

Premium-Preise auch in Krisenzeiten

26.01.2010, 11:43 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *BENEO-Orafti*

Presseagentur: *akp public relations*

Mannheim/Tienen (Belgien), Januar 2010 – Hochpreisige Produkte mit funktionellem Zusatznutzen können auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfolgreich vermarktet werden, wenn die Verbraucher deren Nutzen verstehen und wertschätzen. Insbesondere für Produkte für höhere Calciumaufnahme und Darmgesundheit sind Verbraucher nach wie vor bereit, höhere Preise zu bezahlen. Zu diesen Ergebnissen kommt eine neue Verbraucherstudie von BENEO-Orafti, die im Juli 2009 in Deutschland und in den USA durchgeführt wurde.

Im Rahmen der Verbraucherstudie hat BENEO-Orafti eine Reihe von Claims auf ihre Relevanz für Verbraucher geprüft. In den USA und in Deutschland rangierte das Thema Calciumaufnahme bei Männern wie Frauen ganz oben. Obgleich die verbesserte Calciumaufnahme ein beliebter Gesundheitsnutzen ist, wollte BENEO-Orafti wissen, ob dieser Mehrwert auch die Kaufbereitschaft erhöht. In Deutschland zeigte sich, dass ein Claim zum Thema „Calcium“ auf einer bekannten Joghurtmarke die Attraktivität des Produkts weiter steigert, und zwar unabhängig davon, ob die befragten Verbraucher das Produkt regelmäßig, gelegentlich oder sonst nie kaufen. 66 Prozent aller Teilnehmer waren mit einem entsprechenden Claim eher geneigt, das Produkt zu kaufen, und wären auch bereit, einen Premium-Preis dafür zu zahlen. Diese Haltung zeigte sich auch in der US-amerikanischen Umfrage. Hier würden 79 Prozent aller Teilnehmer ein bekanntes Cerealienprodukt eher kaufen, wenn es einen solchen Claim trägt, und 60 Prozent würden auch mehr dafür bezahlen. Unter den Begründungen: „Die Frühstückscerealien sprechen mich mehr an, weil sie einen Zusatznutzen haben, der mir wichtig ist“, und „In meinem Alter muss ich das Thema Calcium und Knochendichte im Auge behalten. Wenn ein Produkt mir dabei hilft, oder wenn meine Kinder damit all das Calcium verwerten können, das sie aufnehmen, dann würde ich es kaufen.“

Ebenfalls hoch im Kurs stehen Auslobungen zum Thema Verdauungssystem, denn eine Aussage wie „verbessert die Darmgesundheit“ rangiert sowohl bei Männern als auch bei Frauen unter den vier wichtigsten Zusatznutzen – in den USA und in Deutschland. 67 Prozent der Befragten in Deutschland würden ein bekanntes Produkt mit entsprechendem Claim kaufen, und 70 Prozent wären bereit, mehr dafür zu zahlen. Cerealien und Fruchtsäfte sind aus Verbrauchersicht besonders geeignete Produkte, um einen entsprechenden Mehrwert zu transportieren.

Tim Van der Schraelen, Marketing and Communication Manager BENEO-Orafti: „Es zeigt sich deutlich, dass Verbraucher auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten willens sind, mehr für Produkte zu bezahlen, wenn sie deren Nutzen für sich als wichtig erachten. Diese neue Studie bietet uns einerseits wichtige Einblicke betreffend der Verbrauchererwartungen – dies hilft uns bei der Produktentwicklung. Andererseits profitieren auch unsere Partner von diesen Erkenntnissen, denn sie sind wertvoll für die Umsetzung attraktiver Konzepte, die bei einer breiten Schicht potenzieller Kunden gut ankommen.“

Anmerkung:

Die quantitativen Online-Verbraucherstudien wurden im Juli 2009 in Deutschland und in den USA durchgeführt. Teilnehmer waren jeweils 1000 Frauen und Männer im Alter zwischen 18 und 64 Jahren.

In den vergangenen zehn Jahren wurden von BENEO-Orafti insgesamt 15 Konsumentenstudien in Auftrag gegeben. Mit qualitativen wie quantitativen Studien umspannt BENEO-Orafti vier Kontinente und 14 Länder. In Verbindung mit dem wissenschaftlichen Hintergrund verfügt das Unternehmen damit über die Voraussetzung, wissenschaftliche Inhalte in eine verbraucherfreundliche Sprache zu übersetzen und so funktionelle Produkte erfolgreich zu vermarkten.

Portrait

Über BENEО-Orafti

BENEО-Orafti ist Teil der BENEО-Group, die zur Südzucker AG gehört. Das Unternehmen ist Marktführer in der Herstellung und Vermarktung von Lebensmittelinhaltsstoffen aus der Zichorienwurzel. Orafti® Inulin und Oligofructose verbessern nachweislich die Darmflora, indem sie die körpereigenen nützlichen Bifidobakterien fördern. Eine verbesserte Darmflora hilft dem Körper außerdem, mehr lebenswichtige Nährstoffe wie Calcium aus unserer Nahrung aufzunehmen. Ein gesundes Verdauungssystem trägt zum allgemeinen Wohlbefinden bei. Mit Orafti® Inhaltsstoffen können ausgewogene Lebensmittel hergestellt werden, die die Darmgesundheit nachweislich verbessern und für ein gutes „Bauchgefühl“ sorgen. Die Zentrale des Unternehmens ist in Tienen/Belgien. Die Produktionsanlagen befinden sich in Oreye (Belgien) und Pemuco (Chile). Weltweit ist BENEО-Orafti in über 75 Ländern vertreten.

News-ID: 390781 • Views: 84 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/390781/Premium-Preise-auch-in-Krisenzeiten.html>