



**Trend Evaluation** - Consumer Insights Food  
**SB-Brot und -Backwaren • STUDIENINHALTE**  
Tiefgekühlt - SB-Regal - Backstation - Pre- und ready baked

**Potenziale • Kaufverhalten • Substitution**

# Für fast jeden zweiten Käufer ist das Vorhandensein einer Back-Station ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

## Ausgangssituation

### Trend Evaluation SB-Brot und -Backwaren im LEH

**„Bei der Wahl meiner Einkaufsstätte bei Lebensmittelmärkten ist das Angebot an Back-Stationen .....“**



Mit rund 4 Mrd. Euro Umsatz haben die LEH-Geschäfte (inkl. Discounter) fast 50 % des Anteiles an den Verbrauchsausgaben für Brot und Backwaren.

Neben den SB-Regalen und Prebacked-Produkten sorgen auch rund 15.000 Backstationen für die Bedarfsdeckung der Shopper: für rund 41 % der Käufer an Back-Stationen war bereits 2015 das Vorhandensein einer Back-Station ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte und 43 % der LEH-Käufer kauften bereits „sehr häufig“ an Backstationen.

1)

- Wie haben sich die Angebote der Backstationen des LEH aus der Sicht des Shoppers im Vergleich zu 2013 und 2015 entwickelt?
- Welche Brot- und Backwaren werden wo gekauft?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?

In einer Neuauflage der **Trend Evaluation** Consumer Insights von 2013 und 2015 hat mafowerk diesen Markt auf seine Tragfähigkeit und die Möglichkeiten von weiteren Wachstumfeldern hin untersucht.

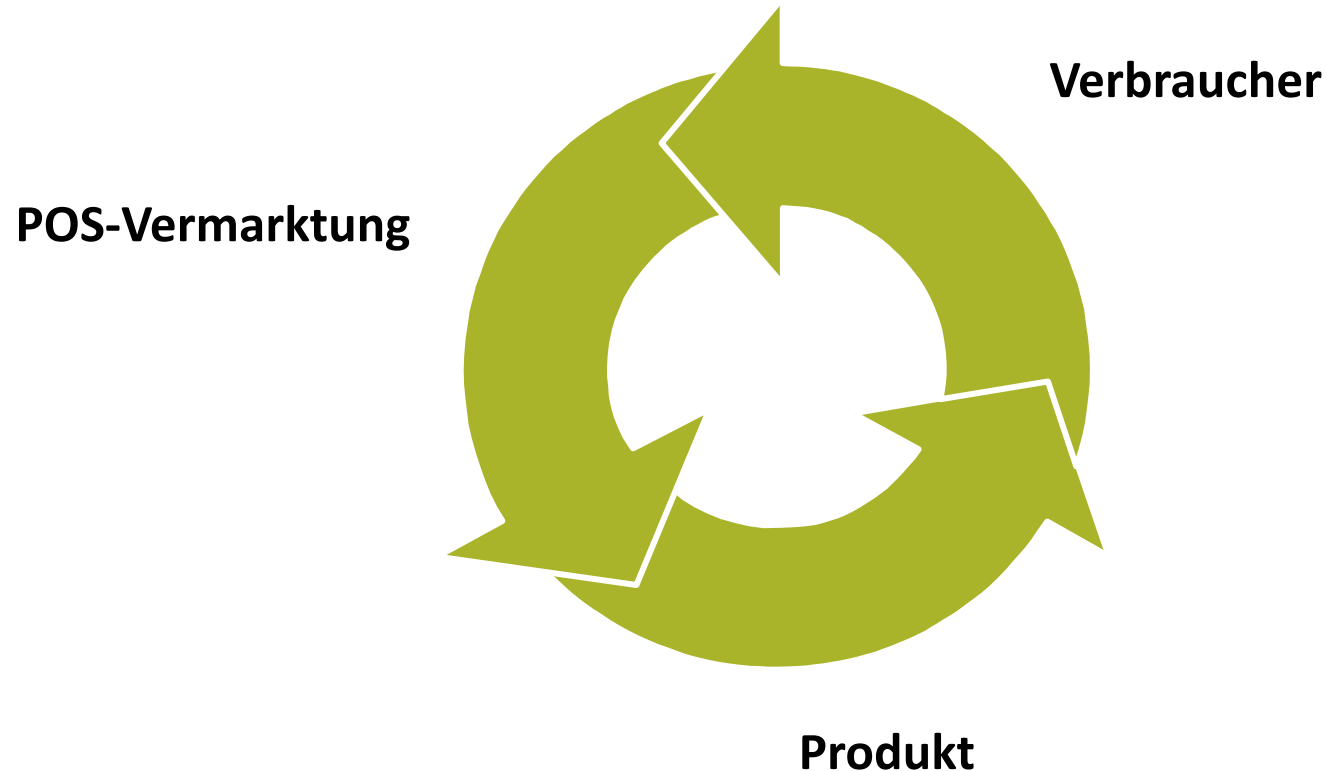
1) Quelle: mafowerk Consumer Insights „Brot- und Backwaren 2015“

# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Brot- und Backwaren

---

Ausgangssituation

**Trend Evaluation** SB-Brot und -Backwaren im LEH



# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Brot und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

## Fragenprogramm /1

### Trend Evaluation SB-Brot und -Backwaren im LEH



## Produkt und Marke

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse?
- Welcher gesundheitliche Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Wie stark ist das Potenzial von SB-Ware (fertig, teilfertig)?
- Welche Marken sind bekannt?
- Welche neuen oder zusätzlichen Sortimente werden an Backstationen gewünscht welche alten werden akzeptiert oder abgelehnt?



## Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man die Käufer einordnen?
- Zu welchen Anlässen wird wo gekauft?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen und wie haben sich diese seit 2013 entwickelt?
- Wie hoch ist die Substitution innerhalb der Angebotsformen (anlassbezogen oder dauerhaft)?
- 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?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Brot und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

## Fragenprogramm /2

### Trend Evaluation SB-Brot und -Backwaren im LEH

POS-Vermarktung



## POS-Vermarktung



- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Brot- und Backwaren im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Wie werden zusätzliche Serviceeinrichtungen an Backstationen bewertet?
- Wie werden die verschiedenen Backstationen-Konzepte der Einzel-Accounts bewertet im Vergleich zu 2013 und 2015?
  - nach Warenpräsentation
  - nach Frische/Geschmack
  - nach Auswahl
  - nach Preis-/Leistungsverhältnis

# Kerninhalte

---

- **Wer kauft? Wo? Wann? - Tiefgekühlt - SB-Regal - Backstation - ready baked**
- **Einkaufshäufigkeiten**
- **Budgetverteilung auf die Angebotsformen**
- **Image der Back-Stationen aus der Sicht der LEH-Käufer**
- **An welchen Back-Stationen wird gekauft?**
- **Wie werden die verschiedenen Handels-Konzepte bewertet?**
  - **Warenpräsentation - Frische/Geschmack - Auswahl - Preis-/Leistungsverhältnis**
- **NEU: Optimale Regalgestaltung einer Backstation? Anzahl der Ebenen, Produktanordnung nach:**
  - **Brötchen, Brot, Salzige Snacks, Süße Backwaren, Vegane bzw. glutenfreie Backwaren**
- **Einkaufsverhalten Back-Station versus andere Angebotsformen**
- **Plankauf oder Spontankauf? Auswahl-, Kaufentscheidungskriterien**
- **Wie kommen SB-Backwaren am POS in das relevant set des Käufers?**
- **Einkaufsverhalten von Snack-Produkten süß/salzig**
- **Qualitätsbeurteilung der Marken versus Handelsmarken**
- **NEU: Informationsverhalten - Wie werden Verbraucher auf Brot-/Backwaren aufmerksam?**
- **Wünsche der Konsumenten**

27 Seiten fundierte Kernaussagen sowie  
5 Seiten aussagekräftige Insights  
190 Seiten klar kommentierte ppt-Charts  
für Einzelergebnisse - ready to use

# Studienaufbau

---

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Brot- und Backwaren (Brot, Brötchen/Semmeln)

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.011 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Brot- bzw. Backwaren kaufen und bereits an Back-Stationen des LEH kaufen bzw. gekauft haben
- 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: 25.04.2017
- Feldende: 02.05.2017

Einige ausgewählte Beispiele:



➔ **Back-Stationen**

➔ **SB-Regal**

➔ **Tiefkühltruhe/-regal**

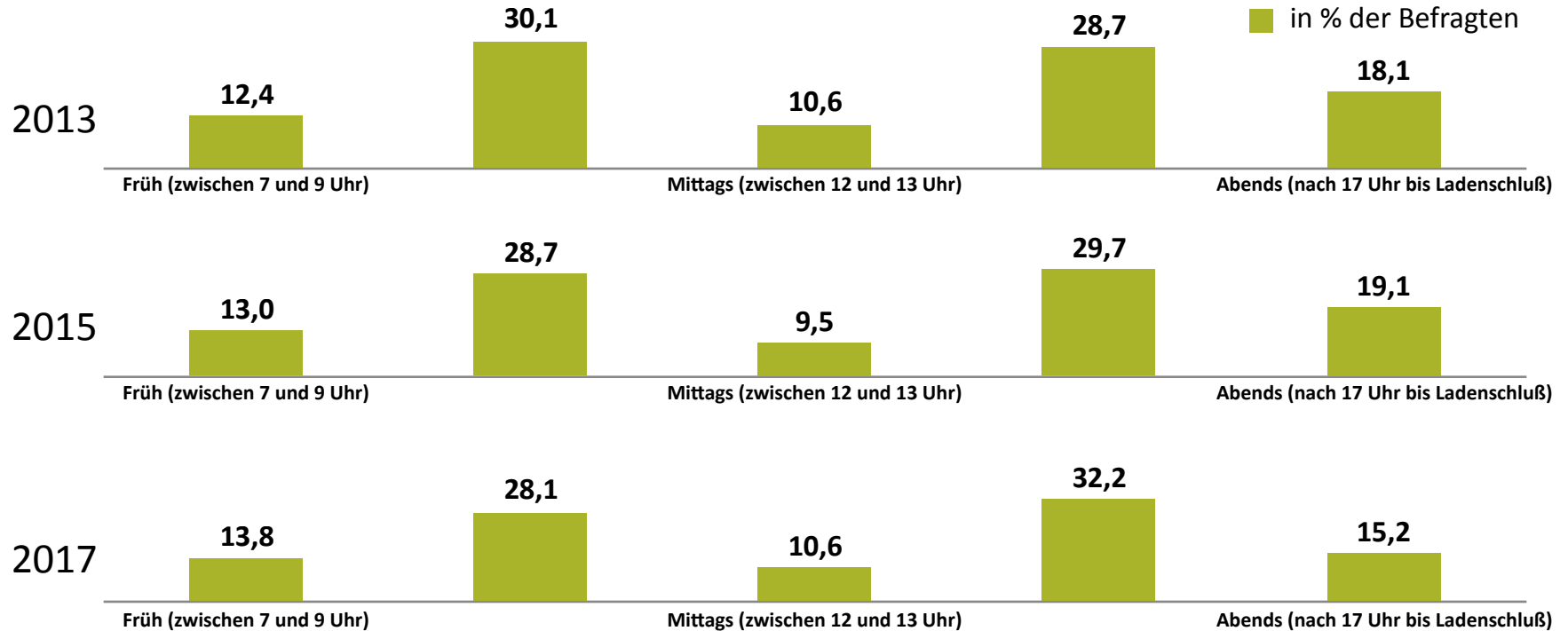


# Die Einkaufszeiten ändern sich bei Brot und Backwaren an Back-Stationen im Zeitvergleich nicht signifikant



**Trend Evaluation** Consumer Insights SB Brot- und Backwaren im LEH

Zu welcher Tageszeit kaufen Sie bevorzugt an Back-Stationen in Lebensmittelgeschäften (Supermärkten/Discountern) Backwaren (Brot, Brötchen/Semmeln) ein? n=1.011\*



## Kommentar

Allenfalls lässt sich ein leichtes Wachstum der Nachmittagseinkäufe feststellen

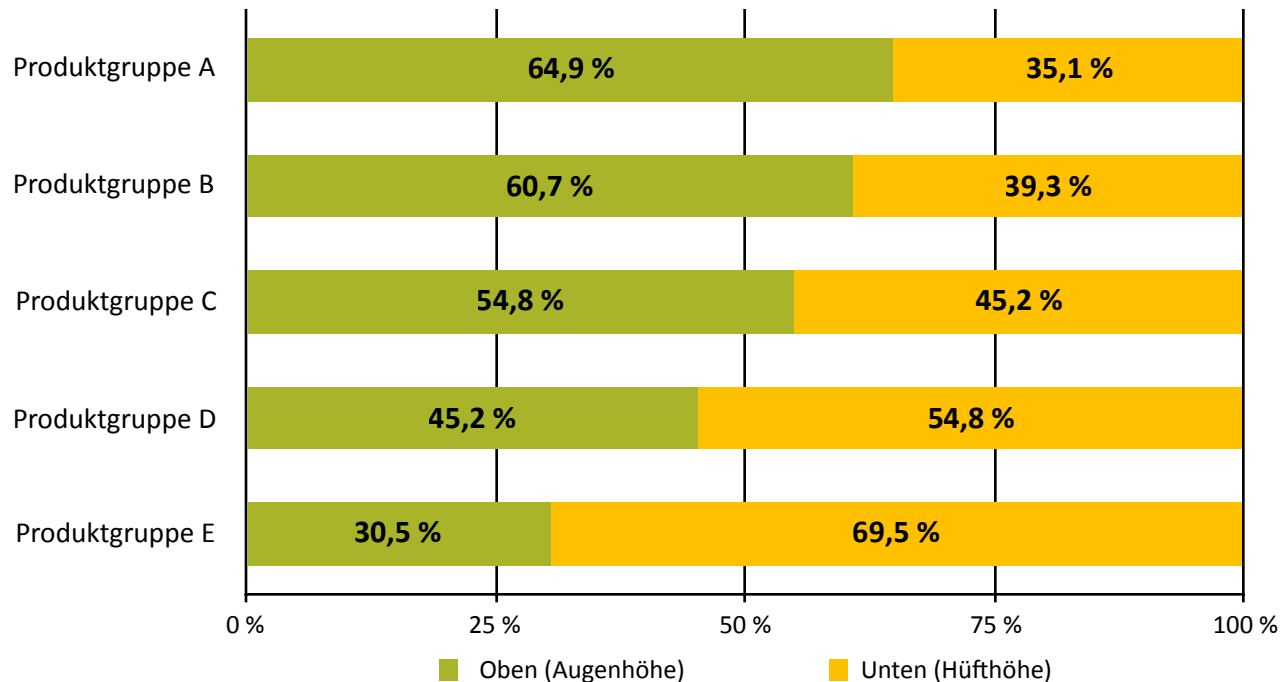
\*: Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/sehr häufig oder ausschließlich kaufen

# Bei zwei Ebenen sollte Produktgruppe A „oben“ präsentiert werden....

**Trend Evaluation** Consumer Insights SB Brot- und Backwaren im LEH

Wie würden Sie die Angebote an einer Back-Station für Produkte anordnen? Denken Sie sich ein Regal mit zwei Ebenen, eine oben (in Augenhöhe) und eine unten (in Hüfthöhe)? Basis: Alle Befragte, die zwei Regal-Ebenen präferieren

(Daten anonymisiert. Abgefragt: Brötchen/Semmeln, Brot, Salzige Snacks, Süsse Backwaren, Vegane bzw. glutenfreie Backwaren)



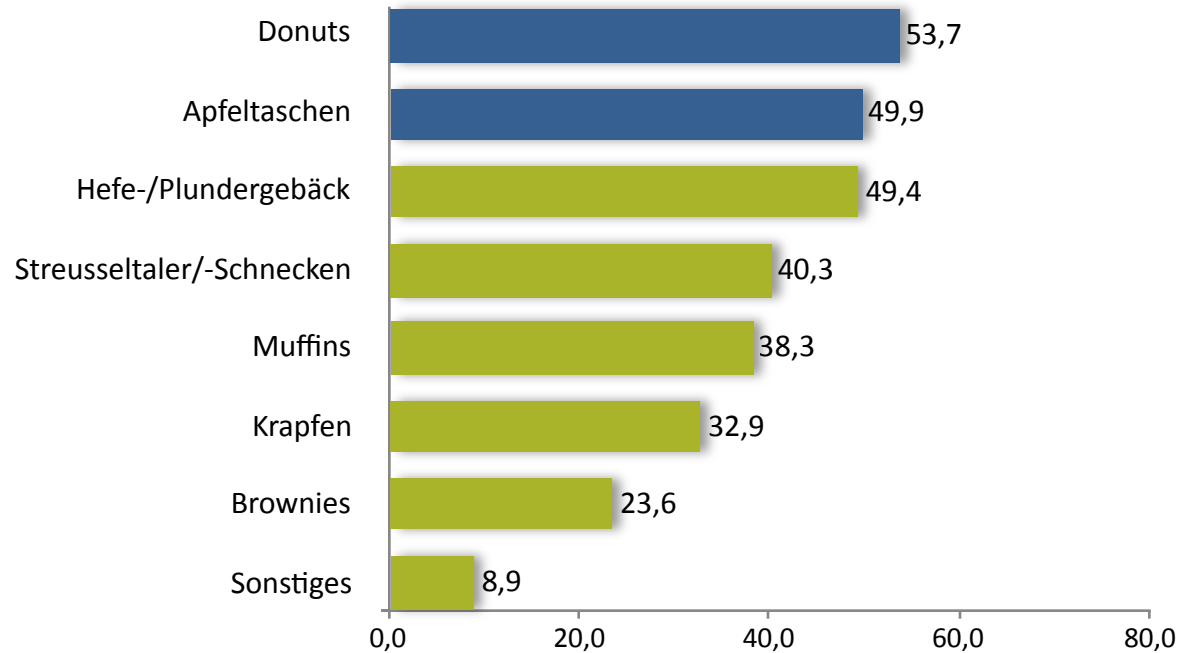
## Kommentar

- ..... zusammen mit der Produktgruppe B und C
- Während Produktgruppe D und E nach unten kann

# Donuts sind die beliebtesten süßen Gebäckstücke beim Kauf im Lebensmittelgeschäft

Trend Evaluation Consumer Insights SB Brot- und Backwaren im LEH

Welche süßen Gebäckstücke kaufen Sie in Lebensmittelgeschäften? (Mehrfachnennungen möglich) n=806\*



Angaben in %

## Kommentar

- Aber auch Apfeltaschen, Hefegebäck und Streuseltaler/-Schnecken werden von fast jedem zweiten Kunden gekauft
- Krapfen und vor allem Brownies sind weniger gefragt

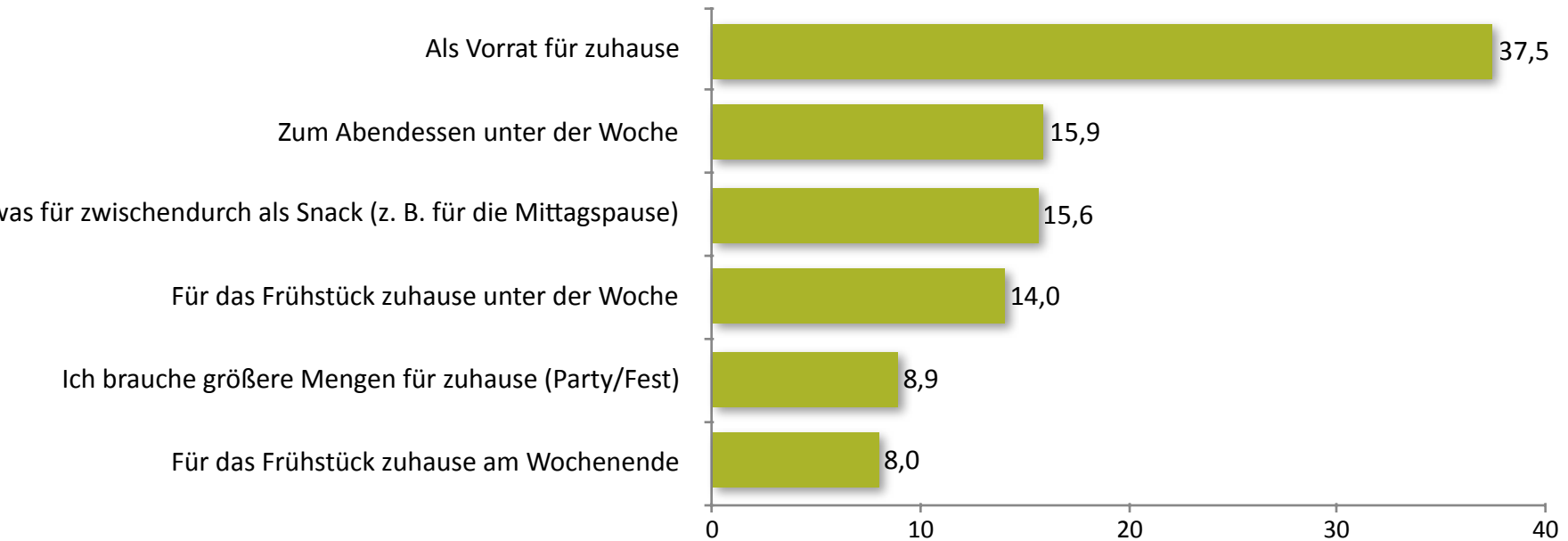
\*: Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche süße Gebäckstücke kaufen

# Am Selbstbedienungsregal im Supermarkt kauft man in erster Linie Bedarf auf Vorrat

**Trend Evaluation** Consumer Insights SB Brot- und Backwaren im LEH

Ordnen Sie bitte den einzelnen Angebotsformen jeweils den Kaufanlass zu, welcher Ihrer Meinung nach am besten für die jeweilige Angebotsform passt. n=1.011

Am Selbstbedienungs-Regal im Supermarkt (abgepackte Backwaren, nicht zum Fertigbacken)



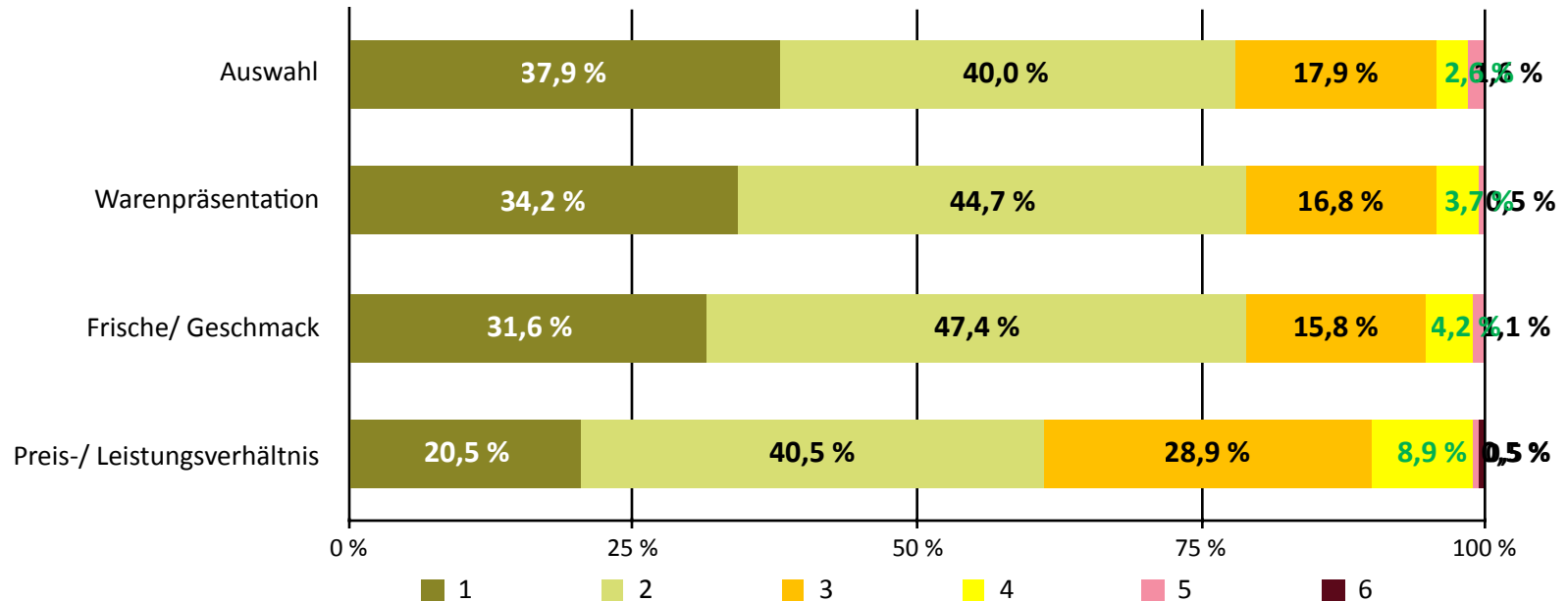
## Kommentar

37,5 % der Befragten sehen den Kaufanlass für den Kauf im SB-Regal im Supermarkt in der Bevorratung für zuhause (Basis: abgepackte Backwaren, nicht zum Fertigbacken)

# Die „Handelsschiene X“ punktet mit Auswahl

**Trend Evaluation** Consumer Insights SB Brot- und Backwaren im LEH

Wie würden Sie zusammenfassend die Back-Stationen in den von Ihnen genannten Lebensmittelmärkten für folgende Kriterien beurteilen? Bitte vergeben Sie Schulnoten von 1 bis 6 (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)



## Kommentar

Das subjektive Kriterium „Frische/Geschmack“ wurde allerdings in 2015 bei der Handelsschiene x deutlich besser bewertet als in 2017

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche im jeweiligen Lebensmittelgeschäft kaufen

# Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

## Honorar

### Trend Evaluation SB-Brot und -Backwaren im LEH



- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Brot- und Backwaren 2017“ können Sie ab sofort bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die aktuelle Consumer Insights ist:  
**3.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten 2013 und 2015 ist:  
**4.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse der Studie liegen vor und können innerhalb von zwei Arbeitstagen nach Auftragserteilung 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](http://www.mafowerk.de/impressum)

\* Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2015 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten

## 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**

Georg-Zorn-Str. 37  
90765 Fürth  
[www.mafowerk.de](http://www.mafowerk.de)

### Ansprechpartner

#### **Heiko Leipold**

Tel.: 0911-2001-842  
Mobil: 0151-1481-7046  
Email: [leipold@mafowerk.de](mailto:leipold@mafowerk.de)

### Ansprechpartner

#### **Peter Mahn**

Tel.: 0911-2001-841  
Mobil: 0151-1481-7045  
Email: [mahn@mafowerk.de](mailto:mahn@mafowerk.de)

**mafo**werk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.