

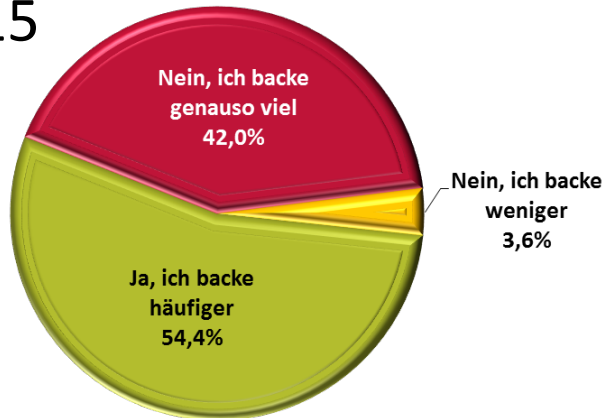


Trend Evaluation - Consumer Insights Backen
Backen 2017 - So backen die deutschen Haushalte
Studieninhalte

Trend Evaluation Backen ist im Trend

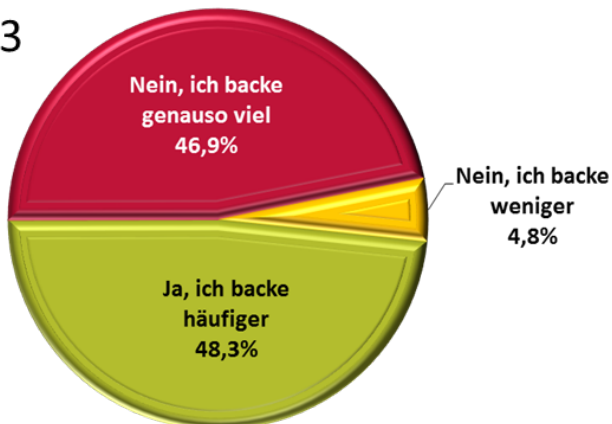
Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

2015



„Wie würden Sie Ihr heutiges Backverhalten gegenüber den letzten Jahren einschätzen?“

2013



Die mafowerk Studie „Backen 2015“ hatte ergeben: **54 % der Haushalte backen mehr als in den Vorjahren, in 2013 hatten „nur“ 48 % und in 2011 „sogar nur“ 35 % mehr gebacken als in den Vorjahren.** ¹⁾

Besonders jüngere Zielgruppen haben das Backen neu entdeckt: mehr als jeder Zweite unter 30 Jahren bäckt heute häufiger als noch in den letzten Jahren. ¹⁾

Starke Impulse in einem Markt, der allein bei Backzutaten und Backhilfsmitteln mit rund 780 Mio Euro Umsatz pro Jahr eine feste Größe in den Regalen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels darstellt ²⁾.

In einer Neuauflage 2017 der **Trend Evaluation** Studie „Backen“ hat mafowerk die aktuellen Backgewohnheiten der Deutschen und die weiteren Entwicklungspotenziale untersucht - im Vergleich zu 2011, 2013 und 2015.

¹⁾ Quelle: mafowerk Consumer Insights Backen 2015

²⁾ Quelle: Brot+Backwaren.de

Trend Evaluation macht das Backverhalten der Deutschen transparent und zeigt die Potenziale auf

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017



- Wie sind Häufigkeiten und Backverhalten ?

1

Wie werden welche Backzutaten und -hilfsmittel verwendet ?

- Make or buy ? Verwendung von Convenience-Produkten?

2

Welche zusätzlichen Angebote von Handel und Hersteller werden gewünscht ?

- Welche Informationswege werden benutzt ?

3

Wie kommen die Produkte in das “relevant set” des potenziellen Käufers ?

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Aspekte des Backens

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017



- Was wird gebacken, wie oft und in welcher Kombination?
- Wann wird gebacken, für wen, für welchen Anlass?
- Make or Buy: Verwendung von Convenience-Produkten (gekühlte Fertigteige, Backmischungen)
- Alternativkauf von Fertigmuffins/Fertigtorten
- Verwendung von Backzutaten, wie z. B.:
 - Einsatz von Gewürzen, Aromen und Hefen
 - Verwendung von Früchten und Nüssen
 - Anwendung von Fetten, Ölen und Mehl
 - Gebrauch von Backdekoartikeln
- Welche Backtrends gibt es?
- Welche Backhilfsmittel werden verwendet? (Backformen, Backpapier, etc.)
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Was sind die bevorzugten Einkaufsstätten?
- Welche Informationsquellen werden zum Thema Backen genutzt?
- Welche zusätzlichen Angebote von Handel und Industrie werden gewünscht?

Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung der aktuellen Verbrauchergewohnheiten beim Backen

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Screening: Verbraucher, die backen
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

- **Erhebungszeitraum**

- Feldstart: 05.10.2017
- Feldende: 12.10.2017

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail – Sektionen

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

		Seiten
1.	Wie häufig und wann wird gebacken?	38-55
2.	Allgemeines Backverhalten. Was wird gebacken?	56-83
3.	Welche Backzutaten werden verwendet?	84-129
4.	Make or buy – selbst backen oder fertig kaufen?	130-183
5.	Wo wird gekauft?	184-189
6.	Wie informiert sich der Konsument?	190-196
7.	Beurteilung der Situation am POS	197-205
8.	Wie werden Käufer aufmerksam?	206-216
9.	Verwendung von Backhilfsmitteln	217-241
10.	Wünsche an Hersteller und Handel	242-249

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

23 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
3 Seiten aussagekräftige Insights
180 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

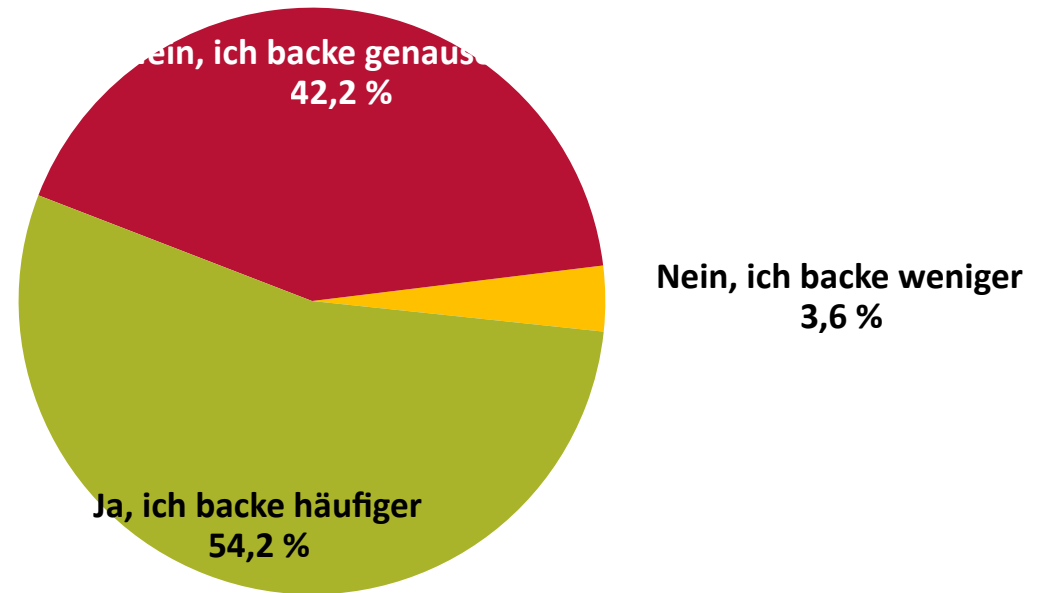
Einige ausgewählte Beispiele:



Backen wird intensiviert

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

Backen Sie jetzt häufiger als in den letzten Jahren? Bitte wählen Sie das Zutreffende aus. n=1.000



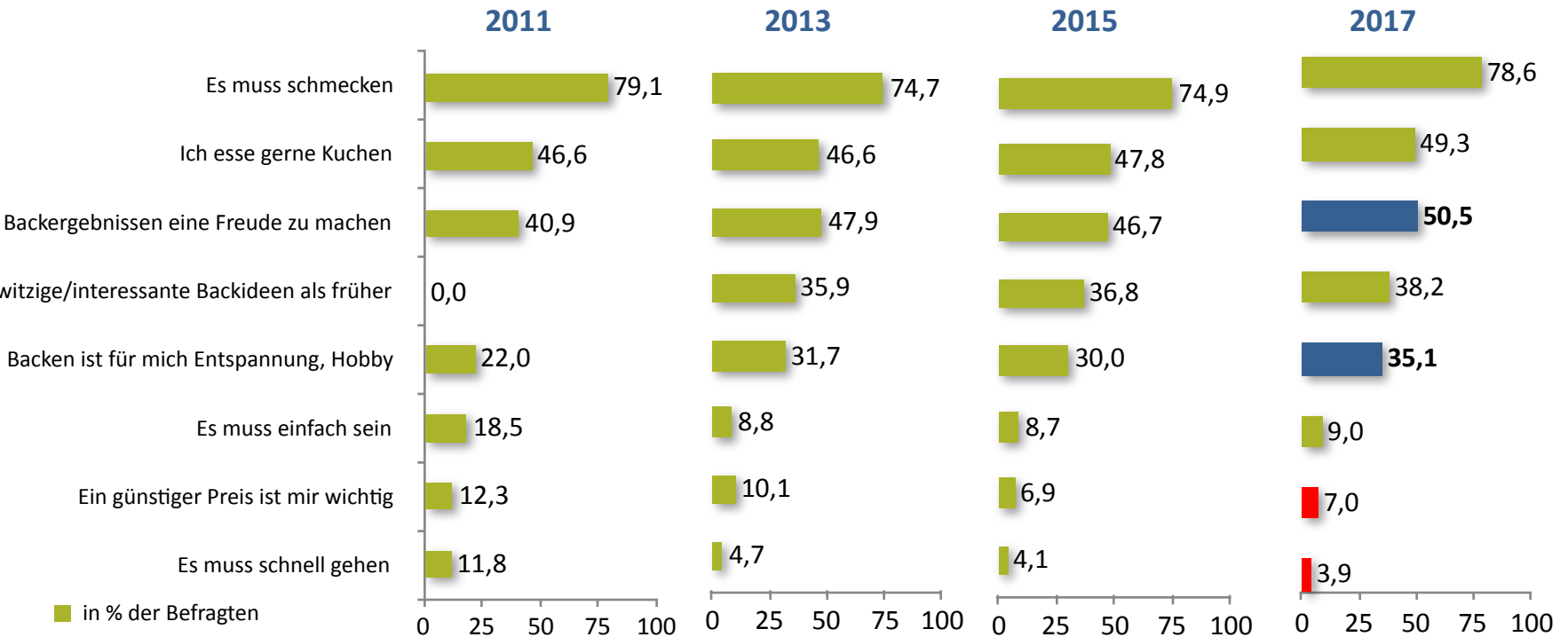
Kommentar

- Mehr als jeder Zweite bäckt häufiger als noch in den Vorjahren
- Nur 4 % backen weniger

Deutliche Veränderung in der Einstellung zum Backen: die Freude am Werk tritt in den Vordergrund und Preis, Einfachheit sowie Schnelligkeit verlieren

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

Was ist für Sie beim Backen wichtig? Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen Top 1 stimme voll und ganz zu n=1.000



Kommentar

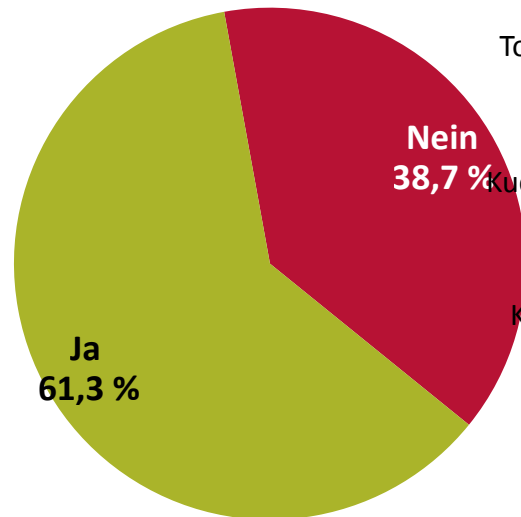
Backen wird zum Hobby und muss nicht mehr nur einfach sein, die Schnelligkeit und der Preis treten in den Hintergrund

Fast 2/3 kaufen auch fertige Kuchen und Torten

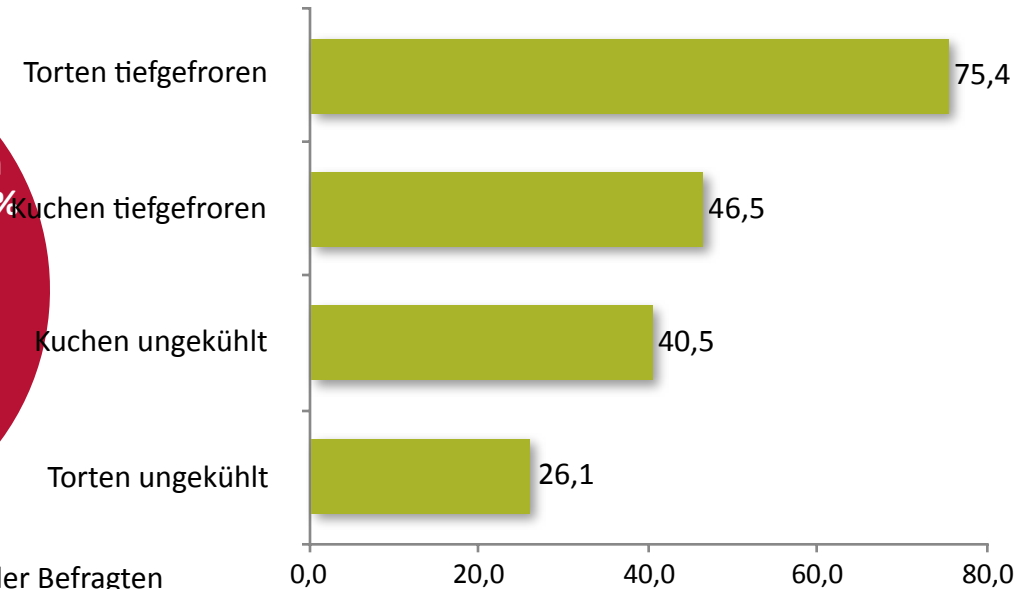
Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

Kaufen Sie fertige Kuchen oder Torten? n=1.000

Wenn ja, welche fertigen Kuchen oder Torten kaufen Sie? n=613



■ in % der Befragten



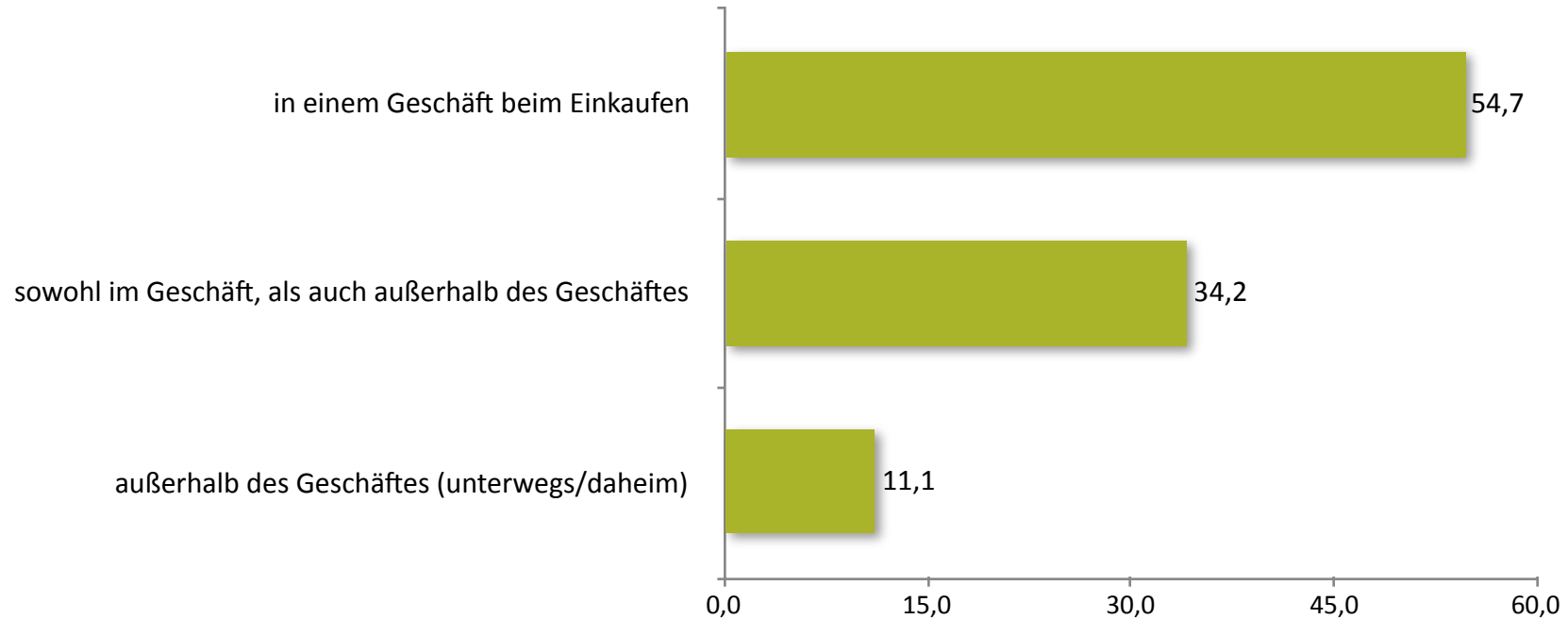
Kommentar

Tiefgekühlte Torten werden bevorzugt von 75,4 % gekauft, ungekühlte Torten hingegen nur von weniger als 30 %

55 % werden erst am POS auf Backzutaten-Angebote aufmerksam

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

Wo werden Sie auf Angebote oder neue Produkte bei Backzutaten bzw. Backhilfsmittel am meisten aufmerksam?
Bitte wählen Sie das Zutreffende aus n=1.000



■ in % der Befragten

Kommentar

- Die Awareness für das Thema Backen wird überwiegend direkt im Geschäft geweckt, unmittelbar vor dem Kauf
- Den POS-Aktivitäten und dem POS-Material kommt daher entscheidende Bedeutung für den Vertrieb der Produkte zu

Die Wünsche der „Hobby-Bäcker“ an Hersteller und Handel zum Thema Backen steigen im Zeitverlauf deutlich an

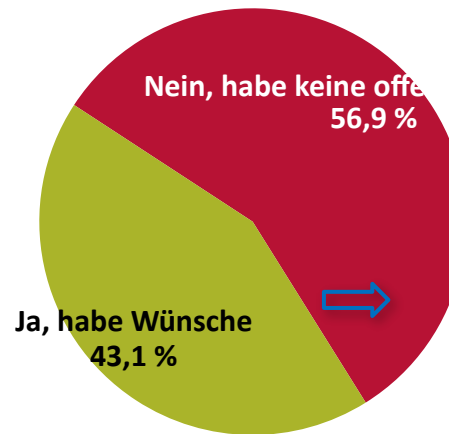
Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017

Wünsche an Handel und Hersteller zum Thema Backen? n=1.000

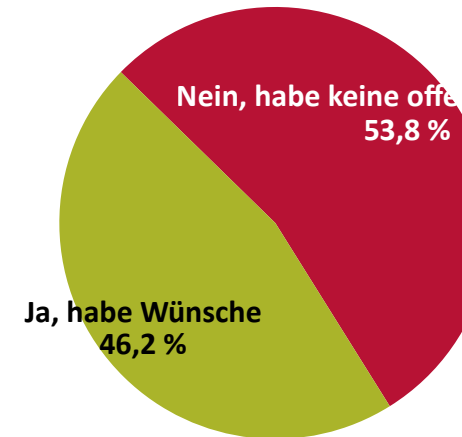
2013



2015



2017



Kommentar

Das bedeutet, dass die Verbraucher sich mit der Warengruppe bzw. mit dem Thema - mehr als noch in den Vorjahren (zum Vergleich 2013: 29,9 %) - auseinandersetzen und durchaus noch einiges an Optimierungspotenzial sehen

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema Backen

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017



Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

Jahre 18-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69

Haushaltsgröße:

1 Pers.-HH / 2 Pers.-HH / 3 Pers.-HH / über 3-Pers.-HH

Kinder im Haushalt:

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1.999 Euro / 2.000-2.999 Euro / 3.000-3.999 Euro /
4.000 Euro und mehr

Gebiete:

Nord-West / Nord-Ost / Thüringen-Sachsen / Mitte / NRW /
Bayern-Baden Württemberg

Trend Evaluation liefert klare Insights und verbessert die Interaktion mit Kunden

Trend Evaluation Consumer Insights Backen 2017



- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Backen 2017“ können Sie bestellen:
 - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
 - **3.100,- Euro** (netto zzgl. MwSt.) für 2017
- Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten Vergleichsdaten der Backstudie 2011, 2013 und 2015 ist:
 - **4.400,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse der Studie liegen vor und können innerhalb von zwei Arbeitstagen nach Bestellung geliefert werden
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation optional (gegen Aufpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 31.01.2018

Trend Evaluation Kontakt

Bei weiteren Fragen zur Studie Backen 2017 wenden Sie sich bitte jederzeit an uns:

Adresse

mafowerk GmbH

Georg-Zorn-Str. 37

90765 Fürth

www.mafowerk.de

Ansprechpartner

Heiko Leipold

Tel.: 0911-2001-842

Mobil: 0151-1481-10096

Email: leipold@mafowerk.de

Ansprechpartner

Peter Mahn

Tel.: 0911-2001-841

Mobil: 0151-1481-10095

Email: mahn@mafowerk.de

Fotos: mafowerk, fotolia

mafo**werk**
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.