



Trend Evaluation - Consumer Insights Food **Fertiggerichte 2018**

Studieninhalte

mafowerk | Marktforschung | Beratung

Nürnberg | im April 2018

Trend Evaluation Neue Wachstumspotenziale für Fertiggerichte

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Fertiggerichte sind in Deutschland weiterhin eine verlässliche Wachstumsgröße im Handel. Traditionelle Hersteller bekommen allerdings eine ernstzunehmende Konkurrenz durch neue junge Unternehmen mit innovativen Angeboten und Clean Label-Anspruch.

Gleichzeitig ist ein Wandel in den Verzehrsgewohnheiten zu beobachten: hin zu einer bewußten und gesunden Ernährung. So boomen To Go- Konzepte, Superfresh-Produkte versprechen bessere Qualität bzw. Geschmack und Veggie-Produkte sowie Superfoods-Beimischungen sollen ein gutes Gewissen durch eine gesunde Ernährung geben.

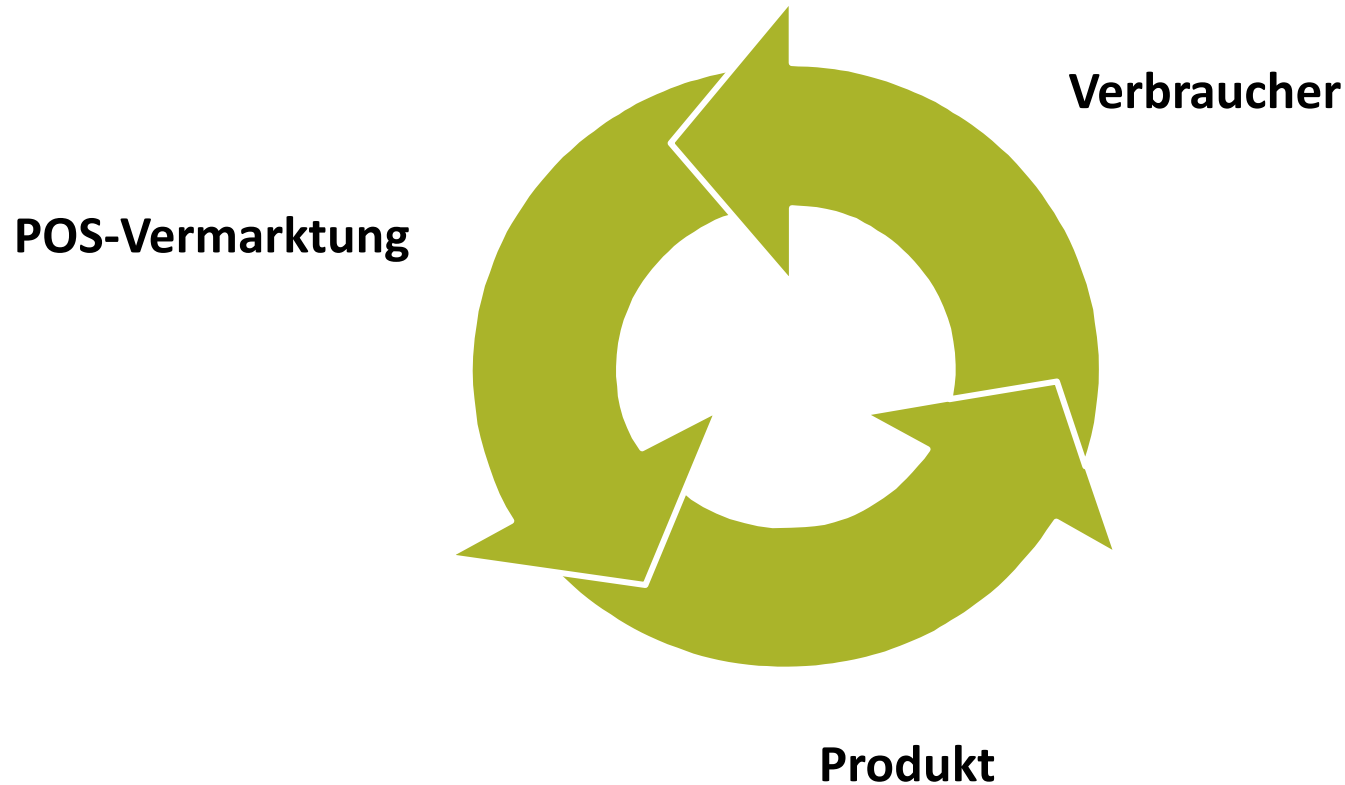
- Wie sind die aktuellen Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Fertiggerichten?
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?
- Welche Alternativen zu Fertiggerichten gibt es aus der Sicht der Konsumenten?

Die **Trend Evaluation** Studie „Fertiggerichte 2018“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren **„POS - Produkt - Konsument“** und hat die Entwicklungspotenziale im Vergleich zu 2016 und 2014 untersucht.

Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

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

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018



Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Fertiggerichten deutlich und zeigt damit neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

Thema: Consumer

- Wer verwendet Fertiggerichte im Haushalt?
- Warum werden Fertiggerichte verwendet?
- Welche Alternativen gibt es aus der Sicht der Verbraucher (z. B. Online-Aboboxen, Lieferservice) ?
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Wann werden Fertiggerichte gegessen?
- Wo werden Fertiggerichte verwendet („Inhome“ oder „out of home“)?
- Welche Portionsgrößen werden bevorzugt von wem, zu welchem Anlass?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren bei Fertiggerichten?
- 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 Produktwahrnehmung bei Fertiggerichten transparent und zeigt damit die Potenziale auf

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

POS-Vermarktung

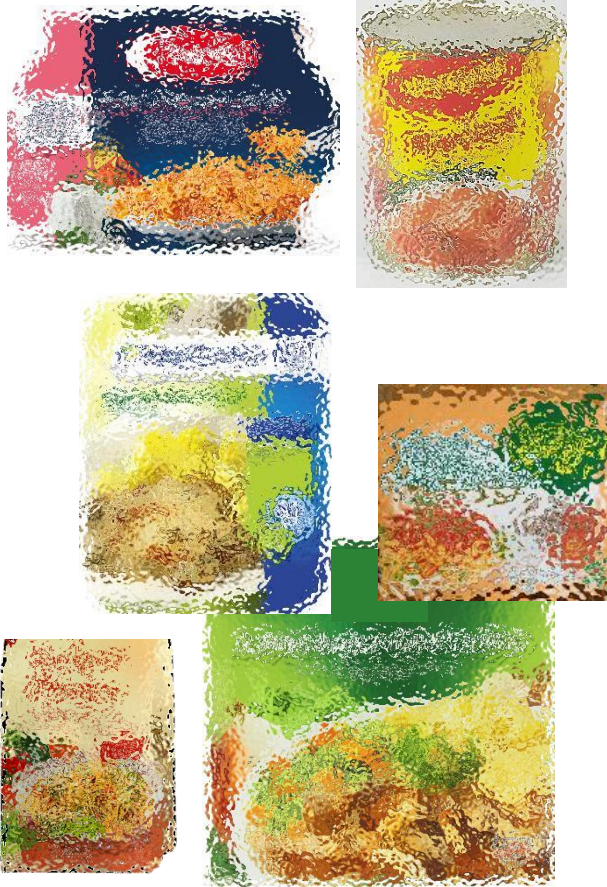


Verbraucher

Produkt

Thema: Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Zutaten, Geschmacksrichtung, Preis, etc.)?
- Wie stark ist das Potenzial von Darreichungsformen (Dosen, Kammergerichte, Beutel, Instant, TK, gekühlt und ungekühlt)?
- Welche Sorten und Varianten werden präferiert?
- Welche Marken sind bekannt? (gestützt und ungestützt)
- Welche Marken werden gekauft?
- Welchen Kompetenzstatus haben die bekannten und neuen Marken?
- Wie akzeptiert und glaubwürdig sind Produkte wie Veggie-Vegan / natürliche Konzepte / Clean-Label / Super-foods?
- Welche Chancen haben Länder-/Saisonkonzepte/Limited Editions?
- Was sind die Produktattribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Preisbereitschaft existiert bei Fertiggerichten?
- Welchen Einfluss haben die Inhaltsstoffe auf den Kauf bzw. Nichtkauf?
- Welche Geschmacksrichtungen werden zusätzlich gewünscht?



Trend Evaluation macht die Shoppergewohnheiten beim Einkauf von Fertiggerichten transparent und zeigt damit zusätzliche Chancen am POS auf

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

Thema: POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wie schwierig bzw. einfach ist es für den Shopper, das geeignete Produkt am POS zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Fertiggerichte im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wo wird eine Platzierung von Fertiggerichten im Geschäft erwartet (hauptsächlich, zusätzlich)?
- Wie ist die Austauschbeziehung zwischen ungekühlt, gekühlt und tiefgekühlt?
- Wie beurteilen Verbraucher „to-go-Konzepte“ im Geschäft?
- Welche Promotion-Aktionen zu Fertiggerichten sind dem Verbraucher aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens bei Fertiggerichten

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Fertiggerichte kaufen
- 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**

- 02.03.2018 (Feldstart)
- 09.03.2018 (Feldende)

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Seiten

1.	Wie häufig wird gekauft/konsumiert?	42-50
2.	Wie viel wird ausgegeben? Wo wird eingekauft?	51-67
3.	Von wem wird konsumiert? Zu welchen Anlässen?	68-77
4.	Was ist für den Kauf von Fertiggerichten wichtig?	78-100
5.	Einkaufsverhalten	101-115
6.	Geschmacks-, Sorten- und Verpackungspräferenzen	116-164
7.	Präferenzen bei Packungsgrößen und Portionierung	165-184
8.	Wie werden Käufer aufmerksam?	185-198
9.	Beurteilung der Situation am POS	199-227
10.	Markenbekanntheiten	228-231
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	232-235
12.	Wünsche der Konsumenten	236-264

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

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

Einige ausgewählte Beispiele:

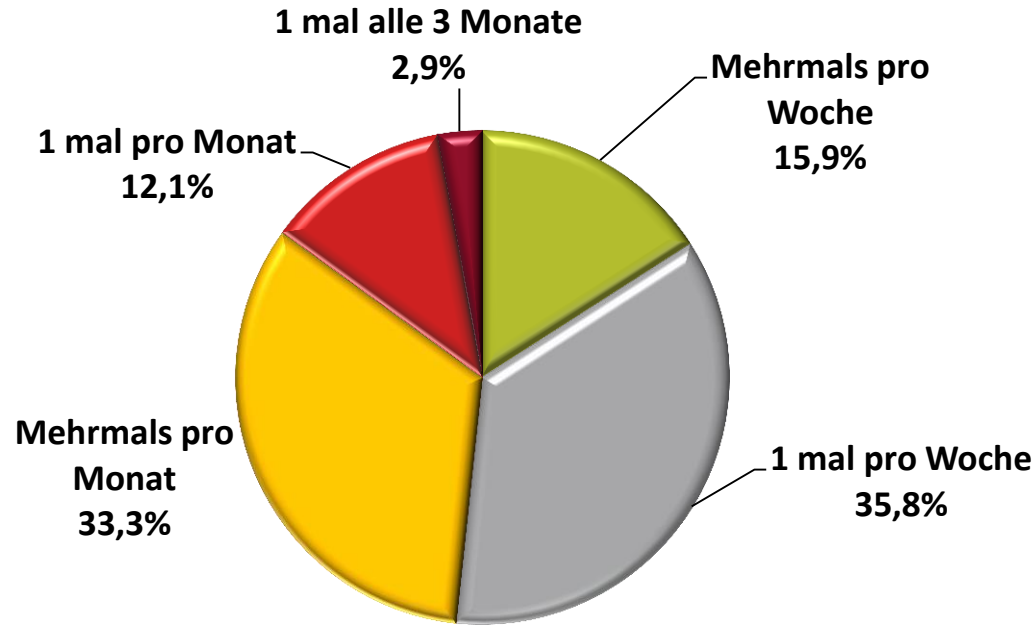


52 % kaufen Fertiggerichte mindestens einmal in der Woche

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Wie oft kaufen Sie Fertiggerichte? n=1.000

Gesamt



Kommentar

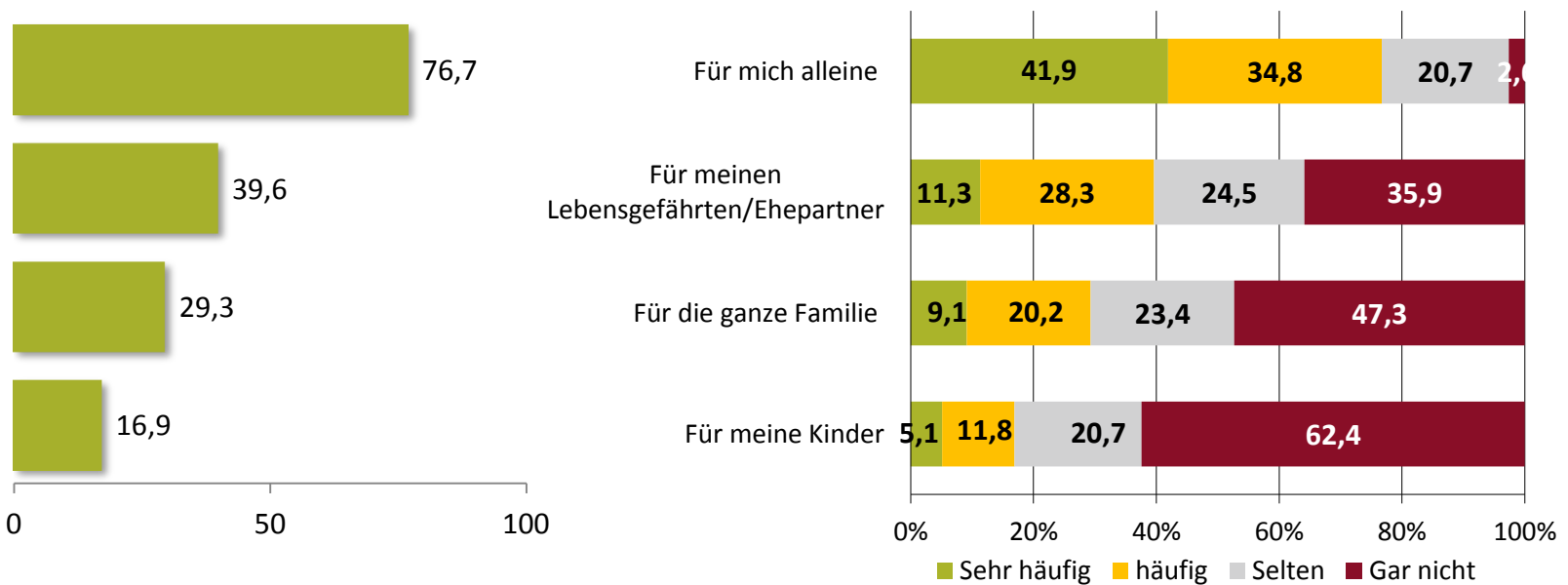
- Rund 16 % kaufen sogar mehrmals in der Woche
- Die Mehrheit kauft einmal pro Woche Fertiggerichte

Zu 77 % werden Fertiggerichte für einen selber „zubereitet“

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Für wen in Ihrem Haushalt bereiten Sie Fertiggerichte zu? n=1.000

Top 2 Boxes „sehr häufig/häufig“ gesamt



Angaben in %

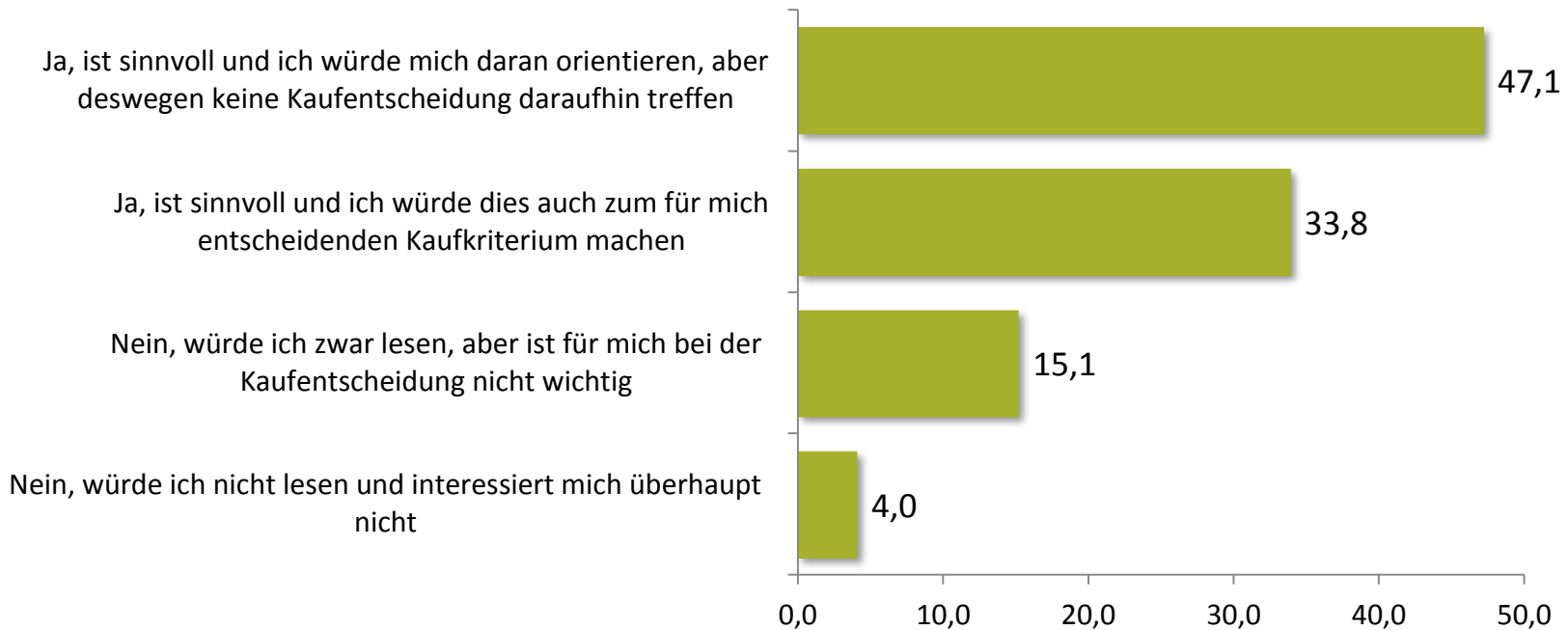
Kommentar

- 39,6 % bereiten Fertiggerichte aber auch für den Partner zu, immerhin 29,3 % für die ganze Familie, 16,9 % für die Kinder (Basis: sehr häufig/häufig)

Fast jeder Zweite findet eine Ampelkennzeichnung bei Fertiggerichten sinnvoll, würde aber daraufhin keine Kaufentscheidung treffen

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Wie beurteilen Sie eine sogenannte Ampelkennzeichnung bei Fertiggerichten? n=1.000



Angaben in %

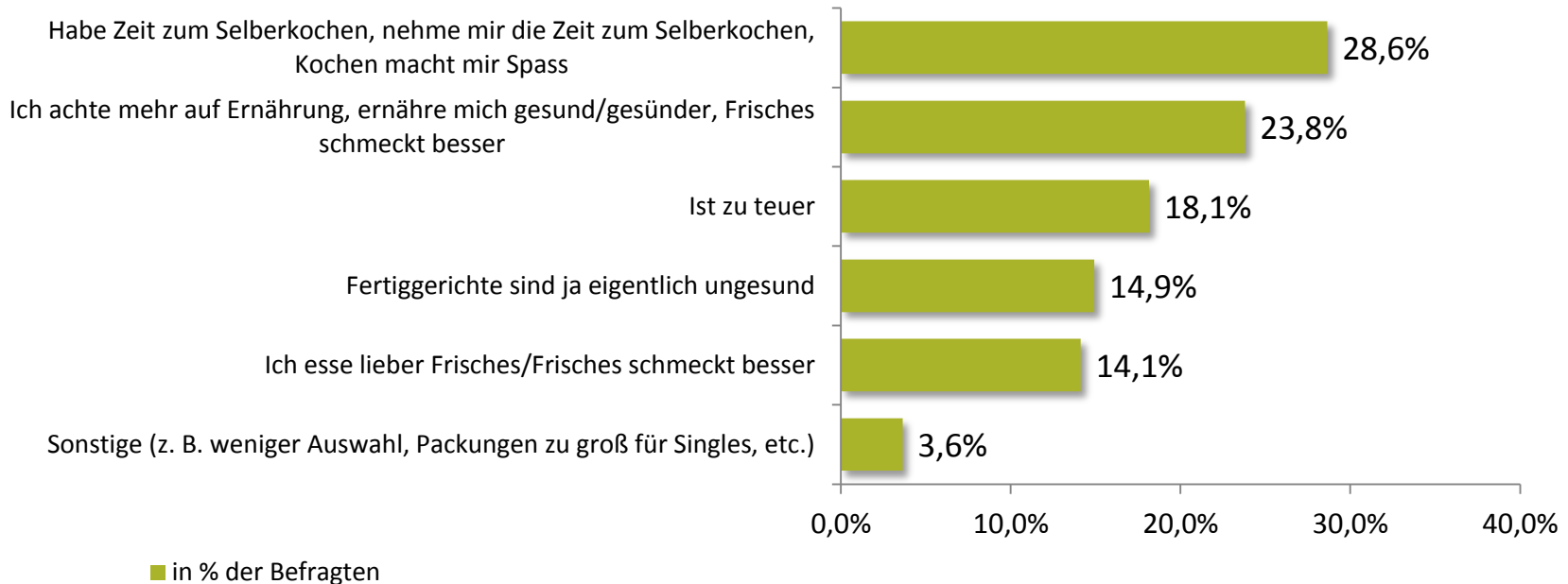
Kommentar

- Mehr als jede (r) Dritte würde eine Ampelkennzeichnung auch zum entscheidenden Kriterium bei seiner/ihrer Kaufentscheidung machen

Der häufigste Grund, den Konsum an Fertiggerichten zurückzuschrauben, ist die Lust am Selberkochen

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Warum kaufen bzw. essen Sie weniger Fertiggerichte? Bitte nennen Sie uns Ihre Gründe (Offene Nennungen) Alle Befragte, die weniger Fertiggerichte kaufen bzw. essen n=248



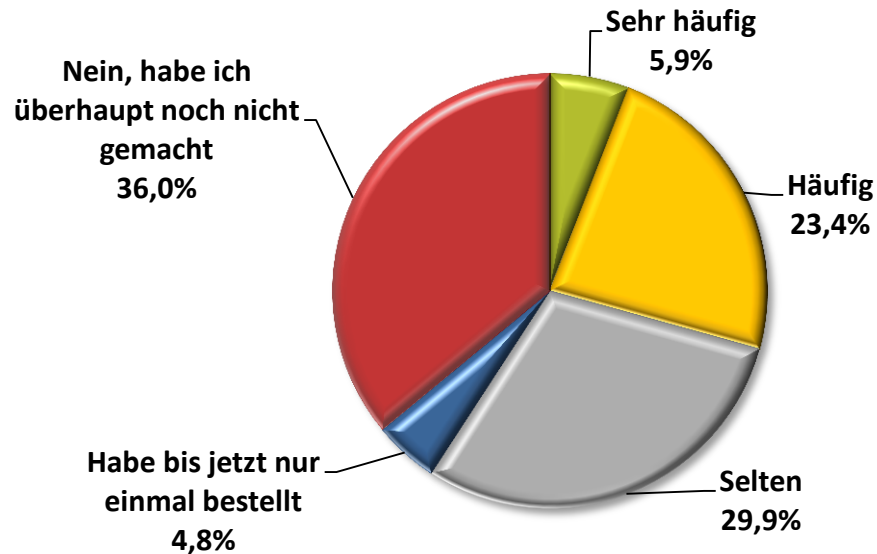
Kommentar

- Gesteigertes Ernährungsbewußtsein ist der zweithäufigste Grund, keine oder weniger Fertiggerichte zu essen

Knapp ein Drittel der Befragten (29,3 %) bestellt Essen bzw. fertige Gerichte oft oder sogar sehr oft über einen Lieferservice

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Haben Sie schon Essen bzw. fertige Gerichte über einen Lieferservice bestellt? n=1.000



Angaben in %

Kommentar

- Die Antworten auf diese Frage teilen sich auf drei annähernd gleich große Gruppen auf: knapp 1/3 bestellt Essen über Lieferservice häufig/sehr häufig, 1/3 tun das selten bzw. haben es erst einmal getan und gut ein Drittel hat überhaupt noch niemals bestellt

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Bereiche zu Fertiggerichten

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018

Ausweis mit folgenden Soziodemografien

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

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

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1.000 Euro / 1.000-1.999 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

Beruf:

berufstätig / nicht berufstätig

Familiengröße/-verhältnisse:

1 Personen-Haushalte (HH) / 2 Pers.-HH / 3-Pers.-HH / 4 Pers.-HH + mit Kindern / ohne Kinder



Trend Evaluation liefert klare Insights und verbessert die Interaktion mit Kunden

Trend Evaluation Consumer Insights Fertiggerichte 2018



- Die Ergebnisse der Consumer Insights „Fertiggerichte 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 der Studie 2014 und 2016 ist:
5.200,- 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 31.07.2018

- Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2016 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten

Trend Evaluation Kontakt

Bei weiteren Fragen zu den Consumer Insights Fertiggerichte 2018 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

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.