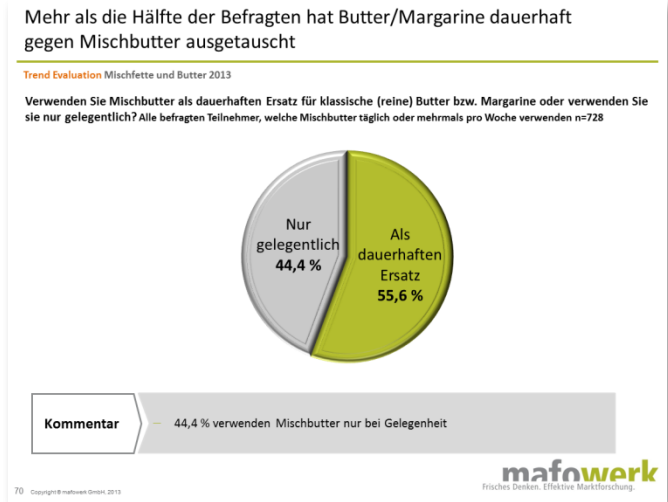




Trend Evaluation – Consumer Insights Food
Mischfette und Butter 2017 - Studieninhalte

Mischfette stoßen auf immer mehr Zuspruch bei den Verbrauchern

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



1) Quelle: mafowerk Consumer Insights Mischfette 2013

Der Mengenanteil der Mischfette stieg über die letzten Jahre stetig gegenüber der klassischen Butter: bereits 2013 hatten mehr als die Hälfte der Verwender Butter/Margarine gegen Mischfette dauerhaft ausgetauscht. ¹⁾

Streichfähige Milchmischfette haben sich durch ihren Convenience-Charakter und durch Gesundheitsaspekte auf den Tischen der deutschen Verbraucher etabliert.

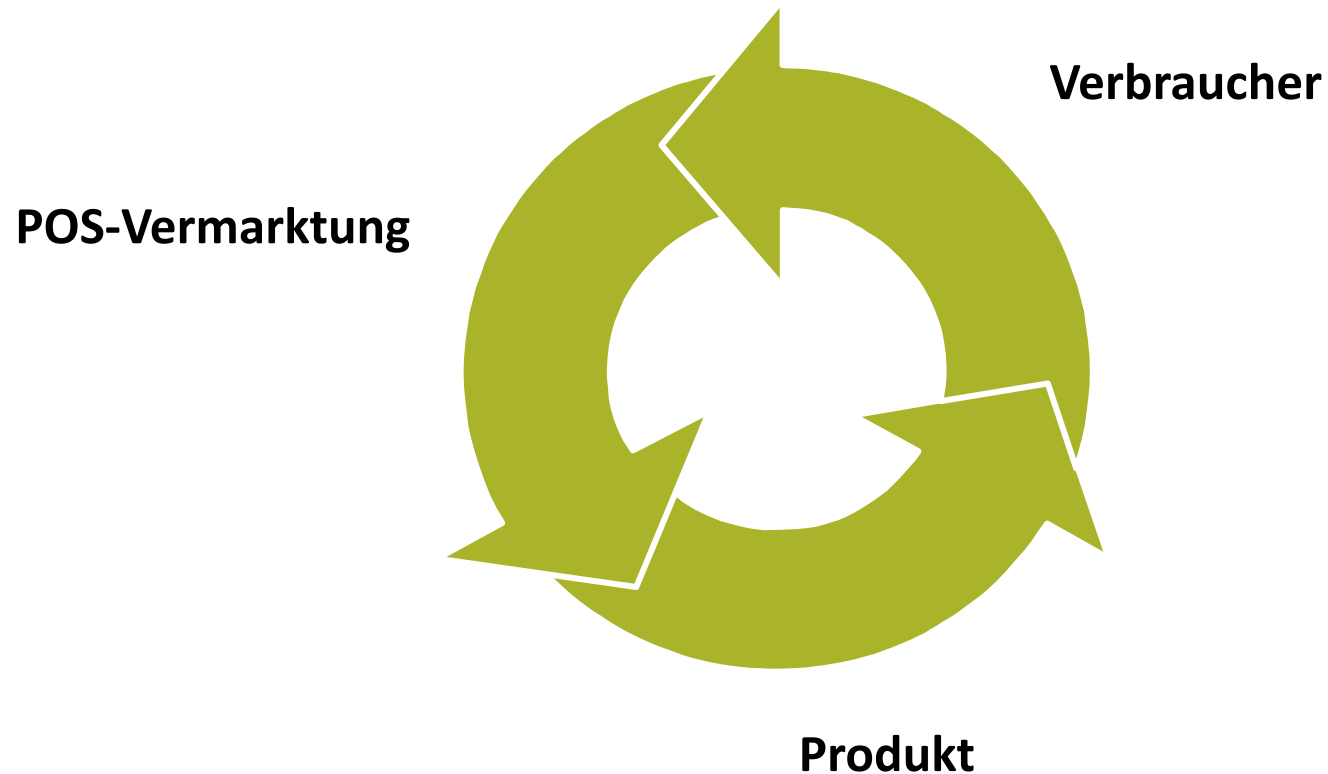
- Doch wie belastbar ist die Tragfähigkeit dieses Trends?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?
- Wie stark sind die Marken? Wie stark ist inzwischen die Austauschbeziehung zum Buttersegment?

In einer Neuauflage der **Trend Evaluation** Studie „Mischfette und Butter“ von 2013 hat mafowerk diesen Trend aktuell auf seine Tragfähigkeit und die Möglichkeiten von weiteren Wachstumsfeldern hin untersucht

- für eine weitere erfolgreiche Vermarktung und Entwicklung in dieser Warengruppe.

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

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



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

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



Thema: Produkt



- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße Zusatznutzen, Konsistenz, etc.)?
- Welcher gesundheitliche Zusatznutzen wird akzeptiert ?
- Wie stark ist das Potenzial von Geschmacksvarianten?
- Welche Beimischung von Ölen wird bevorzugt?
- Welche Marken sind bekannt? Welchen Kompetenzstatus haben die bekannten Marken gegenüber den Handelsmarken?
- Welchen Einfluss haben die Inhaltsstoffe auf den Kauf bzw. Nichtkauf?

Thema: Consumer



- Nach welchen Kundentypologien kann man Mischfette-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie hoch ist die Substitution zu Butter (anlassbezogen oder dauerhaft)?
- Wie ausgeprägt ist das Wissen über Mischfette?
- 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 beim Einkauf von Mischfetten transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



Thema: 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 Mischfette im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Welche Promotionaktionen zu Mischfetten sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

Studienaufbau

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Mischfetten („Mischbutter“)

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.071 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Mischfette 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**

- Feldstart: 23.02.2017
- Feldende: 01.03.2017

Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



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

Einige ausgewählte Beispiele:

Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017

Seiten

1.	Wie häufig wird gekauft? Was wird gekauft?	38-58
2.	Zu welchen Anlässen, von wem wird konsumiert?	59-69
3.	Geschmacks- und Sortenpräferenzen	70-85
4.	Kaufgründe für den Kauf von Mischfetten	86-96
5.	Beurteilung der Situation am POS	97-110
6.	Wie informiert sich der Konsument?	111-115
7.	Markenbekanntheiten	116-135
8.	Marken versus Handelsmarken	136-145
9.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	146-150
10.	Wünsche der Konsumenten	151-164
11.	Generelle Einstellungen. Verbrauchertypologie	165-174

Mischfette haben sich zu einem Familienprodukt entwickelt

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017

Wer isst in Ihrem Haushalt Mischbutter? Alle befragten Teilnehmer, welche Mischbutter täglich oder mehrmals pro Woche verwenden



Kommentar

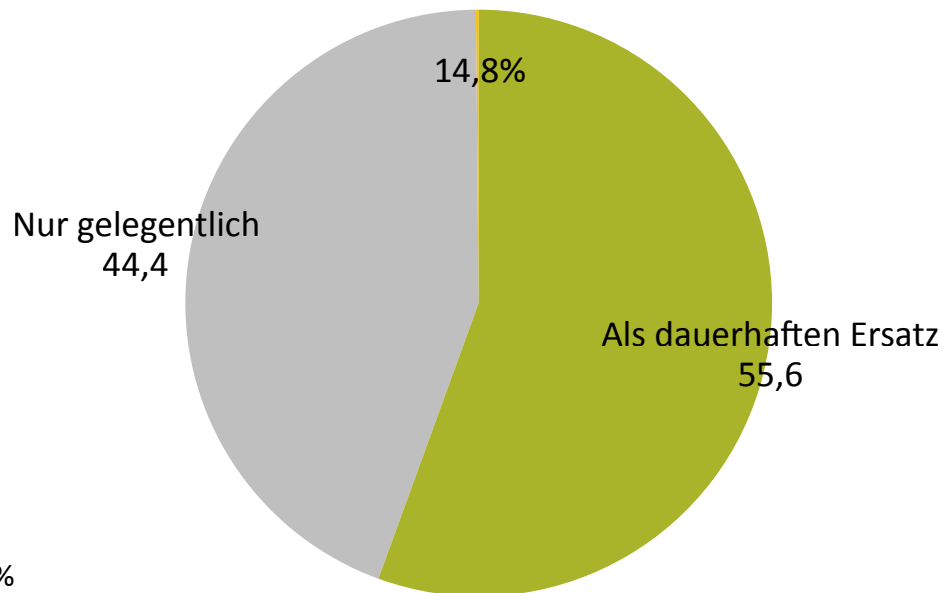
Von einem Individualprodukt, das in 2013 noch am häufigsten für sich selber gekauft und dann auch gegessen wurde, haben sich Mischfette nun zu einem Produkt für die ganze Familie entwickelt, das nun auch von den Kindern immer häufiger verwendet wird

Mischfette steigen als dauerhafter Ersatz für klassische Butter/Margarine deutlich an

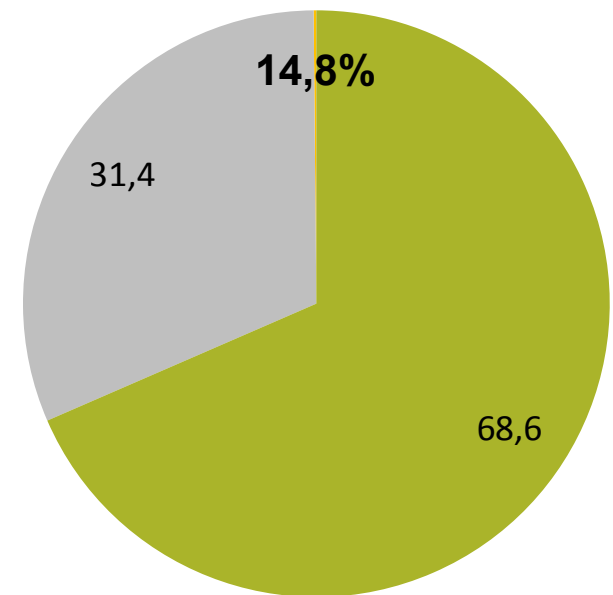
Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017

Verwenden Sie Mischbutter als dauerhaften Ersatz für klassische (reine) Butter bzw. Margarine oder verwenden Sie sie nur gelegentlich? Alle befragten Teilnehmer, welche Mischbutter täglich oder mehrmals pro Woche verwenden

2013 **Diagrammtitel**



2017 **Diagrammtitel**



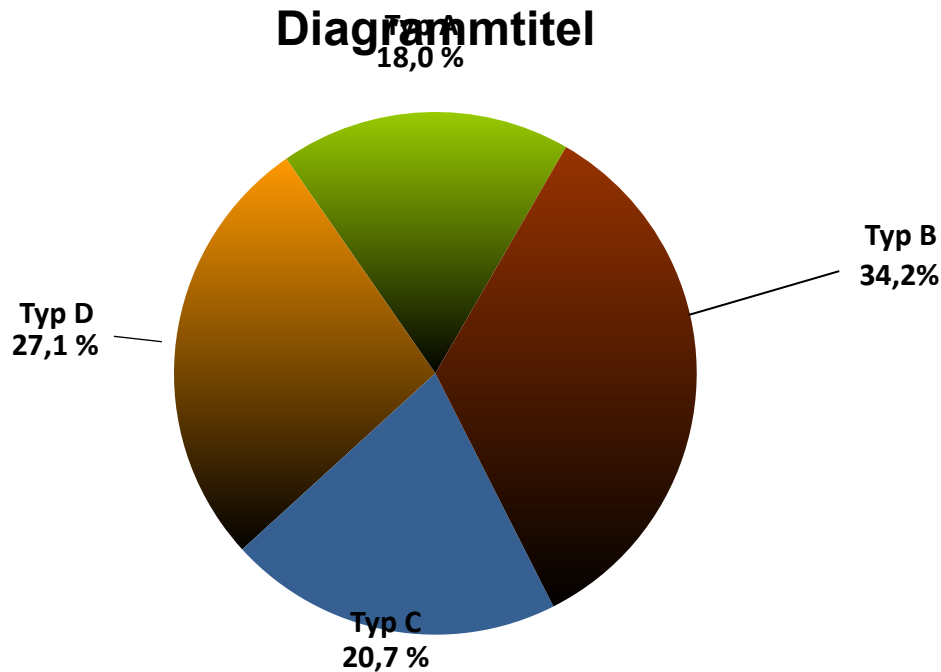
Angaben in %

Kommentar

Nur noch 31,4 % nach 44,4 % (2013) verwenden Mischfette nur bei Gelegenheit

Die Verbrauchertypologie bei Mischfetten: von Butter-Fans, Smart Shoppern und Gesundheitsbewussten ...

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



Kommentar

Die „.....“ schätzen Butter als natürliches Produkt, das ohne Pflanzenöl auskommt und sehen Butter als wichtigen Bestandteil eines guten Frühstücks. Für „.....“ sind Mischfette Teil einer gesunden Ernährung, während die „.....“ nicht auf ein bestimmtes Streichfett fixiert sind und variieren. „.....“ oder „die“: ihnen dauert es zulange, bis Butter (aus dem Kühlschrank) streichfähig wird: Frühstücken muss schnell gehen

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation Mischfette und Butter 2017



- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Mischfette 2017“ können Sie ab sofort bestellen:
- Das Honorar für die Consumer Insight für 2017 ist:
3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Das Honorar für die Consumer Insight 2017 im Vergleich zur Consumer Insights Studie 2013 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 Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: www.mafowerk.de/impresum

* Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2013 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

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.