



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

**Studieninhalte**

# Trend Evaluation Quarkprodukte - neue Zielgruppen identifizieren und neues Wachstum generieren

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

Der Markt für Quarkprodukte ist in Bewegung gekommen, neue Konzepte und geänderte Verbrauchergewohnheiten sorgen für neue Herausforderungen. So legen immer mehr Verbraucher Wert auf eiweißreiche Produkte: der Umsatz für Weiße Linie-Produkte mit hohem Eiweißgehalt verdoppelte sich auf 76 Mio Euro. <sup>1)</sup>

Auch bei Quark drängen verstärkt eiweißreiche Produkte auf den Markt. Auf der anderen Seite stehen Natürlichkeit und Einfachheit weiterhin stark in der Gunst der Verbraucher.

- Wie belastbar ist die Tragfähigkeit der Quark-Trends?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?
- Wie stark sind die Marken?

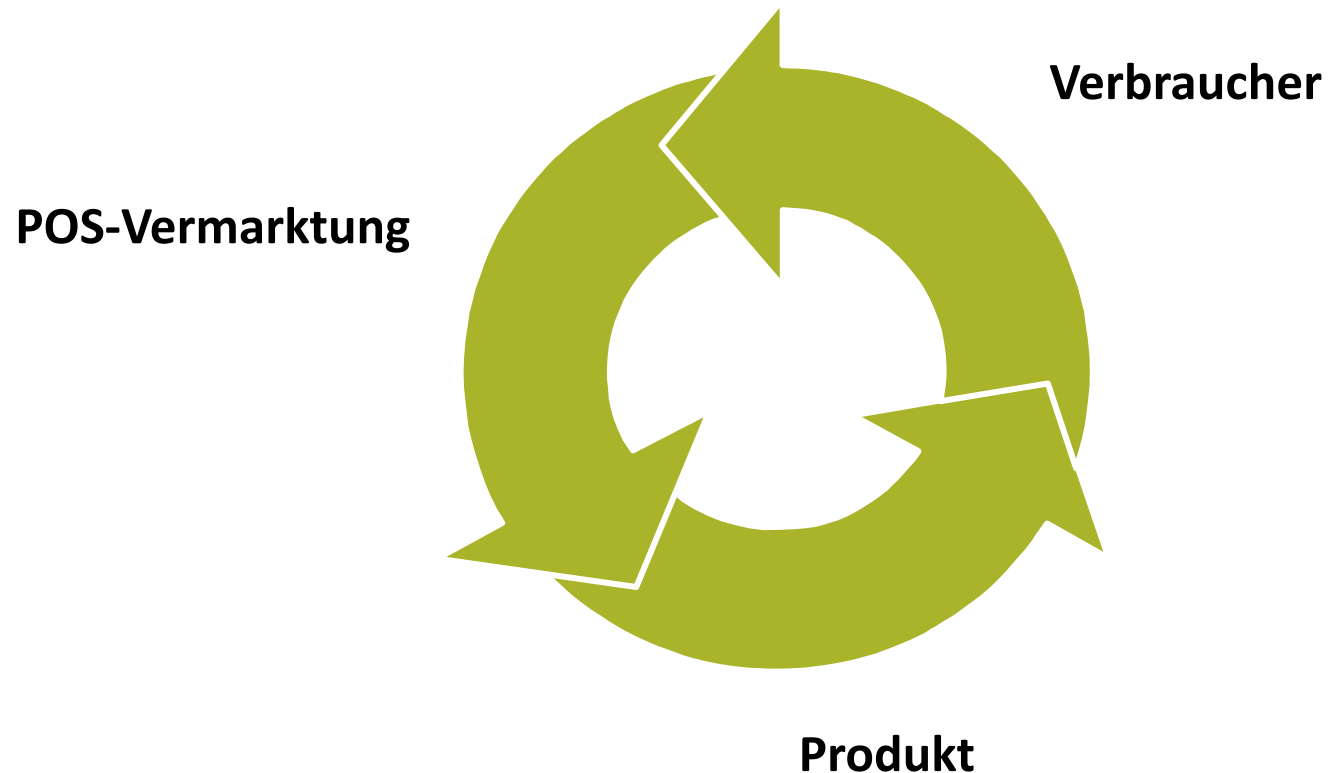
Die **Trend Evaluation** Studie „Quark 2018“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS - Produkt - Konsument**“ und hat die Entwicklungspotenziale untersucht - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Wachstumswarengruppe.

<sup>1)</sup> Quelle: GfK in Lebensmittelpraxis, 02.11.2017



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

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018



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

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018



## Thema: Consumer



- Nach welchen Kundentypologien kann man Quark-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie ist die Einstellung zum Nahrungsmittel Quark?
- 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 Quark transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018



## Thema: Produkt



- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Fettgehalt, 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), welche Marken werden gekauft?
- Wie stark beeinflusst das Nachhaltigkeits-Image des Herstellers den Kauf oder Nicht-Kauf?

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

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 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 Quark am POS aus Sicht der Shopper Sinn?
- Wonach bzw. wie sollten Quarks 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 Quark sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



# Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

---

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

- **Hintergrund der Studie**

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

- **Vorgehensweise**

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

- 18.01.2018 (Feldstart)
- 23.01.2018 (Feldende)

# Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail - Sektionen

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

		Seiten
1.	Wie häufig und wie viel wird gekauft / konsumiert?	39-50
2.	Welche Quarkarten werden konsumiert? Zu welchen Anlässen?	51-72
3.	Verwendungsverhalten und Einstellung zu Quark	73-98
4.	Was ist für den Kauf wichtig? Wo wird gekauft?	99-116
5.	Special: Proteinprodukte	117-128
6.	Präferenzen bei Packungsgrößen	129-136
7.	Wie werden Käufer aufmerksam?	137-146
8.	Plan- oder Spontankauf?	147-155
9.	Beurteilung der Situation am POS	156-162
10.	Markenbekanntheiten	163-186
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	187-191
12.	Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten	192-207



# Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

19 Seiten fundierte Kernaussagen sowie  
4 Seiten aussagekräftige Insights  
150 Seiten klar kommentierte pptx-Charts  
für Einzelergebnisse - ready to use

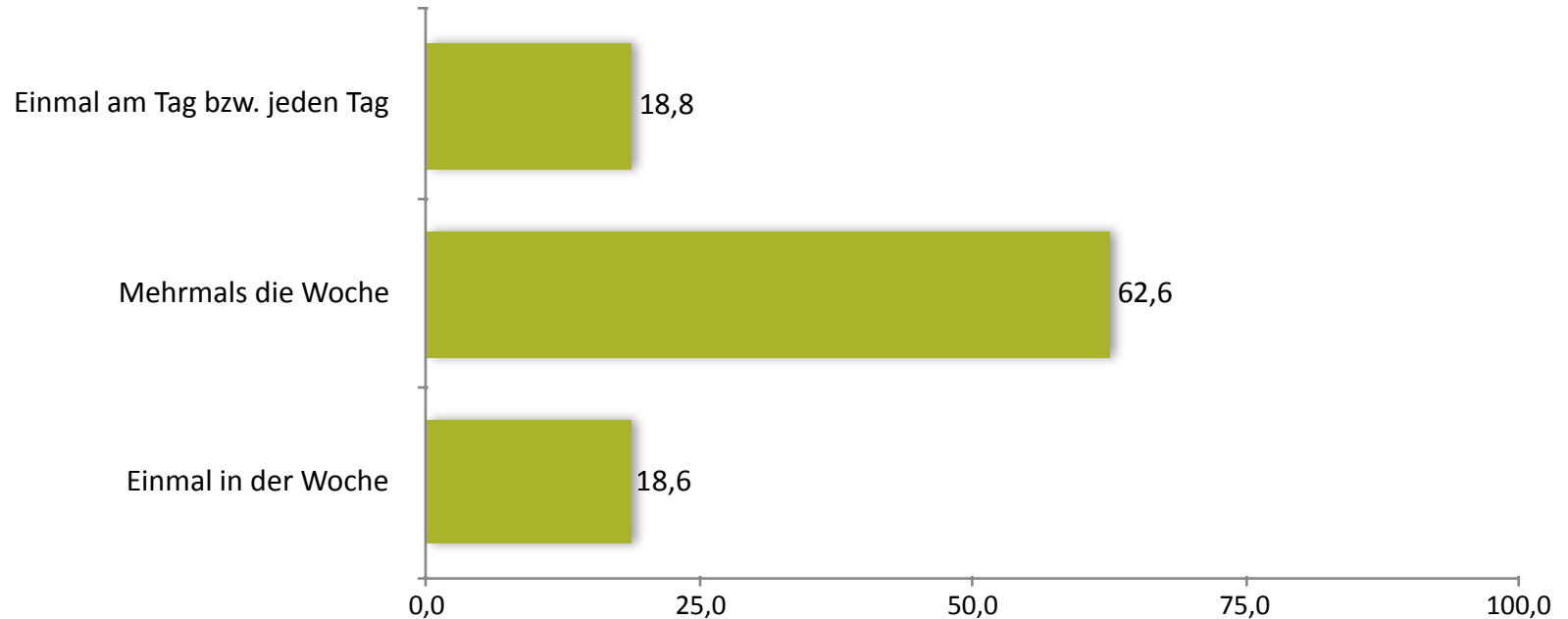


Einige ausgewählte Beispiele:

# 63 % der Quark-Käufer essen bzw. verwenden Quark mehrmals in der Woche

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

Wie oft essen bzw. verwenden Sie Quark? n=1.000



Angaben in %

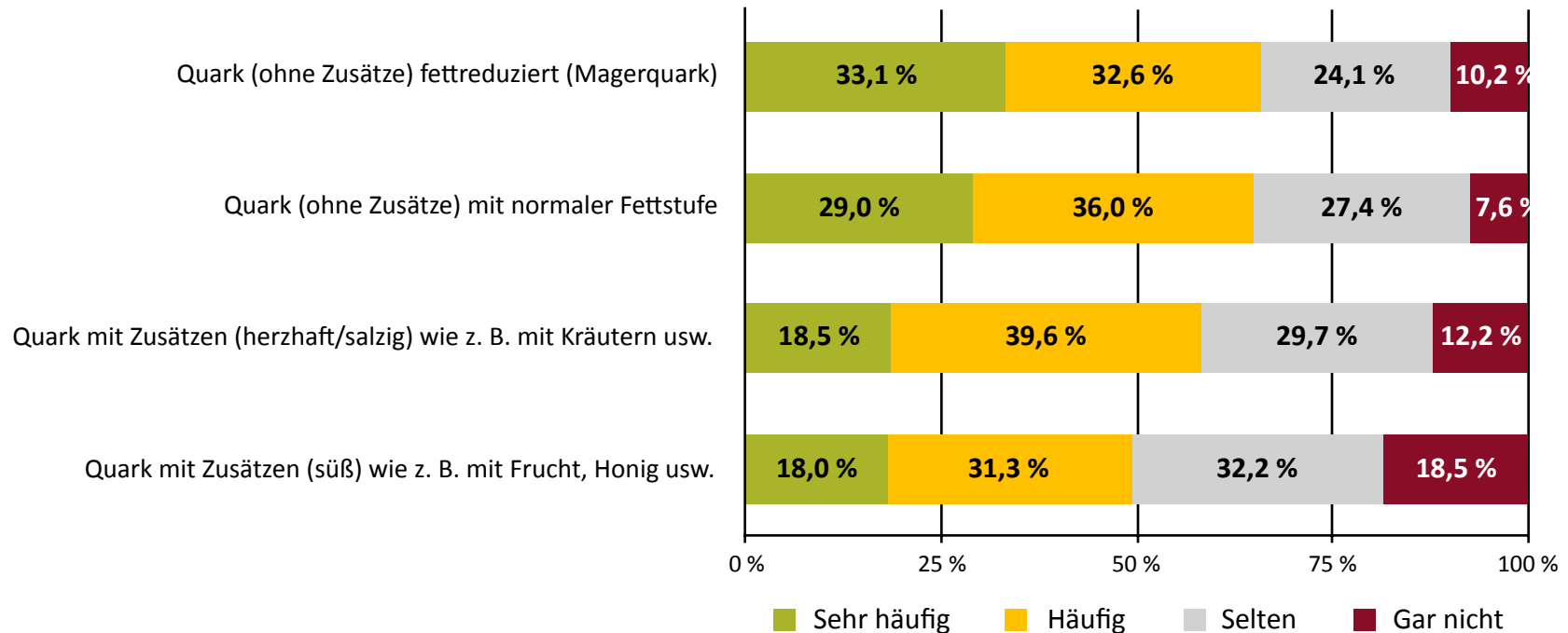
## Kommentar

„Nur“ rund 19 % essen oder verwenden dagegen Quark täglich

# Magerquark (ohne Zusätze) wird am häufigsten gegessen bzw. verwendet

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

Welche Art von Quark essen bzw. verwenden Sie? n=1.000



Angaben in %

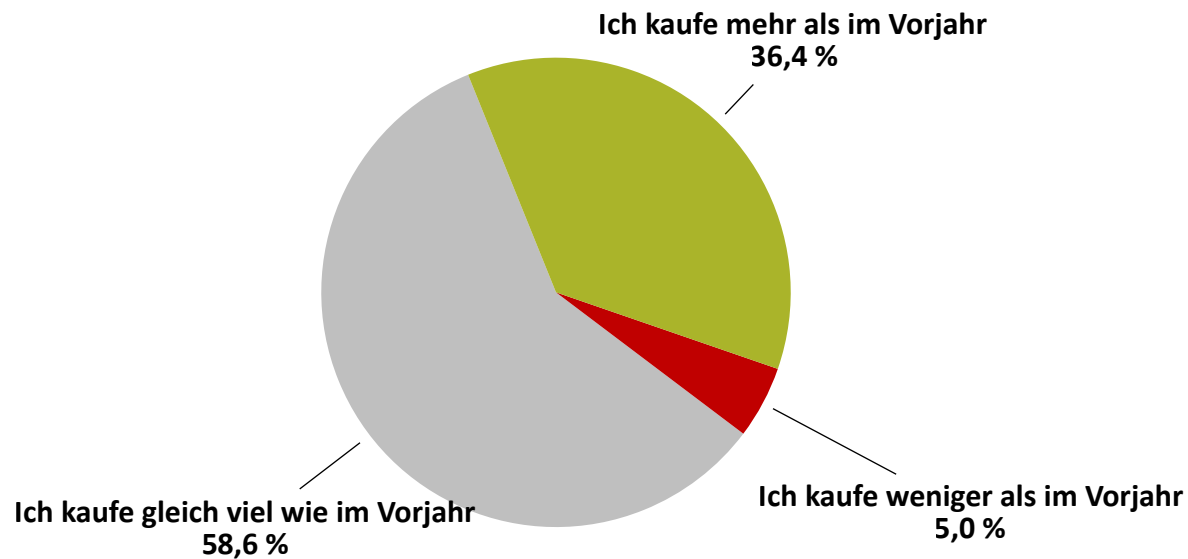
## Kommentar

50 % aller Quarkverwender haben Quark mit süßen Zusätzen „selten oder gar nicht“ gegessen oder verwendet

# Quark ist eine zunehmend akzeptierte Warengruppe innerhalb der weißen Linie bei Molkereiprodukten

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

Wie würden Sie Ihr Einkaufsverhalten bei Quark gegenüber dem Vorjahr beurteilen? n=1.000



Angaben in %

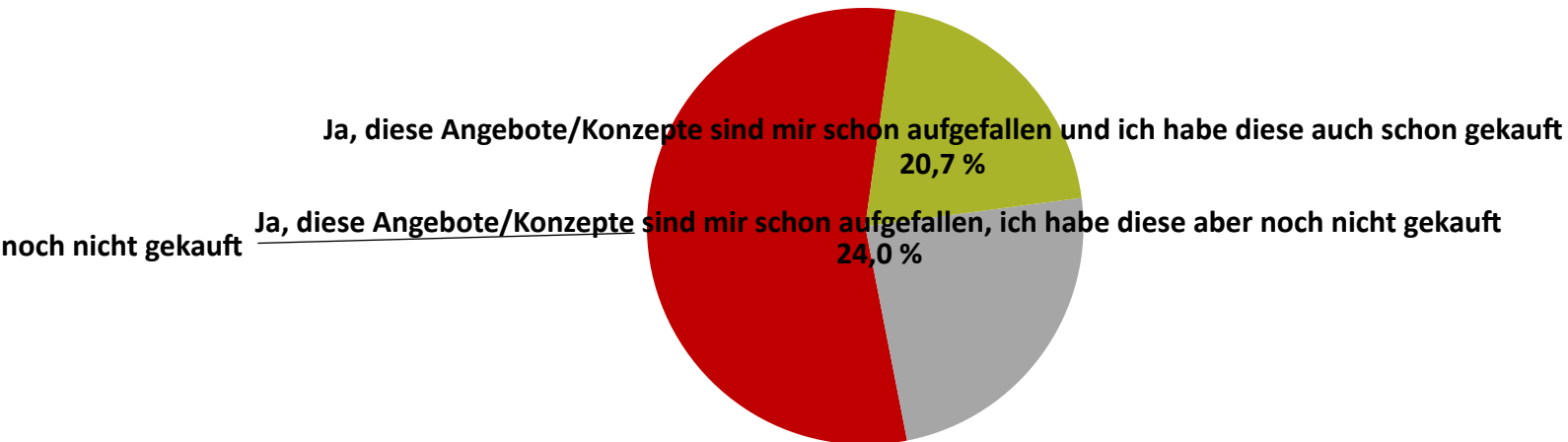
## Kommentar

59 % der Befragten geben an, gleich viel wie im Vorjahr an Quark zu kaufen, 36 % kaufen mehr Quark als im Vorjahr und nur 5 % kaufen weniger

# 21 % haben bereits Quarkprodukte mit einem extra ausgewiesenen Proteingehalt gekauft

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

In letzter Zeit wird Quark mit einem extra ausgewiesenen Proteingehalt angeboten. Sind Ihnen solche Quarkprodukte im Handel schon aufgefallen bzw. haben sie solche Produkte schon gekauft? n=1.000



Angaben in %

## Kommentar

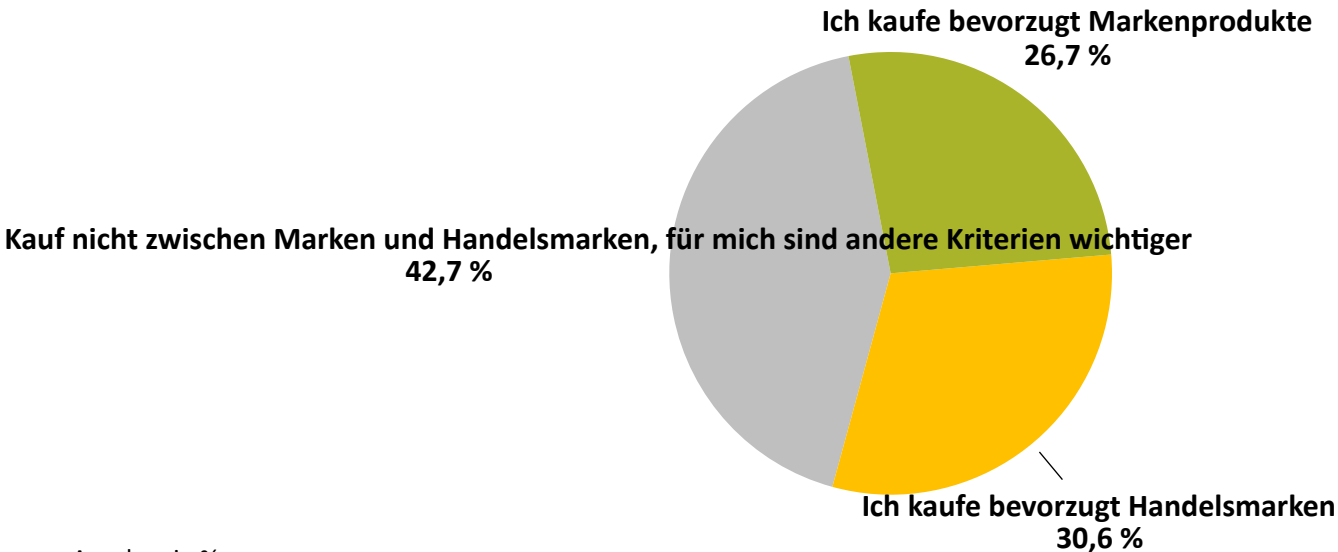
- 24 % sind diese Angebot bereits aufgefallen, haben aber noch nicht gekauft
- Damit hatte fast jeder zweite Befragte schon einmal Kontakt mit den neuen Produkten bei Quark

# Bei Quark bevorzugen mehr Käufer Handelsmarken als Industriemarken

**Trend Evaluation** Consumer Insights Quark 2018

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Ihren Einkaufsgewohnheiten bei Quark bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten bei Quark am meisten zu? Bitte wählen Sie das Zutreffende aus

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Quark zum Essen sehr häufig/ häufig verwenden n=986



Angaben in %

## Kommentar

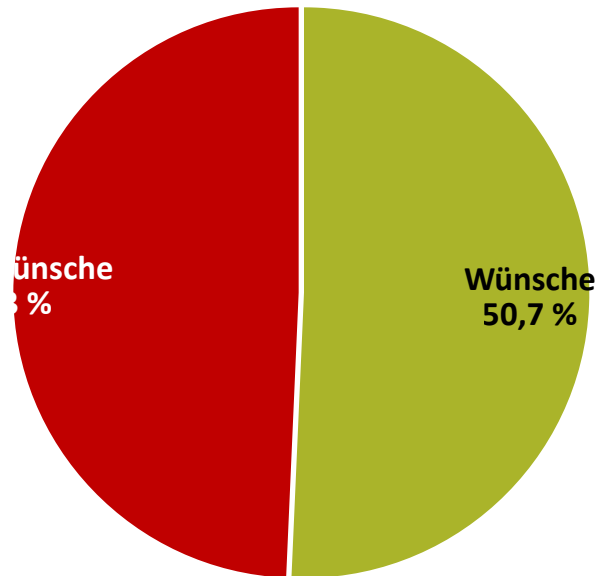
- Die Mehrheit (42,7 %) unterscheidet gar nicht nach Marken und Handelsmarken
- D. h. in dieser Warengruppe haben Handelsmarken eine sehr starke Position
- Zum Vergleich: bei Fruchtojoghurt kaufen 44,4 % bevorzugt Marken und nur 16,6 % bevorzugt Handelsmarken

# Jeder Zweite hat Wünsche an Hersteller und Handel

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018

Welche zusätzlichen Angebote und Leistungen zum Thema Quark würden Sie sich von Herstellern und/oder Handel wünschen? n=1.000

## Diagrammtitel



### Kommentar

- 50,7 % 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 bei Quark sehen

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 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

**Gebiete:**

Haushalte mit Kindern / 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



# Trend Evaluation liefert klare Insights und verbessert die Interaktion mit Kunden

Trend Evaluation Consumer Insights Quark 2018



- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Quark 2018“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
  - **3.900,- 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](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.06.2018

## Trend Evaluation Kontakt

---

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

### Adresse

#### **mafowerk GmbH**

Georg-Zorn-Str. 37

90765 Fürth

[www.mafowerk.de](http://www.mafowerk.de)

### Ansprechpartner

#### **Heiko Leipold**

Tel.: 0911-2001-842

Mobil: 0151-1481-10096

Email: [leipold@mafowerk.de](mailto:leipold@mafowerk.de)

### Ansprechpartner

#### **Peter Mahn**

Tel.: 0911-2001-841

Mobil: 0151-1481-10095

Email: [mahn@mafowerk.de](mailto:mahn@mafowerk.de)

Fotos: mafowerk, fotolia

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