



Trend Evaluation - Consumer Insights Food
Joghurt 2018 - Studieninhalte

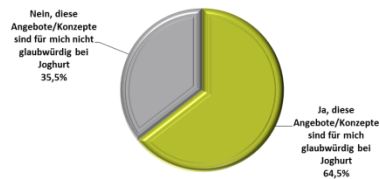
Trend Evaluation Neue Wachstumspotenziale für Joghurt

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Mit 65 % der Befragten hält eine Mehrheit regionale Konzepte bei Joghurt glaubwürdig

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2015

In verschiedenen Handelsunternehmen werden bei Joghurt verstärkt regionale Konzepte über die Herkunft des Joghurts angeboten. Wie glaubwürdig sind für Sie solche regionalen Herkunftskonzepte bei Joghurt? n=1.000



Angaben in %

Kommentar

In verschiedenen Handelsunternehmen werden bei Joghurt verstärkt regionale Konzepte über die Herkunft des Joghurts angeboten. Allerdings finden 35 % die regionalen Konzepte unglaubwürdig

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Der Joghurt-Markt ist in Bewegung gekommen, neue Konzepte und geänderte Verbrauchergewohnheiten sorgen für neue Herausforderungen. Zielgruppen-Konzepte, wie z. B. für Männer, Allergiker, Sportler und Länderkonzepte, wie griechischer Joghurt, sind verstärkt in den Fokus gerückt.

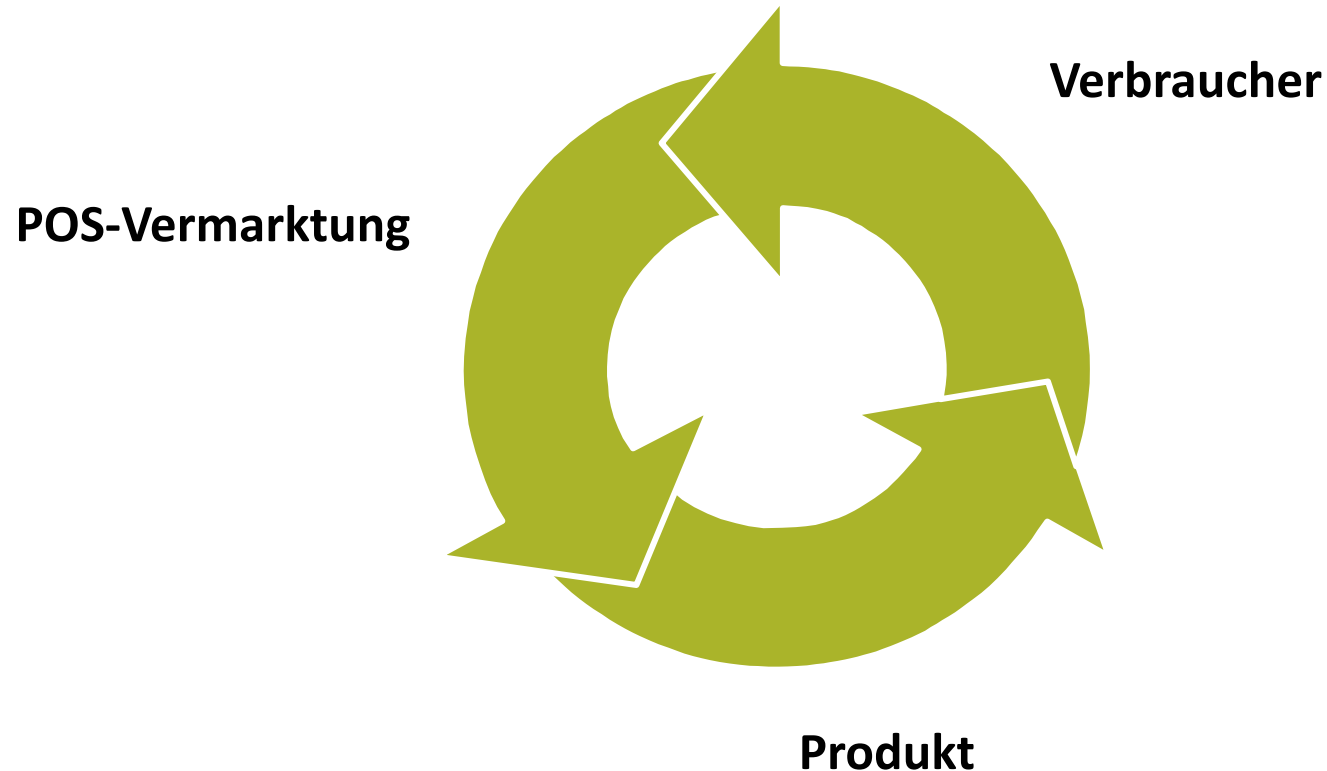
Auf der anderen Seite stehen nach wie vor Natürlichkeit und Einfachheit stark in der Gunst der Verbraucher. Zum Beispiel hielten 65 % der Käufer regionale Konzepte bei Joghurt für sinnvoll, so ein Ergebnis der mafowerk Consumer Insights Joghurt 2015. ¹⁾

In einer Neuauflage 2018 der Trend Evaluation Consumer Insights „Joghurt“ aus dem Jahr 2015 hat mafowerk den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS - Produkt - Konsument**“ und die Entwicklungspotenziale untersucht - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Wachstumswarengruppe.

1) Quelle:
mafowerk Consumer Insights „Joghurt 2015“

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Joghurt

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Joghurt transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



Thema: Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man Joghurt-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie ist die Einstellung zum Nahrungsmittel Joghurt?
- Wer isst im Haushalt und wie oft?
- Was sind die Verzehranlässe?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?
- Welche saisonalen Unterschiede existieren?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?



Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten bei der Auswahl von Joghurt transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



Thema: Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, Konsistenz, Flavour, Zielgruppe, etc.)?
- Welcher Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Wie stark ist das Potenzial von neuen Konzepten?
- Wie glaubwürdig sind Konzepte? Wovon hängt die Glaubwürdigkeit ab?
- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Marken sind bekannt (gestützt/ungestützt)
- Wie stark beeinflusst das Nachhaltigkeits-Image des Herstellers den Kauf oder Nicht-Kauf?



Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Joghurt transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



Thema: POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Was ist der Kaufanlass („Inhome“ oder „Out of home“ use)?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo macht eine zusätzliche Platzierung von Joghurts am POS aus Sicht der Shopper Sinn?
- Wonach bzw. wie sollten Joghurts im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Konzepten?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Welche Promotion-Aktionen zu Joghurt sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Verwendungs- und Einkaufsverhaltens bei Joghurt

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Joghurt kaufen bzw. verwenden
- 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**

- 16.07.2018 (Feldstart)
- 22.07.2018 (Feldende)

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Seiten

1.	Welche Joghurtarten werden konsumiert?	52-66
2.	Wie häufig und wie viel wird konsumiert?	67-73
3.	Von wem wird konsumiert? Zu welchen Anlässen?	74-84
4.	Verwendungsverhalten und Einstellung zu Joghurt	85-139
5.	Was ist für den Kauf wichtig? Wo wird gekauft?	140-163
6.	Polaritätenprofil Frucht- versus Naturjoghurt	164-166
7.	Präferenzen bei Packungsgrößen und Verpackung	167-177
8.	Wie werden Käufer aufmerksam?	178-190
9.	Beurteilung der Situation am POS	191-212
10.	Markenbekanntheiten	213-252
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	253-257
12.	Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten	258-274

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

28 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
5 Seiten aussagekräftige Insights
über 200 Seiten klar kommentierte pptx-
Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele:

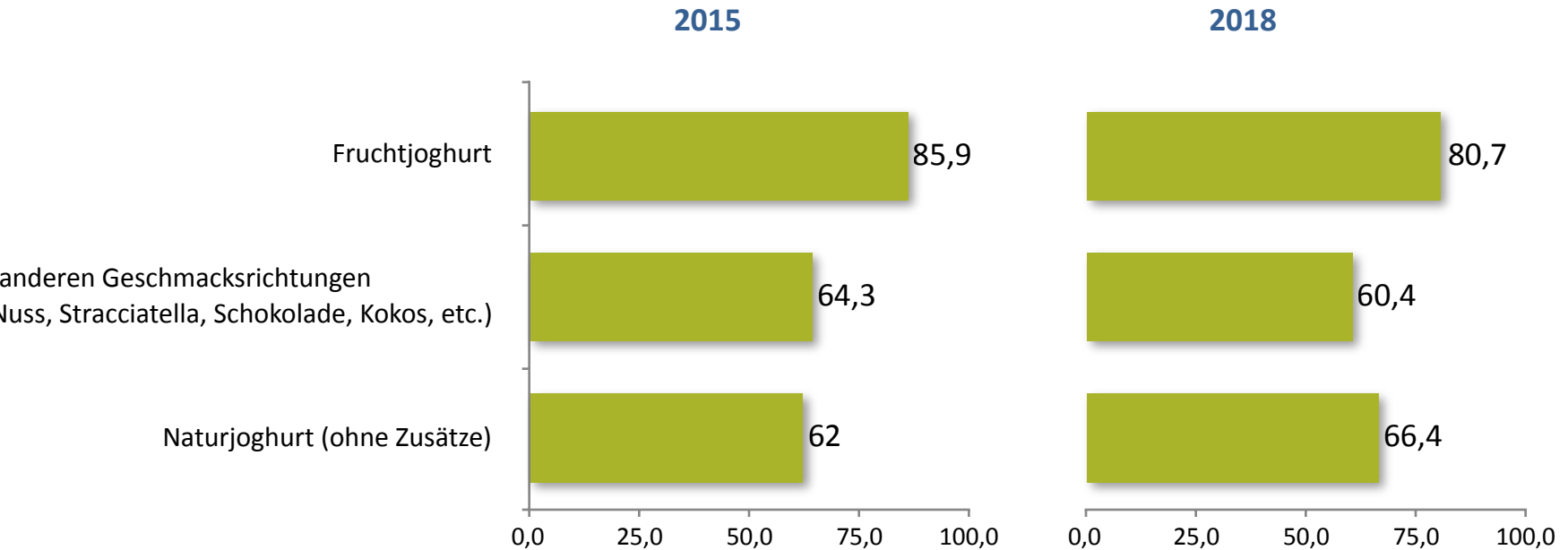


Naturjoghurt steigt in der Verwendung im Vergleich zu 2015

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Welche Art von Joghurt essen bzw. verwenden Sie bzw. Ihre Familienmitglieder?

Top 2 Boxes „sehr häufig/häufig – gesamt“ n=1.000



Angaben in %

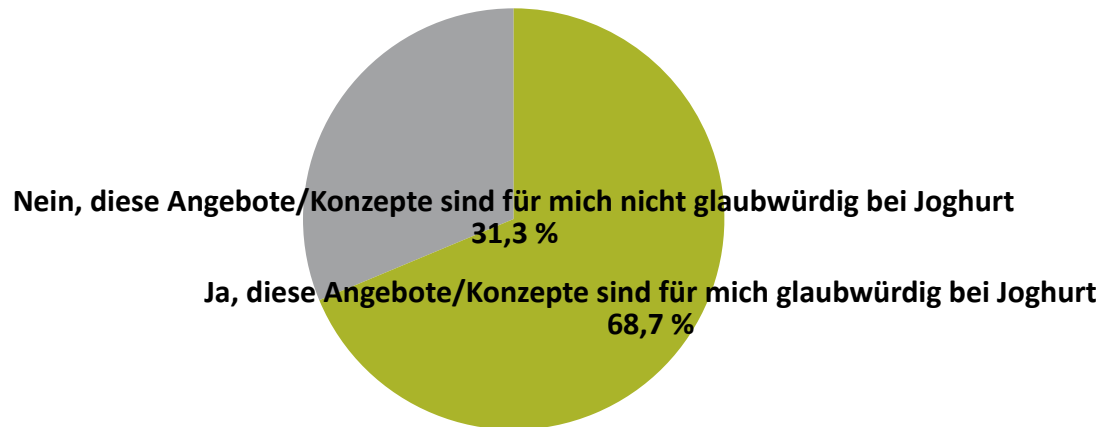
Kommentar

Während die Verwendung von Fruchtjoghurt und Joghurt mit anderen Geschmacksrichtungen stagnieren, steigen Naturjoghurts in der Verwendung an

Mit 69 % der Befragten hält eine Mehrheit regionale Konzepte bei Joghurt für glaubwürdig

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

In verschiedenen Handelsunternehmen werden bei Joghurt verstärkt regionale Konzepte über die Herkunft des Joghurts angeboten. Wie glaubwürdig sind für Sie solche regionalen Herkunftskonzepte bei Joghurt? n=1.000



Angaben in %

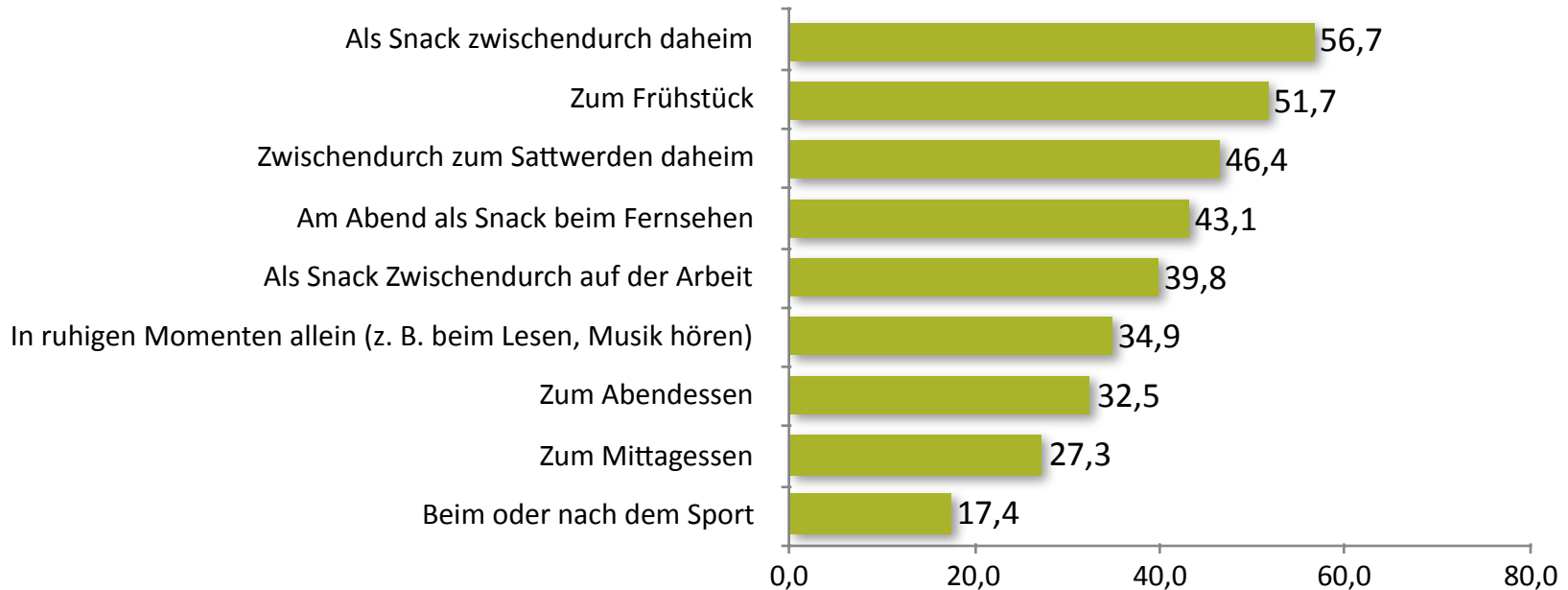
Kommentar

31 % finden die regionalen Konzepte unglaubwürdig

57 % essen Joghurt daheim als Snack für zwischendurch „sehr häufig/häufig“

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Wann essen bzw. verwenden Sie selbst Joghurt? Top 2 Boxes „sehr häufig/ häufig – gesamt“ n=1.000



■ in % der Befragten

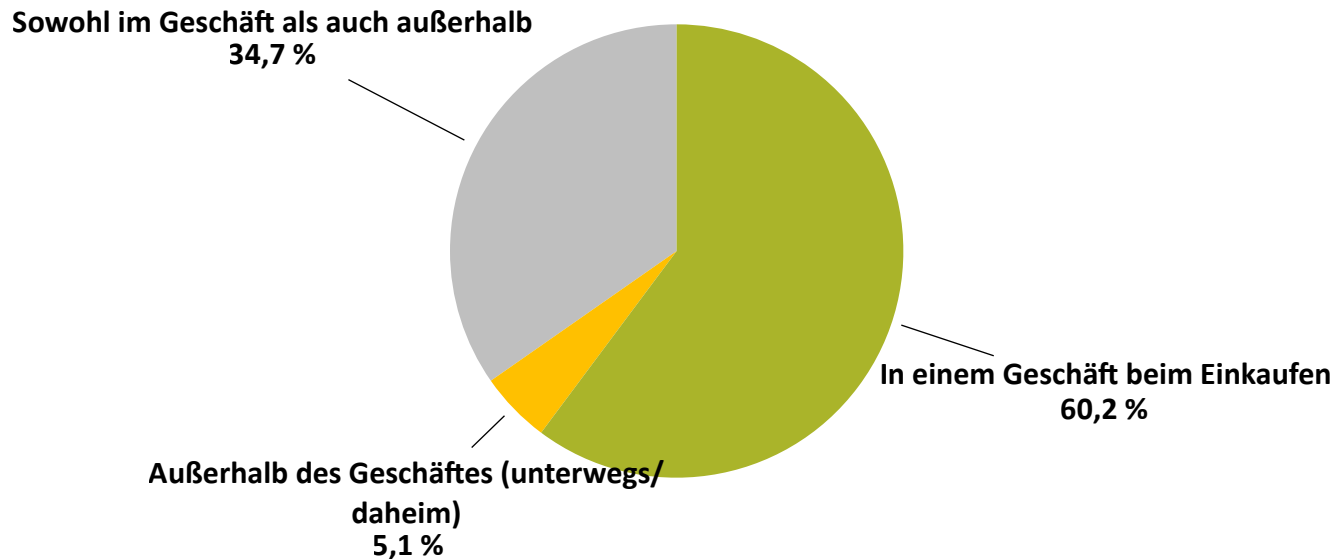
Kommentar

- Jeder Zweite isst Joghurt zum Frühstück „sehr häufig/häufig“
- Fast jeder Zweite 46 % ist Joghurts als Zwischenmahlzeit
- Als Snack beim Fernsehen essen Joghurt 43 % der Befragten

6 von 10 Befragten werden erst im Geschäft auf Angebote bei Joghurt aufmerksam

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Wie werden Sie auf Angebote zu Joghurt aufmerksam? n=1.000



Angaben in %

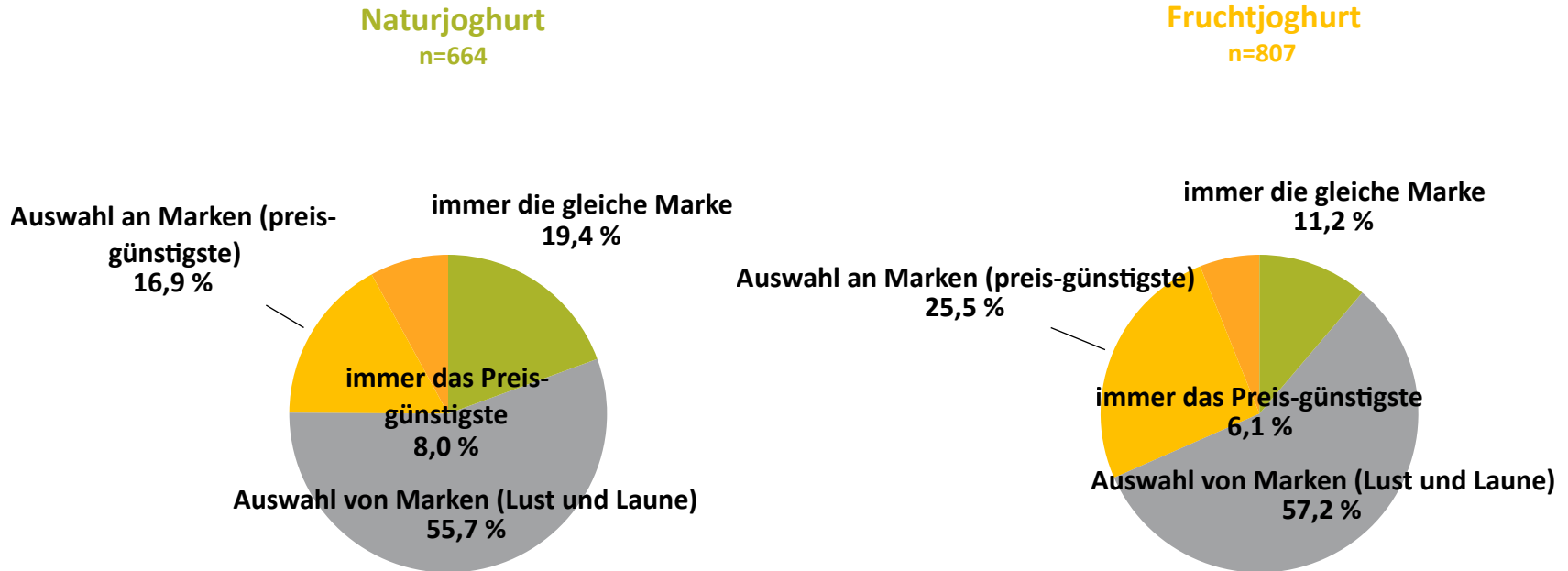
Kommentar

1/3 der befragten Joghurtkäufer nehmen sowohl außerhalb als auch im Geschäft Angebote zu Joghurt wahr

Gut jeder zweite Joghurtkäufer wählt je nach Lust und Laune aus einer bestimmten Auswahl von Marken

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten bei Joghurt bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten bei Joghurt am meisten zu?



Angaben in %

Kommentar

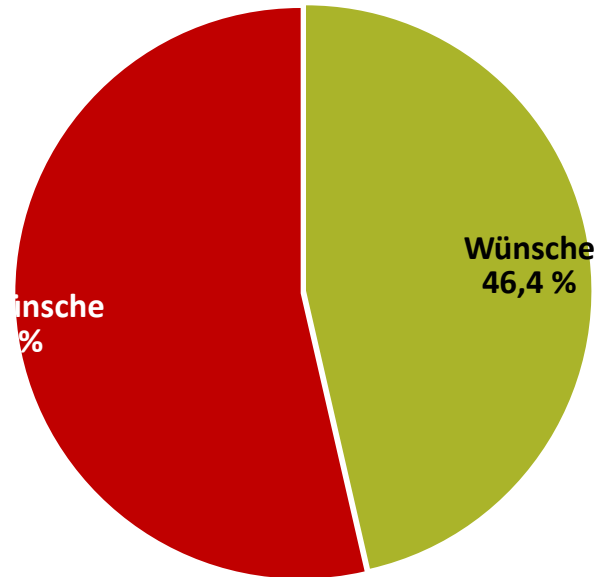
- Aber: bei Naturjoghurt sind die Käufer markentreuer: 19,4 % der Naturjoghurtkäufer greifen immer zur gleichen Marke, bei Fruchtjoghurt tun das nur 11,2 %
- 57,2 % der Fruchtjoghurtkäufer wählen je nach Lust und Laune aus ihrem Marken relevant set

Fast jeder Zweite hat Wünsche an Hersteller und Handel

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018

Welche zusätzlichen Angebote und Leistungen zum Thema Joghurt würden Sie sich wünschen? n=1.000

Diagrammtitel



Kommentar

- 46,4 % ist im Vergleich zu anderen Warengruppen aus vergleichbaren Konsumgüter-Studien ein hoher Wert. Das bedeutet, dass die Verbraucher sich mit der Warengruppe bzw. mit dem Thema auseinandersetzen und durchaus noch einiges Optimierungspotenzial sehen

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien zu Joghurt

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



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 / ohne Kinder

Gebiete:

Nielsengebiete

Netto-Einkommen pro Monat:

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

Trend Evaluation liefert klare Insights und verbessert die Interaktion mit Kunden

Trend Evaluation Consumer Insights Joghurt 2018



- Die Ergebnisse der Consumer Insights „Joghurt 2018“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.) für 2018*
- Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten 2015 ist:
4.700,- 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 30.11.2018

Trend Evaluation Kontakt

Bei weiteren Fragen zu den Consumer Insights Joghurt 2018 wenden Sie sich bitte jederzeit an uns:

Adresse

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

90768 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

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.