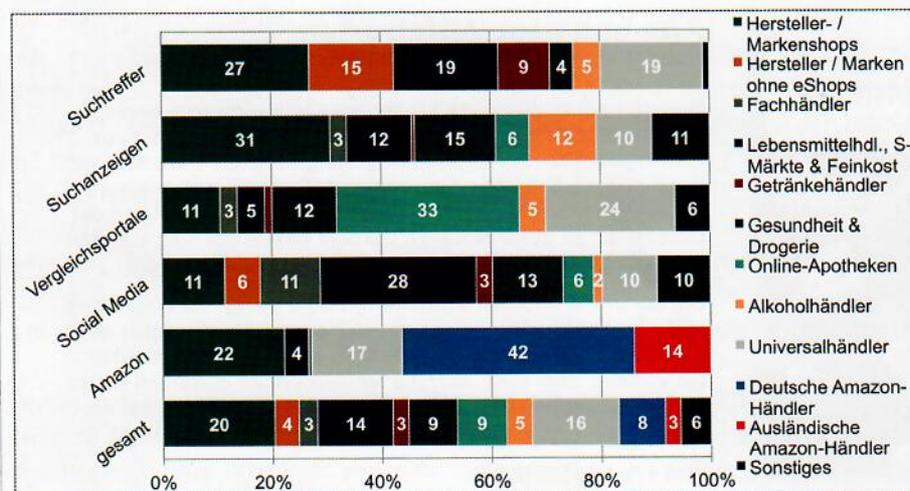
## Hersteller führender Anbieter-typ

Fruchtsafthersteller profilieren sich mit einem Anteil von 24 Prozent an der gesamten eVisibility. Universalhändler sind mit 16 Prozent als zweitstärkste Anbietergruppe vertreten. Die Anbietergruppe der Lebensmittelhändler, Supermärkte sowie Feinkosthändler leistet einen Beitrag von 14 Prozent zur Sichtbarkeit der Branche im Internet. Der eVisibility-Anteil der Fach- und Getränkehändler liegt bei lediglich sechs Prozent der Branchen-eVisibility.

## eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach Anbieter-Typen

eVisibility der Anbieter-Typen in den Online-Kategorien (Angaben in %)



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

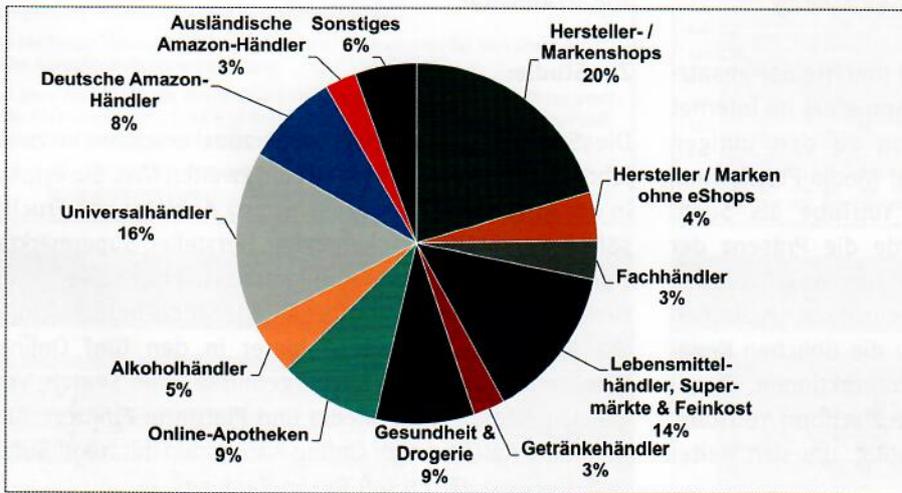
Studie eVisibility  
Fruchtsäfte 2021

© alle research tools

## eVisibility der Anbietergruppen

Gesamtranking nach Anbieter-Typen

Anteile der Anbieter-Typen an der eVisibility



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility  
Fruchtsäfte 2021

Auf der Plattform Amazon zeigen 26 Prozent der Anbieter als Händler Präsenz. Hier haben wir außerdem ausgewertet, welche Marken von den Händlern dort angeboten werden. Am häufigsten wurden die Produkte der Marken Bleichhof, Pfannenschwarz und Rauch angeboten. Bekannte Marken wie Amecke, beckers bester, Granini, Hitchcock, Hohes C, Pfanner, Punica oder Rabenhorst werden seltener präsentiert. Dabei spielen auch Anzeigen eine Rolle. Einige große Herstellermarken werden nicht mit Anzeigen auf der Plattform beworben.

Eine weitere, wichtige Plattform sind die Vergleichsportale. Um die Performance der Fruchtsaft-

anbieter zu analysieren haben wir zunächst die wichtigsten Portale ermittelt. Idealo und Auspreiser sind die beiden mit deutlichem Vorsprung in der Branche führenden Preisvergleiche. Die zehn führenden Portale wurden verwendet, um die Präsenz der Fruchtsaftanbieter in dieser Online-Kategorie zu untersuchen. Wie in vielen anderen Branchen zeigt Amazon hier eine unerreichte Performance und kommt dabei weitgehend ohne Anzeigen aus. Anbieter der Branche sind in Vergleichsportalen kaum vertreten. Der Fachhändler säfte.com ist die Ausnahme von dieser Regel und platziert sich prominent. Auch Hersteller granar.de ist

Im Vergleich zur eVisibility-Vorgängerstudie aus dem Jahr 2019 weisen zahlreiche Anbieter eine klar verbesserte Sichtbarkeit auf und platzieren sich im aktuellen Ranking neu unter den Top 30-Anbietern. Fast die Hälfte der Top 30 Anbieter verzeichnete zwei Jahre zuvor keine eVisibility im Sinne dieser Studie. Weitere neun Anbieter verzeichneten zuvor Platzierungen außerhalb der Top 30. Die Branche ist – verglichen mit anderen Branchen – hinsichtlich der Internet-Sichtbarkeit stark in Bewegung und bietet aufstrebenden Anbietern gute Chancen. Das zeigt sich auch daran, dass keiner der führenden Anbieter durchgängig in allen fünf Online-Kategorien überzeugt. Hier liegt noch viel ungenutztes Potenzial.

anbieter zu analysieren haben wir zunächst die wichtigsten Portale ermittelt. Idealo und Auspreiser sind die beiden mit deutlichem Vorsprung in der Branche führenden Preisvergleiche. Die zehn führenden Portale wurden verwendet, um die Präsenz der Fruchtsaftanbieter in dieser Online-Kategorie zu untersuchen. Wie in vielen anderen Branchen zeigt Amazon hier eine unerreichte Performance und kommt dabei weitgehend ohne Anzeigen aus. Anbieter der Branche sind in Vergleichsportalen kaum vertreten. Der Fachhändler säfte.com ist die Ausnahme von dieser Regel und platziert sich prominent. Auch Hersteller granar.de ist

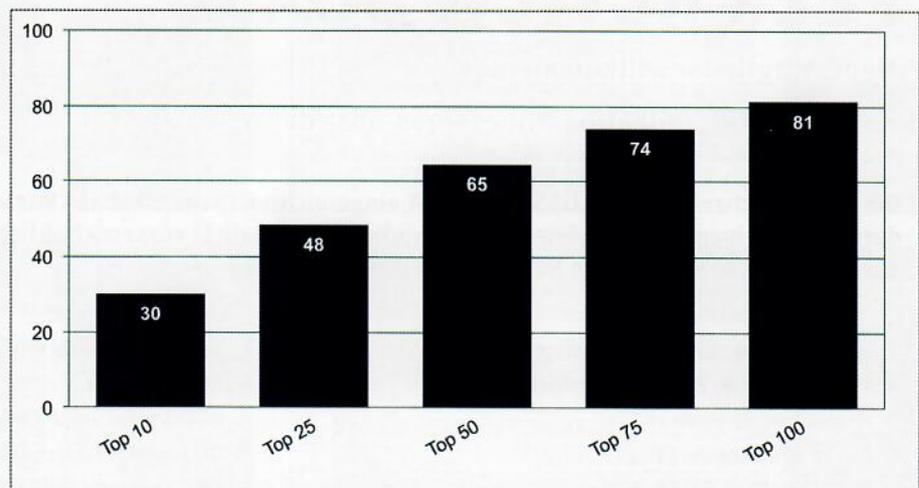
### 252 Anbieter mit Internetsichtbarkeit

Insgesamt erzielen 252 Anbieter im Fruchtsaftmarkt Internetsichtbarkeit. 32 Prozent aller ermittelten Anbieter der Branche erzielen eVisibility in Vergleichsportalen. Die Sichtbarkeit in den Social Media liegt mit 15 Prozent deutlich darunter. Zwischen diesen beiden Polen liegen die organischen Suchergebnisse, bei denen 31 Prozent der 252 Anbieter eVisibility aufweisen. 23 Prozent aller Anbieter erreichen mit Suchmaschinenanzeigen Internetsichtbarkeit.

## eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Angaben in %)



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studie eVisibility  
Fruchtsäfte 2021

hier sichtbar. Ansonsten dominieren in den Preisvergleichen Online-Apotheken, Supermärkte und Universalhändler.

### Top 10 halten 30 Prozent der Gesamt-eVisibility

Die Social Media sind vielleicht nicht unmittelbar absatzrelevant. Für die Sichtbarkeit eines Anbieters im Internet sind sie gleichwohl wichtig. Analog zu den übrigen Online-Kategorien wurden die Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube als Suchmaschine verwendet. Ermittelt wurde die Präsenz der Anbieter mit ihren Anbieterseiten bei den verschiedenen Suchbegriffen. Hier ging es im Gegensatz zu typischen Social Media-Analysen also nicht um die üblichen Kennzahlen Abonnenten, Postings und Interaktionen. Dominant ist in der Fruchtsaftbranche die Plattform YouTube. Häufig sind Anzeigen bei YouTube nötig, um sich weiter vorne zu zeigen.

Die Top 10 Anbieter mit der besten Internetsichtbarkeit halten – auch in anderen Branchen übliche – 30 Prozent der Gesamt-eVisibility. Auf die Top 25 entfällt dann bereits knapp die Hälfte. Die Top 100 verzeichnen 81 Prozent. Damit verbleiben für die restlichen 152 Anbieter noch immerhin 19 Prozent der eVisibility. Eine statistische Positionierungsanalyse zeigt für die Top 10 Anbieter große Unterschiede in der Besetzung der fünf Online-Kategorien auf. Sechs der zehn Anbieter positionieren sich ähnlich und verzeichnen sowohl bei Paid Search als auch in den Social Media gute Platzierungen. Dies ist aufgrund des hohen Anteils von Anzeigen bei YouTube auch plausibel. Rewe setzt vor allem auf organische Suchergebnisse.

Amazon und Granar überzeugen jeweils in drei Bereichen, organische Suchergebnisse, Vergleichsportale und Plattform Amazon. Damit platzieren sie sich abseits der übrigen Top 10 Anbieter.

### Zur Studie:

Die ‚Studie eVisibility Fruchtsäfte 2021‘ erscheint im zweijährlichen Turnus und aktuell zum zweiten Mal. Sie erfasst in der Ausgabe 2021 insgesamt 252 Anbieter von Fruchtsäften, darunter Getränkehändler, Hersteller, Supermärkte, Universalhändler sowie bemerkenswerterweise auch Drogerien und Online-Apotheken. Die Studie berücksichtigt die Performance dieser Anbieter in den fünf Online-Kategorien organische Suchergebnisse, Paid Search, Vergleichsportale, Social Media und Plattform Amazon. Aus der Kombination dieser Online-Kategorien mit zwölf Suchbegriffen resultieren 108 Top 10-Rankings, die zusammengefasst eine eVisibility-Rangliste aller 252 Anbieter ergibt.



**Autor:**  
**Uwe Matzner**  
research tools  
<https://research-tools.net>

## PEER REVIEW BOARD

**Neue Mitglieder willkommen!**

**Kontakt unter: [redaktion@fluessiges-obst.de](mailto:redaktion@fluessiges-obst.de)**

Die für die Fachzeitschrift **FLÜSSIGES OBST** eingereichten Fachartikel aus **Wissenschaft und Forschung** durchlaufen einen **PEER-Review-Service**, wodurch die **Qualität wissenschaftlicher Veröffentlichungen** gewährleistet wird. **Ständige Mitglieder** dieses Redaktions-Gremiums:

- Dr. Fred Siewk, Chelab, Hemmingen
- Prof. Dr. Helmut Dietrich, emeritiert  
Hochschule Geisenheim
- Mikko Hofsommer, GfL, Berlin
- Prof. Tilo Hühn, ZAHW, Wädenswil, Schweiz
- Dr. Stefan Pecoroni,  
GEA Westfalia Separator Group GmbH, Oelde
- SGF International e. V., Nieder-Olm
- Matthias Sass,  
ADM WILD Europe GmbH & Co. KG, Eppelheim
- Dr. Joachim Tretzel, DöhlerGroup, Darmstadt
- Prof. Dr. Frank Will, Hochschule Geisenheim
- Dr. Edgar Zimmer, Bucher Unipektin AG,  
Niederweningen, Schweiz