



Trend Evaluation - Shopper Insights Getränke
Getränkeabholmärkte (GAM-Studie 2018)

Ergebnisse und Inhalte

Getränkeabholmärkte im Wandel

Ausgangssituation

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018



Für viele regionale Getränkehersteller ist der GAM eine wesentliche Vertriebschiene, doch die Getränkeabholmärkte geraten durch den LEH und die Discounter sowie durch die zunehmende Digitalisierung und den E-Commerce unter Druck.

Die Randsortimente in Getränkeabholmärkten wie Sekt/Wein, Spirituosen, Säfte, Food-Artikel und Non-Food usw. haben sehr unterschiedliche Anteile innerhalb der einzelnen Getränkeabholmärkte und sind meist nicht strukturiert genug, um mit der Konkurrenz aus dem LEH oder den Discountern mithalten zu können.

Wo sind die Potenziale für neue Sortimente bzw. bestehende Sortimente bei Getränkefachmärkten und wie beurteilen die Shopper die Getränkefachmärkte als Einkaufsstätte für Getränke und andere bzw. neue Sortimente?

Diese und weitere Fragen haben die aktuellen Shopper Insights von mafowerk untersucht. Es wird der Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Vermarktungsfaktoren: „**POS • Sortiment • Shopper**“ gezeigt - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in Getränkefachmärkten.

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Kauf In Getränkeabholmärkten transparent und zeigt Potenziale und Chancen auf

Fragenprogramm Auszug

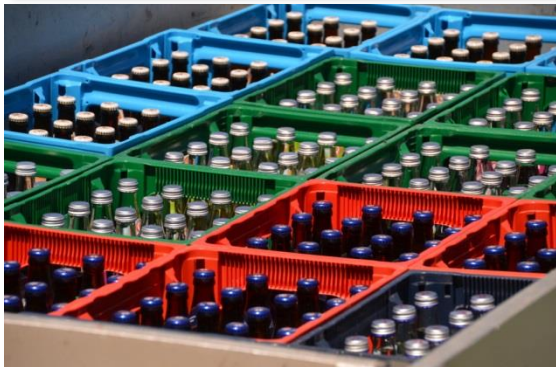
Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

POS-Vermarktung



Shopper

Sortiment



- Wer kauft in GAM? Warum wird gekauft?
- Zu welchen Anlässen wird gekauft?
- In welchen Sortimenten wird wie oft gekauft?
- In welchen Sortimenten wird nicht gekauft?
- Warum wird nicht in diesen Sortimenten gekauft?
- Wie wird die Tiefe und Breite der Sortimente beurteilt?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Welche Sortimente bzw. ergänzende Angebote werden zusätzlich gewünscht?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse für einzelne Sortimente?
- Wie kommen die Sortimente in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Wie informiert sich der Kunde?
- Welches Potenzial bietet der Bereich Online-Shopping?
- In welchen GAM-Ketten wird gekauft?
- Wie werden die Konzepte der GAM-Ketten beurteilt?
- Nach welchen Kundentypologien kann man GAM-Shopper einordnen?

Trend Evaluation steht für eine Gewinnung repräsentativer Ergebnisse

Studiendesign

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Gegenstand

Methode

Ergebnisse

Bericht

- Erkenntnisse zur Beurteilung des Einkaufs in Getränkeabholmärkten.
- Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche
- Repräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von **2.000** deutschen Verbrauchern, die in Getränkeabholmärkten einkaufen
- Auswertung für Deutschland gesamt sowie nach:
 - Altersklassen, Geschlecht
 - Einkommen
 - Haushalte mit und ohne Kinder
 - Regionen (Bundesländer)
- Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen, Ergebnisinterpretationen und Handlungsempfehlungen

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien, um die Ergebnisse transparenter zu machen

Soziodemografien

Trend Evaluation Getränkeabholmärkte 2018

Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

Jahre 16-24 / 25-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1999 Euro / 2000-2999 Euro / 3000-3999 Euro /
4000 Euro und mehr

HH-Größe:

1-Personen HH / 2-Personen-HH / 3-Personen-HH /
4-Personen u. m.

Gebieten:

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

Gemeindegröße:

Großstadt / Mittelstadt / Kleinstadt / Landgemeinde



Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

Studienaufbau

Trend Evaluation Getränkeabholmärkte 2018

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens in Getränkeabholmärkten

- **Vorgehensweise**

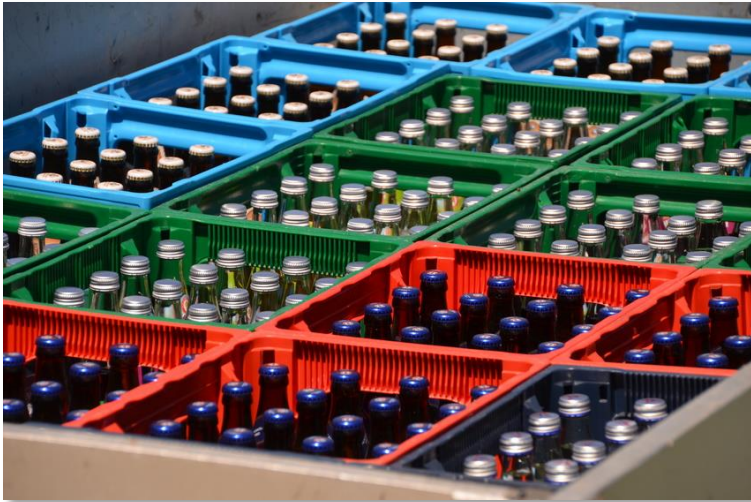
- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 2.001 Interviews
- Screening: Verbraucher, die in Getränkeabholmärkten einkaufen
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

- **Erhebungszeitraum**

- 27.08.2018 (Feldstart)
- 03.09.2018 (Feldende)

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Getränkeabholmärkte 2018



25 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
6 Seiten aussagekräftige Insights
160 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele:

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Getränkeabholmärkte 2018

Seiten

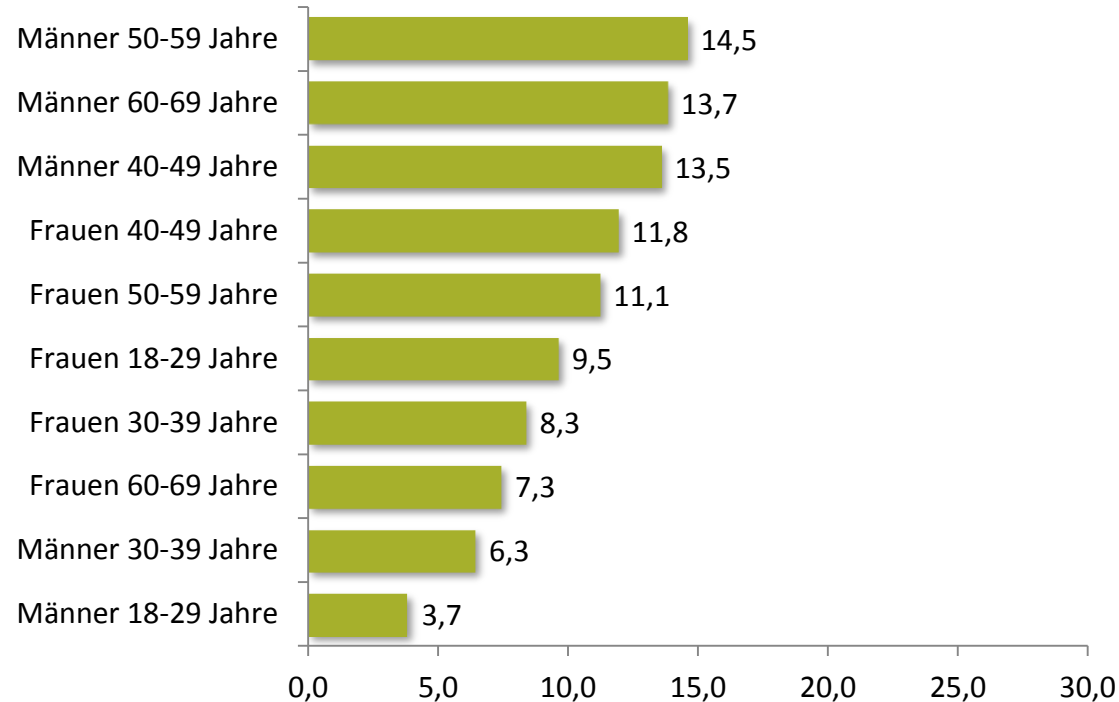
1.	Wie häufig und wie viel wird konsumiert?	47-64
2.	Einkaufsverhalten	65-83
3.	Für welche Anlässe wird im GAM gekauft?	84-90
4.	Was wird im GAM wie häufig gekauft?	91-110
5.	Beurteilung der Auswahl und der Vielfalt des Angebotes im GAM	111-139
6.	Begriffsassoziationen zum GAM	140-143
7.	Wie werden Käufer aufmerksam?	144-160
8.	Was ist für den Kauf im GAM wichtig?	161-166
9.	In welchen GAM wird gekauft?	167-173
10.	Wie werden die besuchten GAM allgemein/nach Kriterien beurteilt?	174-186
11.	Generelle Beurteilung der GAM als Einkaufsstätte	187-195
12.	Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten	196-214

(„GAM“ = Getränkeabholmärkte)

Männer ab 40 Jahren sind die Hauptbesuchsgruppe in den Getränkeabholmärkten

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Wer kauft in Getränkemärkten bzw. Getränkeabholmärkten? n=2.001



Angaben in %

Kommentar

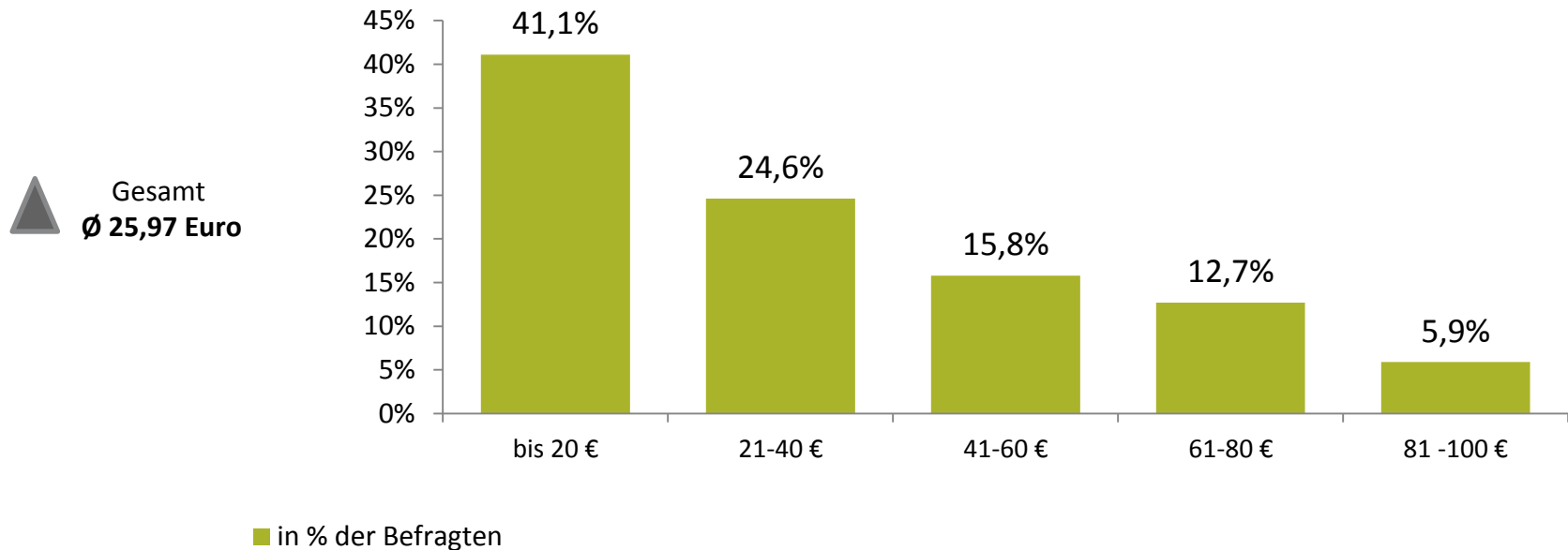
- Männer im Alter von 50 bis 59 Jahren besuchen die Getränkemärkte am meisten
- Auffallend ist, dass in der jungen Zielgruppe der 18 bis 29jährigen die Frauen die Getränkemärkte fast 3x stärker aufsuchen als Männer der gleichen Altersklasse

Bis 20 Euro wird von den meisten Befragten für Getränkemarkte budgetiert

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Stellen Sie sich vor Sie haben ein Budget von 100 € im Monat für Getränke zur Verfügung. Wie verteilen sich diese auf die folgenden Einkaufsstätten? n=2.001

Im Getränkemarkten bzw. Getränkeabholmärkte (z. B. Trinkgut, Fristo, Zisch, Toom Getränkemarkt usw.)



Kommentar

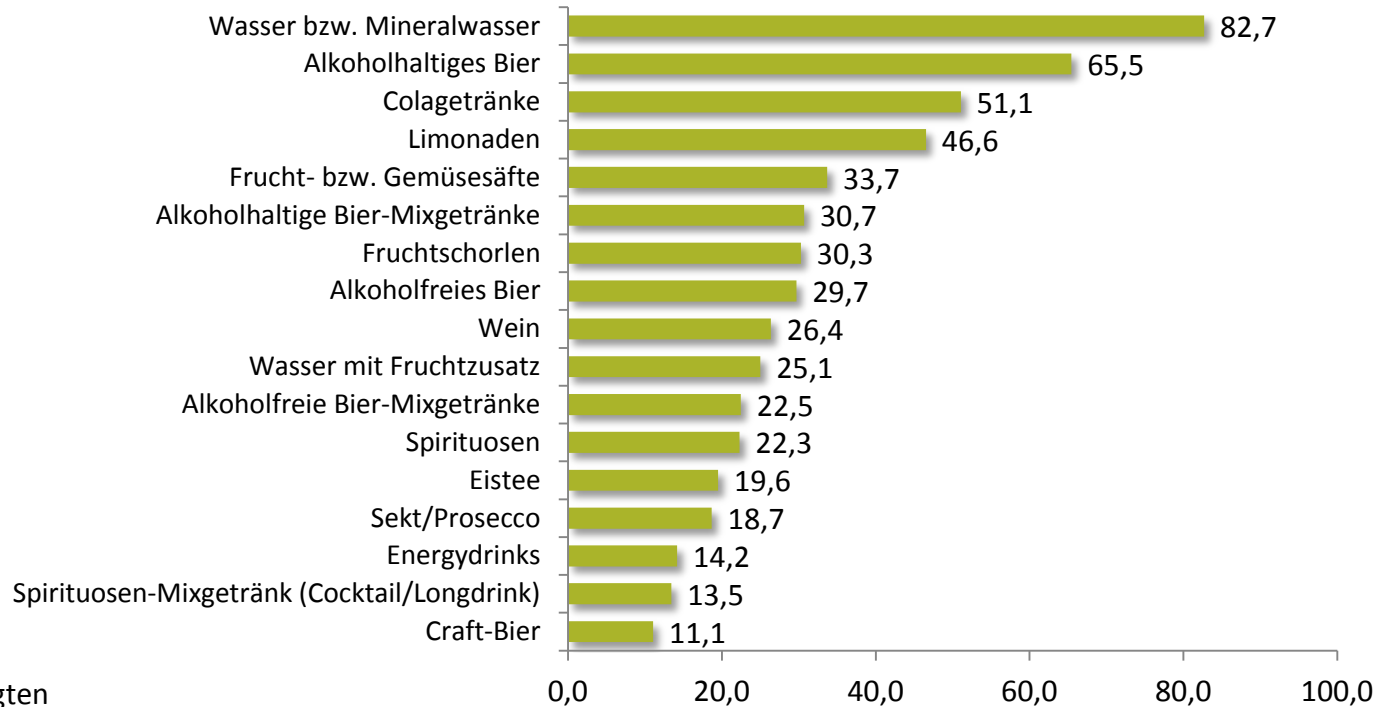
- Die häufigste Ausgabenklasse mit 41 % aller Befragten liegt im Bereich bis 20 Euro, fast jeder Vierte budgetiert hier sogar zwischen 21 und 40 Euro
- Nur 5,9 % budgetieren mehr als 80 Euro für Getränkemarkte

Mineralwasser dominiert beim Getränkekauf in Getränkemarkten

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Welche Getränke kaufen Sie in Getränkemarkten bzw. Getränkeabholmärkten?

Top 2 Boxes „sehr oft/ oft“ gesamt n=2.001



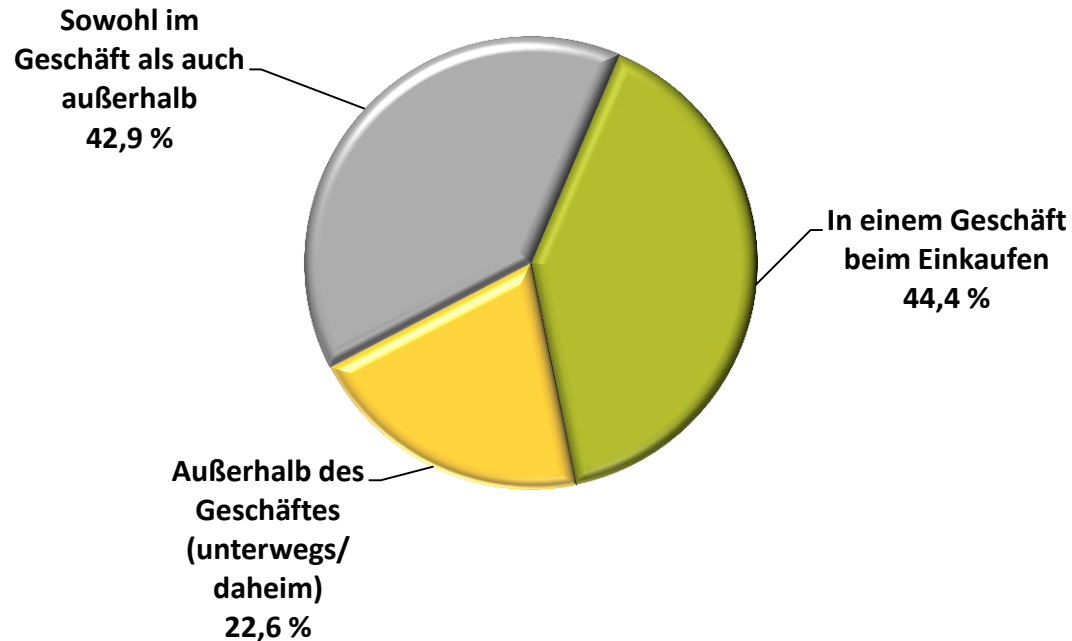
Kommentar

— Bier (alkoholhaltig) steht mit 65 % auf Platz 2 und Craft-Bier an letzter Stelle

Fast jeder Zweite wird erst beim Einkaufen auf Angebote von Getränkemärkten aufmerksam

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Wie werden Sie hauptsächlich auf Angebote von Getränkemärkten bzw. Getränkeabholmärkten aufmerksam?
(Mehrfachnennungen möglich) n=2.001



Angaben in %

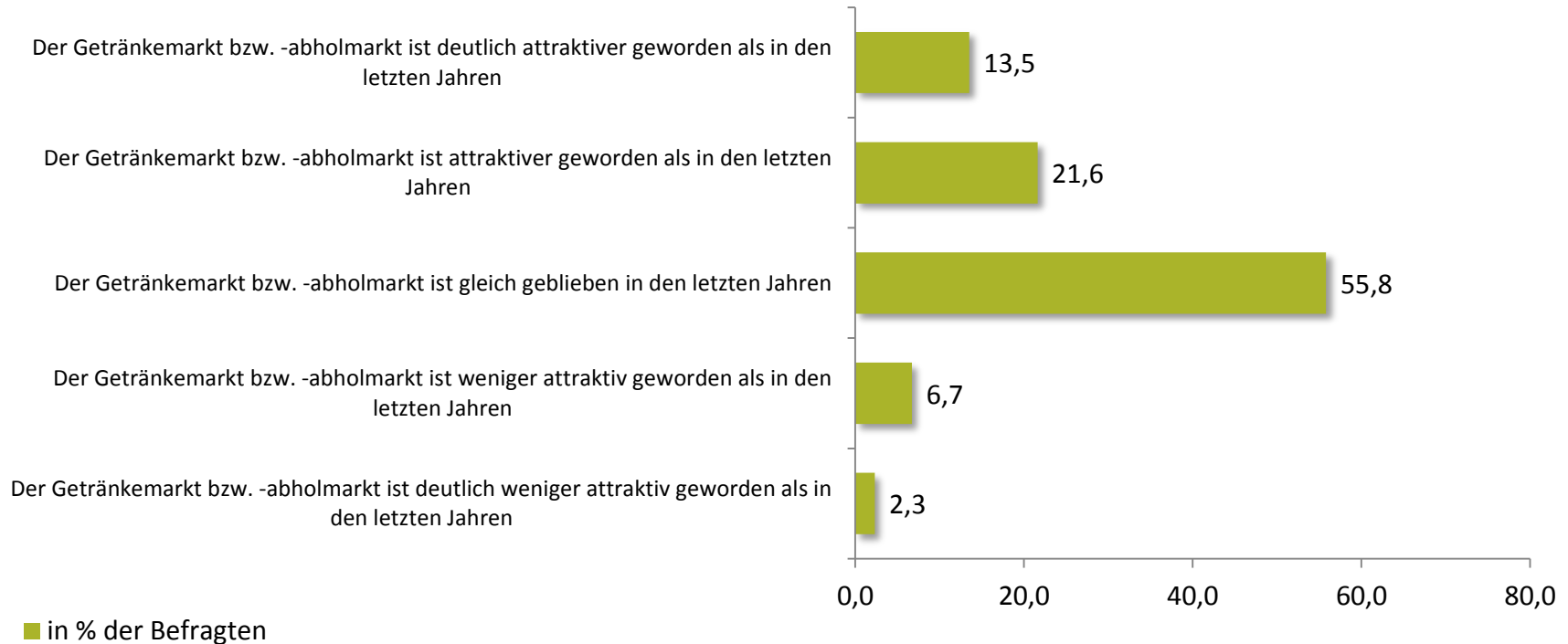
Kommentar

- 44,4 % werden erst beim Einkaufen auf Angebote von Getränkemärkten aufmerksam, gut 40 % nehmen sowohl außerhalb als auch im Geschäft Angebote wahr
- Angebotsimpulse nur außerhalb des Geschäftes haben nur 22,6 % auf dem Radarschirm

Immerhin 35,1 % der Befragten sind der Meinung, daß der Getränkemarkt heute attraktiver ist als noch vor einigen Jahren

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Wie hat sich Ihrer Meinung nach der Getränkemarkt bzw. Getränkeabholmarkt in den letzten Jahren allgemein in Bezug auf seine Attraktivität entwickelt? n=2.001



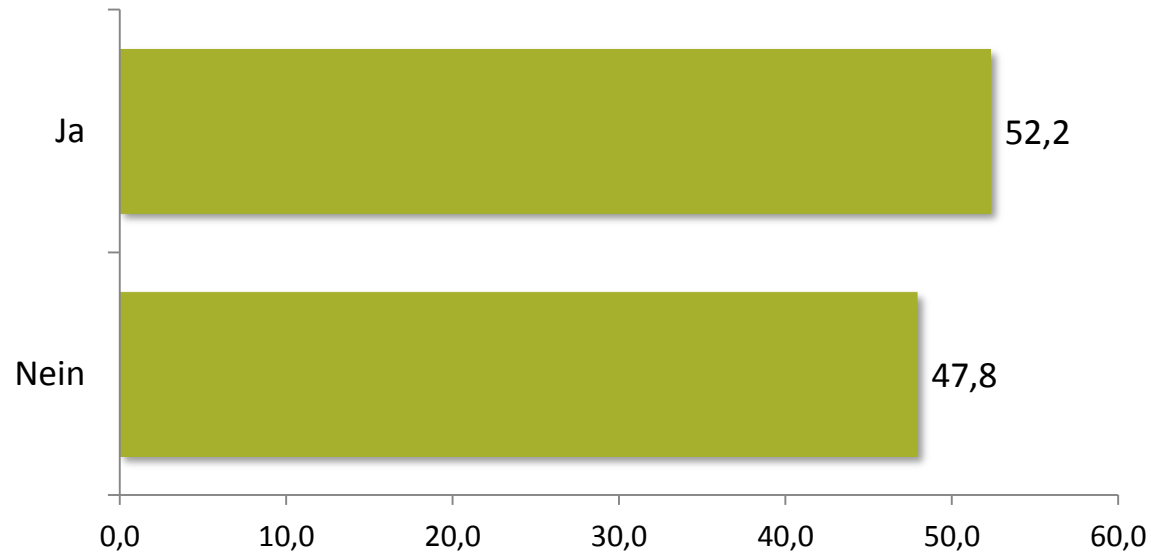
Kommentar

— Auch wenn die Mehrheit von 55,8 % keine Veränderung(en) wahrgenommen hat

Bei Loyalitätsprogrammen gibt es noch Potenzial: jeder Zweite nutzt derzeit bereits Kundenkarten, Treuepunkte oder Payback

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018

Nutzen Sie Loyalitäts-Programme (z. B. Kundenkarten, Treuepunkte, Payback) bei einem Einkauf im Getränkemarkt bzw. -abholmarkt? n=2.001



Angaben: Mittelwerte in %

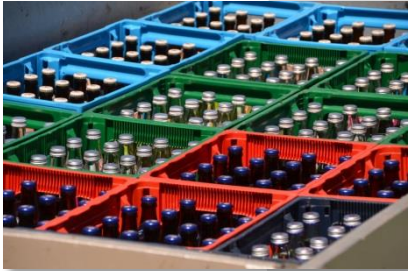
Kommentar

— Knapp jeder zweite (47,8 %) nutzt diese nicht

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar

Trend Evaluation Shopper Insights Getränkeabholmärkte 2018



- Die Ergebnisse der Shopper Insights „Getränkabholmärkte“ können Sie bestellen:

per Fax, per Telefon oder per Email

- Das Honorar für die Studie ist:

- **4.200,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)

Die Ergebnisse der Consumer Insights 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 Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 31.12.2018

Kontakt - gerne stehen wir für Ihre Fragen zur Verfügung

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.
Sie können uns jederzeit erreichen, per email oder telefonisch

Adresse

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12
90768 Fürth
www.mafowerk.de

Ansprechpartner

Heiko Leipold

Tel.: 0911-2001-842
Mobil: 0151-1481-7046
Email: leipold@mafowerk.de

Ansprechpartner

Peter Mahn

Tel.: 0911-2001-841
Mobil: 0151-1481-7045
Email: mahn@mafowerk.de

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.