



**Trend Evaluation - Shopper Insights Food Convenience  
Snackkauf in Tankstellen 2017**

**Potenziale • Kaufverhalten • Erwartungen • Wünsche**

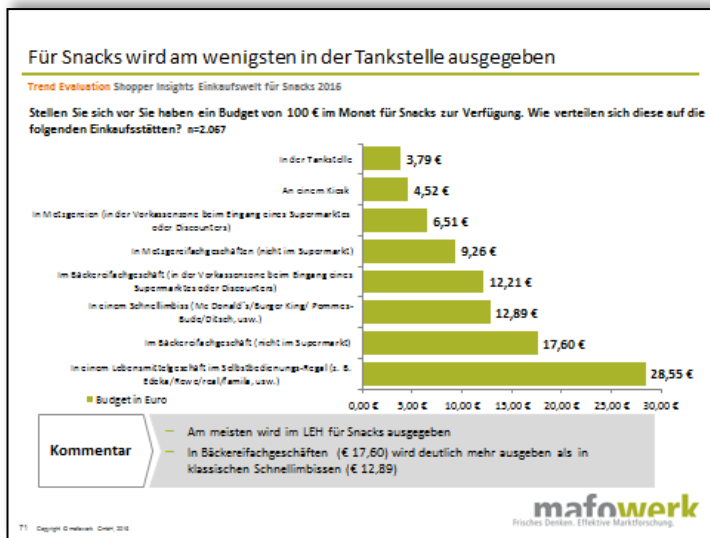
## Agenda

1. Ausgangssituation und Kernfragen
2. Design und Inhalte
3. Honorar
4. Kontakt

# Snacking ist ein Wertschöpfungsfaktor für Hersteller und Tankstellen

## Ausgangssituation

### Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017



## Im LEH werden häufiger Snacks gekauft als in Tankstellen<sup>1)</sup>

Bei den Einkäufen in Tankstellen werden tagtäglich verzehrfertige Snacks aus den verschiedensten Bereichen gekauft, allerdings mit dem geringsten Anteil an den Ausgaben, die Shopper für Snacks ausgeben.

Ob frische Backwaren, Wurst- und Käsesnacks, ob Kaffeespezialitäten *to go*, ob Fruchtgummis oder Schokoriegel: was präferiert wird, soll auch schnell verfügbar sein und ohne langes Suchen.

Ein anlassorientiertes Angebot wird in Zukunft bei immer mehr convenience-orientierten Shoppern einen deutlich höheren Stellenwert finden.

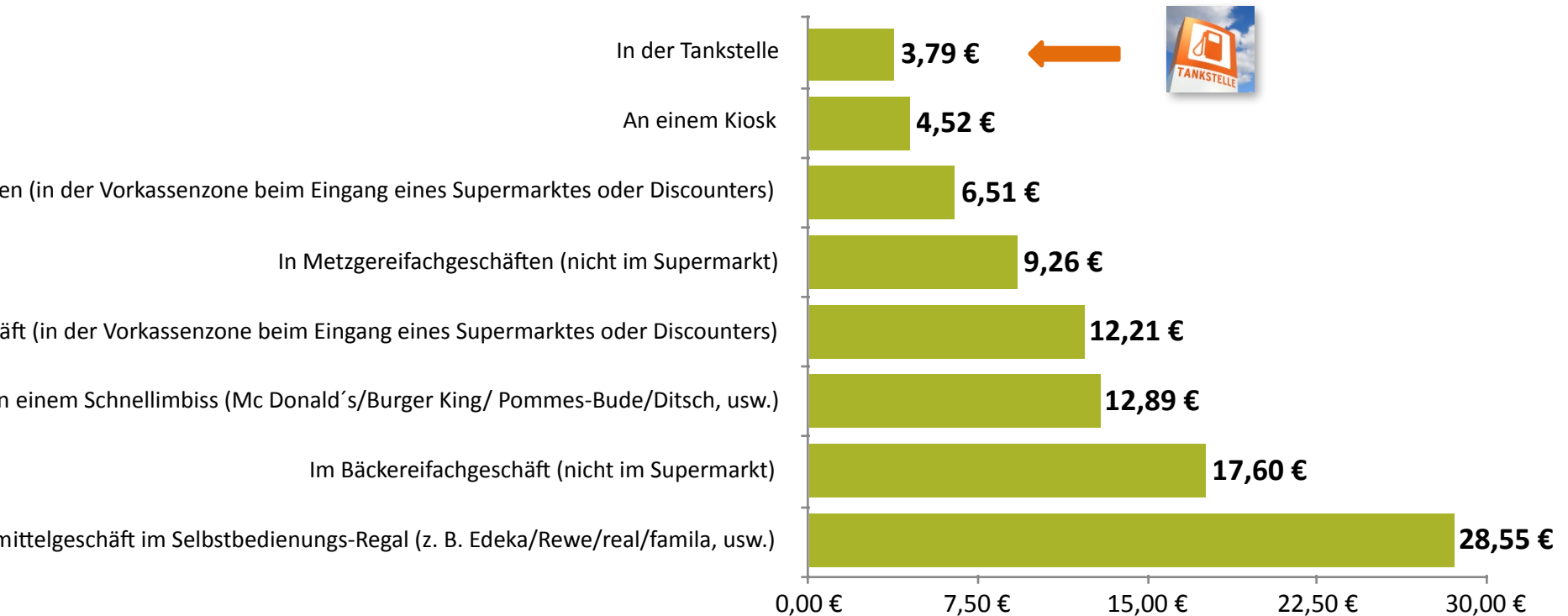
Wie sieht es in Tankstellen aus, wo sind die Potentiale und wie beurteilen die Shopper die Tankstelle als Einkaufsstätte für verzehrfertige Snacks?

<sup>1)</sup>Quelle: mafowerk Shopper Insights „Snack World 2016“

# Für Snacks wird von den Snackkäufern am wenigsten in der Tankstelle ausgegeben

Trend Evaluation Shopper Insights Einkaufswelt für Snacks 2016

Stellen Sie sich vor, Sie haben ein Budget von 100 € im Monat für Snacks zur Verfügung. Wie verteilen sich diese auf die folgenden Einkaufsstätten? n=2.067



## Kommentar

- Am meisten wird im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) für Snacks ausgegeben
- In Bäckereifachgeschäften (€ 17,60) wird deutlich mehr ausgegeben als in klassischen Schnellimbissen (€ 12,89)

Quelle: mafowerk Shopper Insights „Snack World 2016“

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Kauf von Snacks transparent und zeigt Potenziale und Chancen auf

Fragenprogramm Auszug

Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017



- Welche Snacks werden in Tankstellen gekauft? Was sind die Anlässe des Verzehrs (zu Hause, unterwegs)? Was sind die Anlässe für den Tankstellenbesuch?
- Wie oft wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben?
- Wo wird gekauft? In und ausserhalb der Tankstelle?
- Was wird an Snacks und Getränken gekauft?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bei Snacks? (Art, Sorte, Verpackung, Packungsgröße, Platzierung, Zusatznutzen, etc.)?
- Wie kommen die Produkte in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Wo wird die Platzierung von Snacks erwartet?
- Welche neuen Konzepte sind den Shopper aufgefallen?
- Wie werden die Konzepte der Tankstellenketten beurteilt?
- Nach welchen Kundentypologien kann man Snacks-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Was wird als „Snack-Menü“ (Snack + Getränke) gekauft?
- Welche zusätzlichen bzw. ergänzenden Angebote werden gewünscht und welche erwartet?

# Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

## Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017



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

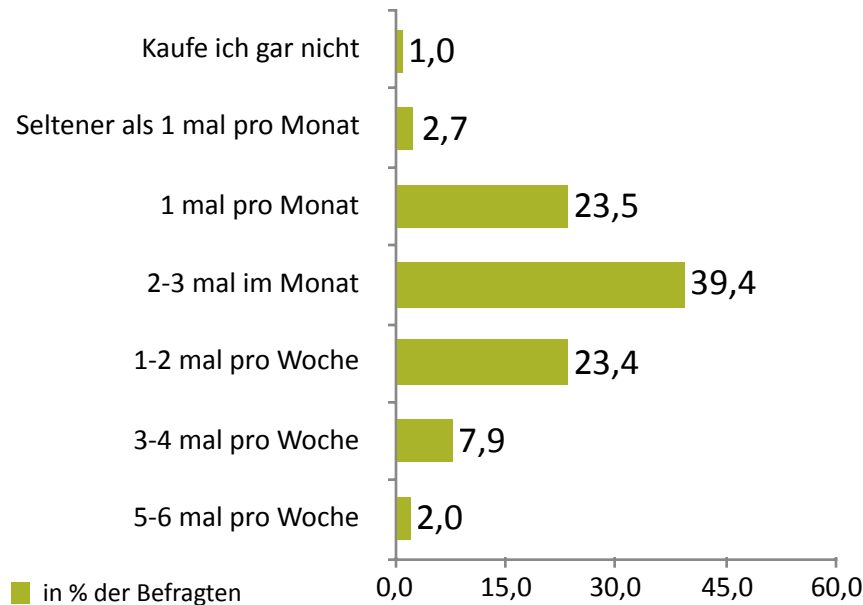
Einige ausgewählte Beispiele:

# Im Vergleich zu anderen Einkaufsstätten haben Tankstellen bei der Einkaufshäufigkeit bei Snacks und Getränken noch deutlich „Luft nach oben“

## Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017

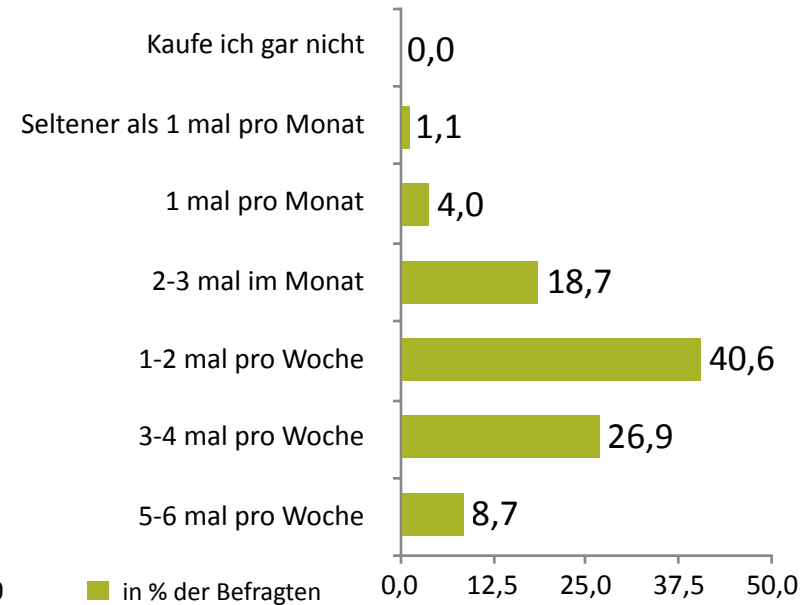
### Wie oft kaufen Sie Snacks in **Straßentankstellen**?

n=2.010



### Wie oft kaufen Sie Snacks außerhalb der Tankstelle in anderen Geschäften?

n=2.010



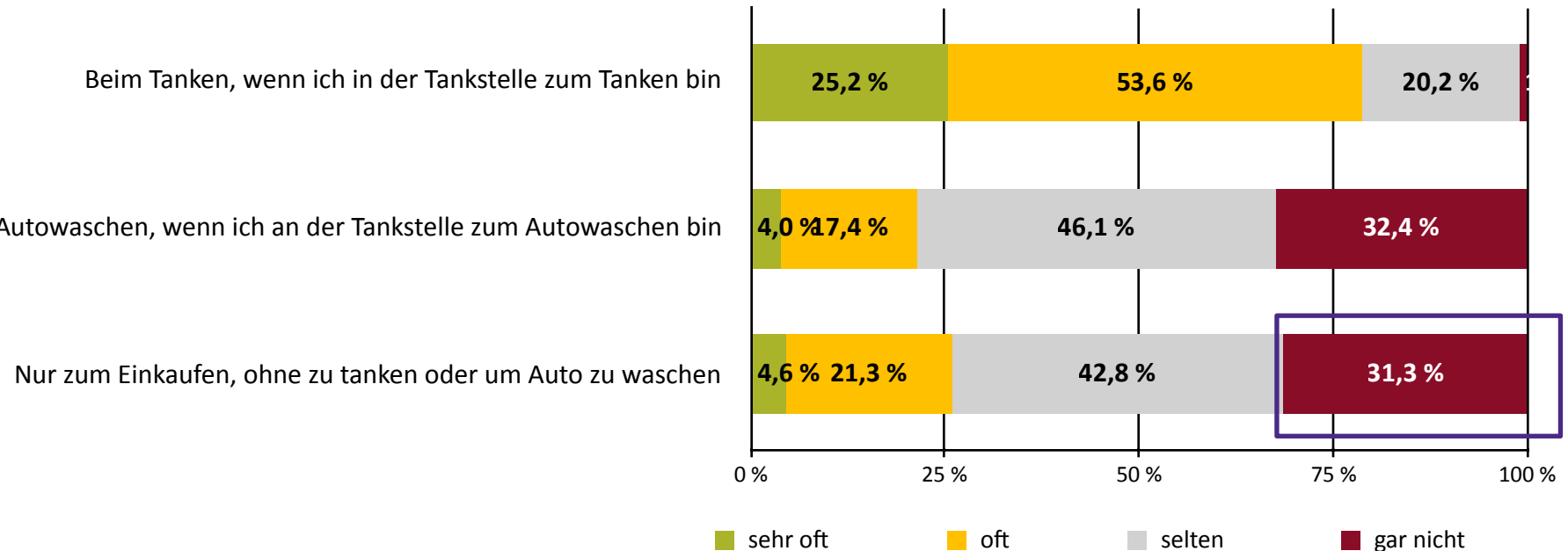
#### Kommentar

- Während in Tankstellen der Schwerpunkt bei 2 - 3 mal pro Monat liegt, werden außerhalb der Tankstelle von den Tankstellenkäufern am häufigsten 1 - 2 mal pro Woche Snacks gekauft
- Mehr als jeder vierte Tankstellenkäufer kauft außerhalb sogar 3 - 4 mal pro Woche Snacks

# Bei der „sehr oft“ Gelegenheit ist das Tanken und Snackkauf weit vorne

## Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017

Bei welcher Gelegenheit kaufen Sie Snacks in Tankstellen? Bitte wählen Sie das jeweils Zutreffende aus n=2.010



Angaben in %

### Kommentar

Nur 31 % besuchen nie eine Tankstelle, nur um Snacks zu kaufen (ohne zu tanken oder Auto zu waschen)

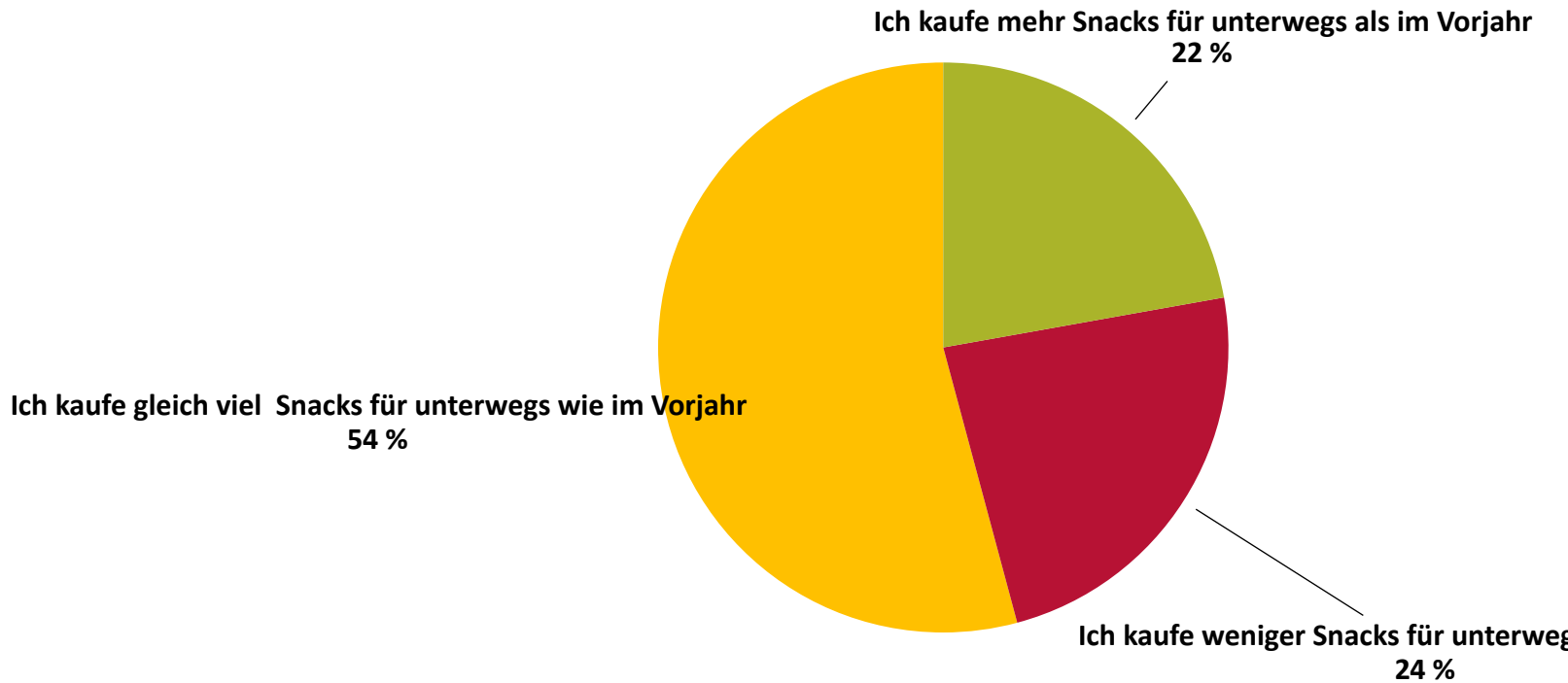


# Die Mehrheit kauft gleich viel Snacks „to go“ wie im Vorjahr

**Trend Evaluation** Snackkauf in Tankstellen 2017

Wie beurteilen Sie Ihr derzeitiges Einkaufsverhalten für Snacks an Tankstellen für unterwegs?

Bitte wählen Sie das Zutreffende aus n=2.010



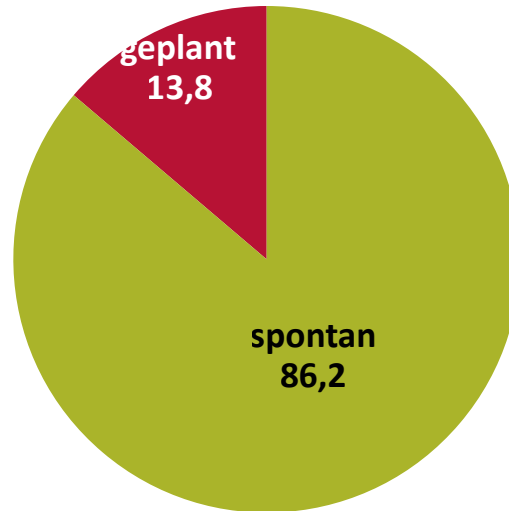
## Kommentar

- Nur 22 % geben an, dass sie mehr Snacks für unterwegs kaufen als im Vorjahr
- 24 % kaufen sogar weniger Snacks für unterwegs als im Vorjahr

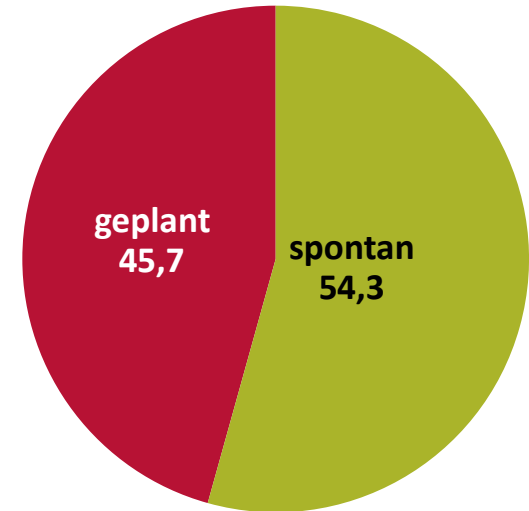
# Snacks für unterwegs werden an der Tankstelle spontan gekauft, Snacks für zuhause sind viel häufiger geplant

## Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017

Erfolgt Ihr Einkauf von Snacks in der Tankstelle überwiegend spontan oder geplant? - **unterwegs**  
n=2.010



Erfolgt Ihr Einkauf von Snacks in der Tankstelle überwiegend spontan oder geplant? - **zuhause**  
n=2.010



Angaben in %

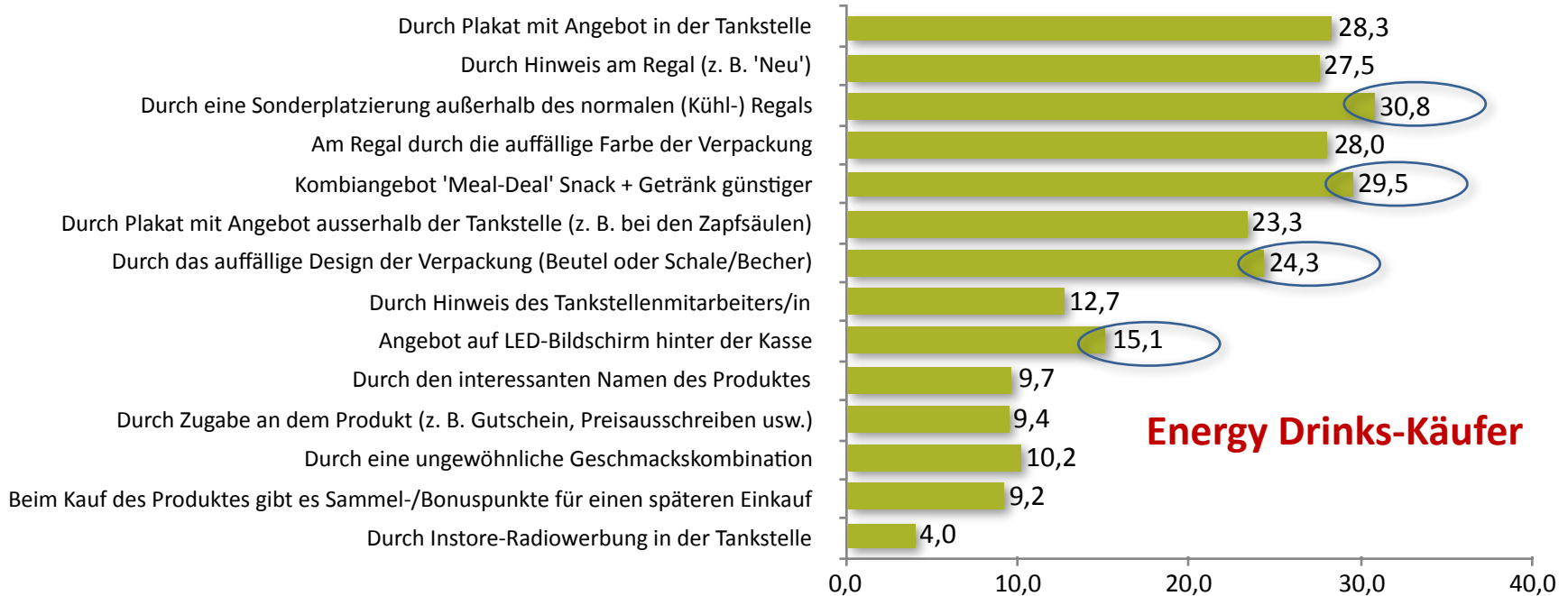
### Kommentar

Fast 90 % der Befragten kaufen Snacks für unterwegs spontan, fast jeder zweite Befragte kauft Snacks für zuhause geplant

# Energy Drinks-Käufer achten vor Spontankäufen tendenziell stärker auf Sonderplatzierungen und Kombiangebote („Snack + Getränk“)

## Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017

Wenn Ihr Einkauf spontan erfolgt, wie sind Sie auf das Produkte/die Produkte in der Tankstelle aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen möglich) n=403 Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Energy Drinks "unterwegs"/"für zuhause" spontan kaufen



Angaben in %

### Kommentar

Aber auch ein auffälliges Design der Verpackung wirkt bei spontan kaufenden Energy Drinks-Käufer leicht überproportional stark

# Trend Evaluation steht für eine Gewinnung repräsentativer Ergebnisse

## Studiendesign

### Trend Evaluation Snackkauf in Tankstellen 2017

Gegenstand

- Erkenntnisse zur Beurteilung Snackkauf in Tankstellen  
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

Methode

- Repräsentative Online-**Zielgruppen**-Befragung von **2.000** deutschen Shoppern, die Snacks in Tankstelleneinkäufen

Ergebnisse

- Auswertung für Deutschland gesamt sowie nach:
  - Straßentankstellen/BAB-Tankstellen
  - Geschlecht Altersklassen nach Geschlecht
  - Einkommen
  - Regionen (Bundesländer)

Bericht

- Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen, Ergebnisinterpretationen und Handlungsempfehlungen

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Snackarten beim Thema Snackkauf

## Snacks und Getränke

### Trend Evaluation Shopper Insights Snackkauf in Tankstellen 2017

#### Getränke

Heißer Kaffee  
Heiße Kaffeespezialität (Cappuccino, Latte Macchiato, etc.)  
Sonstiges Heißgetränk (Heisser Tee, Kakao)  
Kaffeekaltgetränke  
Kalter Kakao  
Milch natur  
Fruchtsäfte/Fruchtschorlen  
Gemüsesäfte  
Smoothies  
Mineralwasser  
Eistees  
Gesundheitsdrinks (z. B. Kombucha)  
Probiotische Getränke (z. B. Yakult, LC1)  
Limonaden  
Colagetränke  
Energy drinks  
Trinkmilch/Milchmischgetränke  
Trinkjoghurts



#### Lebensmittel

Wurst-/Fleisch-Snacks kalt (z. B. Bifi oder Aoste Stickados)  
Wurst-/Fleisch-Snacks zum Erwärmen (z. B. „Curry King“, usw.)  
Käse-Snacks (kleine Käsewürfel, Käsesticks)  
Schokoriegel (z. B. Mars, Twix, Snickers, duplo)  
Proteinriegel  
Gemüsechips  
Nüsschen/Nussmischungen  
Belegtes Brot oder Brötchen  
Belegte und verpackte Sandwiches, Bagels, Wraps  
Gekühlte Desserts (Pudding, Milchreis, usw.)  
Joghurt, Quark  
Gekühlte frische Salate in der Box (z. B. Salatmischungen mit Extra-Dressing)  
Gekühlte frische geschnittene Obststückchen im Becher  
Kekse, mit und ohne Füllung  
Gekühlte frische Gemüse-Snacks (z. B. Karottensticks)  
Kartoffelchips, Erdnussflips etc.  
Fruchtgummis (z. B. Gummibärchen)  
Bonbons  
Kaugummi  
gekühlter Feinkostsalat (z. B. Nudelsalat, Kartoffelsalat)  
Ganzes Obst, ungekühlt (z. B. Banane, Apfel, Pfirsich)  
Schokoladentafeln  
Heisse Würstchen (Wiener/Bockwürste)  
Müsliriegel  
Sushi-Box  
Süße Backwaren (z. B. Donuts, Muffins, sonstige Kuchen-/Gebäckstücke)  
Herzhafte Backwaren (z.B. Pizzasaschen, Laugenstangen usw.)  
Eiscreme

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema Snackkauf

## Soziodemografien

Trend Evaluation Shopper Insights Snackkauf in Tankstellen 2017



**Ausweis mit folgenden Soziodemografien:**

**Geschlecht:**

männlich, weiblich

**Alter:**

Jahre 18-24 / 25-29 / 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

# Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar

Trend Evaluation Shopper Insights Snackkauf in Tankstellen 2017



- Die Ergebnisse der Shopper Insights „**Snackkauf in Tankstellen 2017**“ können Sie bestellen:  
per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
  - **4.700,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse liegen vor und werden 1-2 Arbeitstage nach Eingang der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Ergebnisse erfolgt 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/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 31.01.2018

## 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**

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)



**mafowerk**

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.