

# Strategieempfehlungen für true fruits

Christian Krauss   Michael Eckel

Fachhochschule Gießen-Friedberg  
Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften und Informatik

22. September 2009

true fruits

# Inhalt

## 1 Umfrage



# Inhalt

**1** Umfrage

**2** IST-Analyse (SWOT)



# Inhalt

- 1 Umfrage
- 2 IST-Analyse (SWOT)
- 3 Handlungsempfehlungen



# Inhalt

- 1 Umfrage
- 2 IST-Analyse (SWOT)
- 3 Handlungsempfehlungen



# Umfrage

## Umfrage (Teil 1)

- Kennen Sie Smoothies?  
 Ja    Nein
- Haben Sie schon einmal einen Smoothie gekauft?  
 Ja    Nein
- Kennen Sie Smoothies von true fruits?  
 Ja    Nein
- Haben Sie schon einmal einen Smoothie von true fruits gekauft?  
 Ja    Nein



# Umfrage

## Umfrage (Teil 2)

- **Wenn nein:** Warum nicht?
  - zu teuer
  - nicht in meiner Nähe erhältlich
  - Produktverpackung
  - kein BIO-Produkt
  - Produktqualität
  - sonstiger Grund



# Umfrage

## Umfrage (Teil 2)

- **Wenn ja:** Wie häufig kaufen Sie Smoothies von true fruits?
  - 1x täglich
  - 1x wöchentlich
  - 1x monatlich
  - selten/unregelmäßig





# Umfrage

## Ergebnis aus 32 Befragungen

Befragte	Ja	Nein
... kennen Smoothies	25	7
... haben Smoothie gekauft	13	12
... kennen true fruits	9	4
... haben Smoothie von true fruits gekauft	3	<b>6</b>



## Ergebnisse der Umfrage

### Gründe für den Nicht-Kauf



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

- Interne Analyse
- Externe Analyse – Five Forces-Schema
- Auswertung

## 3 Handlungsempfehlungen



# SWOT-Analyse

## Bestandteile

- Interne Analyse
  - S** Stärken (*strengths*)
  - W** Schwächen (*weaknesses*)
- Externe Analyse
  - O** Chancen (*opportunities*)
  - T** Gefahren (*threats*)



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

- Interne Analyse
- Externe Analyse – Five Forces-Schema
- Auswertung

## 3 Handlungsempfehlungen



# Interne Analyse

## Stärken

- Produktqualität
  - DLG Prämierung 2009 (6x Gold)
  - Bundesehrenpreis Fruchtgetränke 2008
  - DLG Prämierung 2008 (3x Gold, 1x Silber)
- Produktdesign
  - red dot Award 2009
  - WorldStar Award 2007
  - iF Product Design Award 2007 Gold
- Produktverpackung
  - Deutscher Verpackungspreis 2007
  - iF Product Design Award 2007 Kategorie „Verpackung“



# Interne Analyse

## Schwächen

- Bekanntheitsgrad
- Kein BIO-Produkt
- geringe Produktvielfalt
- geringe Verfügbarkeit der Produkte



# Interne Analyse

## Schwächen

### ■ hoher Preis

Produkt	Preis pro 100 ml
Alnatura	0,421 €
Chiquita Smoothie	0,716 €
Knorr vie	0,663 €
Mövenpick Smoothie	0,436 €
Naturis Smoothie	0,316 €
Schwartau - Fruit 2day	0,845 €
Schwartau - Pur Pur	0,596 €
true fruits	0,996 €

Quelle: [Chefkoch.de]



# Inhalt

## 1 Umfrage

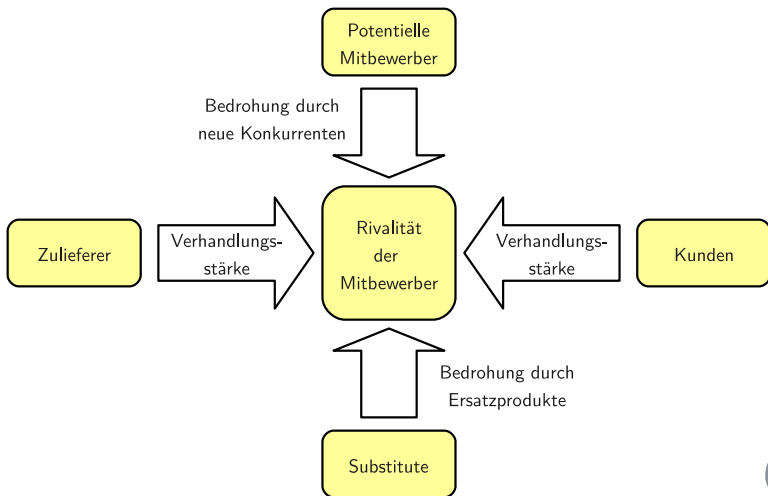
## 2 IST-Analyse (SWOT)

- Interne Analyse
- Externe Analyse – Five Forces-Schema
- Auswertung

## 3 Handlungsempfehlungen



# Externe Analyse – Five Forces-Schema



# Rivalität der Mitbewerber

- hohe Intensität des Wettbewerbs
  - viele Mitbewerber, vergleichbare Produkte [Chefkoch.de]
    - Alnatura, Chiquita, Knorr, Mövenpick, Naturis, Schwartau, Valensina, Froosh, Delhaize, FruitRules, true fruits, ...
  - Kapazitätserhöhung nur in großen Volumina
  - Marktaustrittsbarrieren – Spezielle Produktionsanlagen



# Bedrohung durch neue Konkurrenten

- Zugangsbarrieren niedrig
  - keine vollständig etablierten Unternehmen am Markt
  - Vertriebskanäle oft vorhanden
  - keine Wechselkosten

⇒ Bedrohung groß



# Verhandlungsstärke der Zulieferer

- mächtig
  - Smoothie-Branche (noch) relativ unbedeutender Abnehmer
  - Obst als Rohstoff nicht ersetzbar
  - Lieferanten könnten Smoothie-Hersteller werden



# Verhandlungsstärke der Kunden

- mächtig
  - Abnehmer sind Großkunden (Supermarktketten)
  - Produkt für Abnehmer nicht vordergründig
  - Abnehmer könnten Smoothie-Hersteller werden



# Bedrohungen durch Substitute

- gering
  - da Smoothie selbst Substitut für Obst
  - keine attraktiven Substitute vorhanden



# Externe Analyse

## Chancen

- keine Gefahr durch Substitute
- Rückwärtsintegration (Eigenanbau von Obst)
- Marktanteil vergrößern
- Sichern der Marktparte für Premium-Produkte





# Externe Analyse

## Gefahren

- hohe Intensität des Wettbewerbs
- neue Konkurrenten
- schwache Verhandlungsposition gegenüber Lieferanten und Kunden



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

- Interne Analyse
- Externe Analyse – Five Forces-Schema
- Auswertung

## 3 Handlungsempfehlungen



# Auswertung

	Stärken	Schwächen
Chancen	Durch Produktqualität- und design, Einstieg in den Markt für Premium-Produkte	Bekanntheitsgrad erhöhen, um Marktanteil zu vergrößern
Gefahren	Produktqualität nutzen, um sich von der Konkurrenz abzuheben	Produktpalette erweitern, um neue Absatzwege zu erschließen



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

## 3 Handlungsempfehlungen

- Premium-Produkt
- Massenprodukt
- Diversifikation
- Auswahl der Handlungsalternative



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

## 3 Handlungsempfehlungen

- Premium-Produkt
- Massenprodukt
- Diversifikation
- Auswahl der Handlungsalternative



# Erste Handlungsalternative I

## Premium-Produkt

**Ziel:** Premium-Produkt entwickeln



- Produkt zu einem BIO-Produkt weiterentwickeln
- BIO-Produkt rechtfertigt hohen Preis
- neue Absatzmärkte erschließen
  - BIO-Märkte
  - Premium-Gastronomie



# Erste Handlungsalternative II

## Premium-Produkt

- Rückwärtsintegration (Eigenanbau von Obst)
  - Machtposition des Zulieferers eliminieren
  - Qualitätssteigerung des Produkts
- Umsetzung kann unterstützt werden durch
  - gezielte Werbung in Gesundheitsmagazinen
  - Produktplatzierung bei Premium-Anbietern



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

## 3 Handlungsempfehlungen

- Premium-Produkt
- Massenprodukt
- Diversifikation
- Auswahl der Handlungsalternative





## Zweite Handlungsalternative

### Massenprodukt

**Ziel:** Massenprodukt entwickeln

		Markt	
		bestehend	neu
Produkt {	bestehend	Marktdurchdringung	Marktentwicklung
	neu	Produktentwicklung	Diversifikation

- Preis senken durch Massenproduktion
- Preis durch andere Verpackungsart senken
- Bekanntheitsgrad steigern durch
  - Produktplatzierung in Discountermärkten
  - Promotion-Aktionen



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

## 3 Handlungsempfehlungen

- Premium-Produkt
- Massenprodukt
- **Diversifikation**
- Auswahl der Handlungsalternative



# Dritte Handlungsalternative

## Horizontale Diversifikation

**Ziel:** neue Produkte entwickeln auf Basis der bisherigen



- Smoothie-Sorbet
- Marmelade
- Joghurt
- kohlenensäurehaltiges Erfrischungsgetränk
- alkoholhaltige Smoothies?



# Inhalt

## 1 Umfrage

## 2 IST-Analyse (SWOT)

## 3 Handlungsempfehlungen

- Premium-Produkt
- Massenprodukt
- Diversifikation
- Auswahl der Handlungsalternative



# Auswahl der Handlungsalternative I

- Handlungsalternative 1: Premium-Produkt
  - + Umsetzung modular aufbaubar
  - + leicht realisierbar
  - + Sicherung eines unbelegten Marktsegments
  - + noch höhere Produktqualität
  - + Bindung neuer Käuferschichten
  - höherer Preis durch BIO
  
- Handlungsalternative 2: Massenprodukt
  - + Große Verbreitung
  - Vergleichbarkeit mit der Konkurrenz
  - Aufgabe von Alleinstellungsmerkmalen



# Auswahl der Handlungsalternative II

- Handlungsalternative 3: Diversifikation
  - + Erschließung eines neuen Marktsegments
  - + Sicherung der Geschäftsgrundlage
  - teuer
  - risikoreich
  - Know-How erforderlich





# Auswahl der Handlungsalternative III

## Ausgewählte Handlungsalternative

**Handlungsalternative 1: Premium-Produkt**



# Quellen I

-  **Szene-Drinks.com**  
*true fruits: Der sanfte Wachmacher für den Handel.*  
Szene-Drinks.com, 08/2009.  
[http://www.szene-drinks.com/news/05\\_08\\_2009\\_true\\_fruits\\_Der\\_sanfte\\_Wachmacher\\_fuer\\_den\\_Handel\\_energy\\_1211.html](http://www.szene-drinks.com/news/05_08_2009_true_fruits_Der_sanfte_Wachmacher_fuer_den_Handel_energy_1211.html)
-  **true fruits GmbH**  
*Presse.*  
true fruits GmbH, 09/2009.  
<http://www.true-fruits.com/presse/>





## Quellen II



Hagen Seidel

*Der Porsche unter den Smoothies.*

WELT ONLINE, 09/2009.

[http://www.welt.de/die-welt/wirtschaft/  
article4472230/](http://www.welt.de/die-welt/wirtschaft/article4472230/)

[`Der-Porsche-unter-den-Smoothies.html`](http://www.welt.de/die-welt/wirtschaft/article4472230/)



Chefkoch.de

*Smoothies.*

Chefkoch.de, 10/2007.

[http://www.chefkoch.de/magazin/artikel/814,4/  
Chefkoch/Schwartau-Fruit-2day.html](http://www.chefkoch.de/magazin/artikel/814,4/Chefkoch/Schwartau-Fruit-2day.html)



...



# Fragen?



# Danke für die Aufmerksamkeit!

