mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation – Consumer Insights Heißgetränke

Tee - Trends 2019 • Ergebnisse und Inhalte

Potenziale • Kaufmotive • Präferenzen und Wünsche

Nürnberg | im März 2019

Agenda

1. Ausgangssituation und Kernfragen
2. Studieninhalte und Studiendesign
3. Honorar
4. Unternehmensprofil
5. Kontakt

Copyright © mafowerk 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Tee ist eine Wachstumswarengruppe bei den Heißgetränken

Ausgangssituation
Trend Evaluation Tee-Trends 2019

Tee gehört neben Kaffee zu den beliebtesten Getränken der Deutschen: durchschnittlich trinkt der deutsche Konsument 27,5 Liter Tee pro Jahr [1)].

Der Teekonsum der Bundesbürger liegt weiterhin auf dem Rekordniveau der Vorjahre. Im Durchschnitt trinkt jeder Deutsche 27,5 Liter Schwarz- und Grüntee in 2017 und damit fast genauso viel wie 2016.

Mit der neuen mafowerk Trend Evaluation **Consumer Insights** „Tee-Trends 2019“ haben wir die Entwicklung bei Tee in Bezug auf die Einstellungen der Konsumenten bei Motivatoren und Barrieren für eine erfolgreiche Vermarktung von Tee untersucht

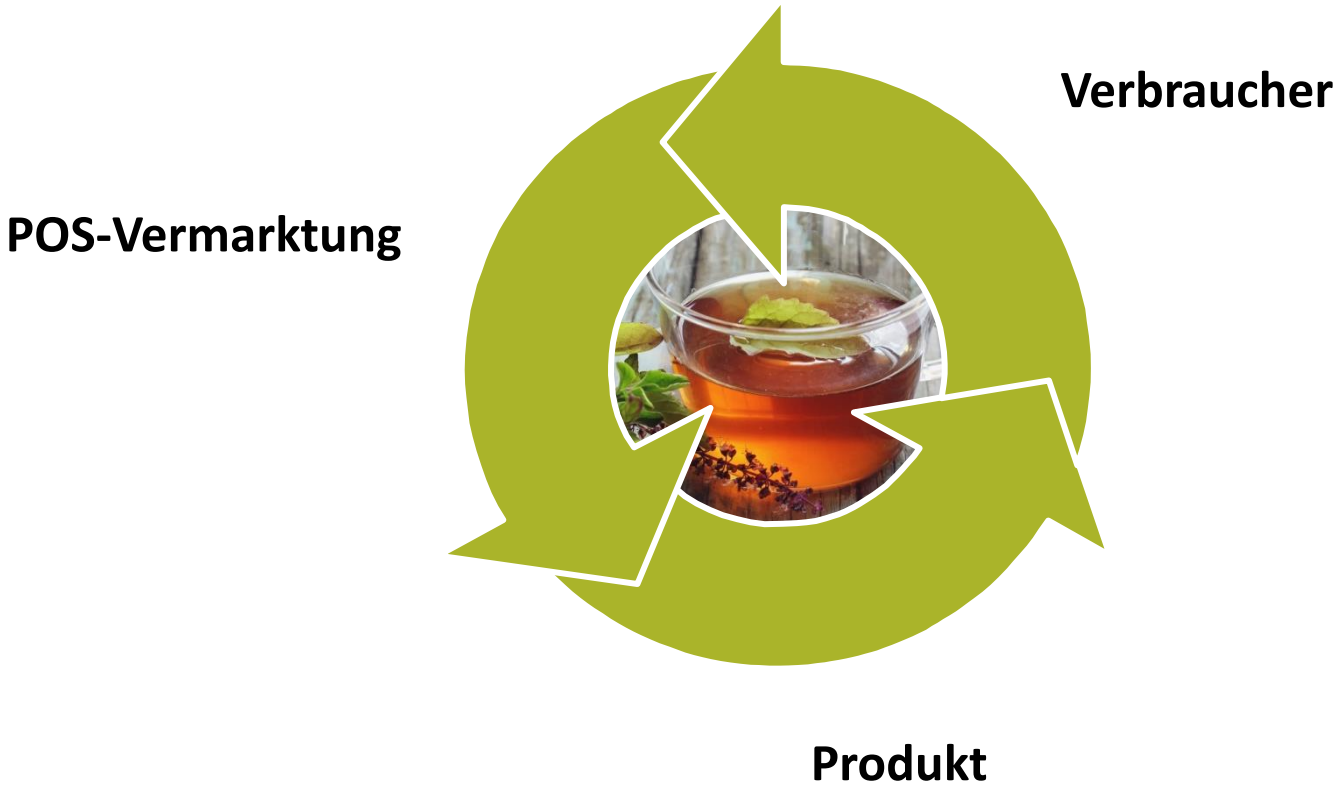
[1)] Quelle: Deutscher Teeverband e.V.: Pro-Kopf-Konsum 2017

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

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

Ausgangssituation
Trend Evaluation Tee-Trends 2019



mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Der Trend Evaluation Aufbau sichert repräsentative Ergebnisse

- **Hintergrund der Consumer Insights**
  - Ziel der Consumer Insights ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten und Einkaufsgewohnheiten von Tee
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 2.080 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Tee trinken
  - 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: 13.02.2019
  - Feldende: 20.02.2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation erhebt die Bedürfnisse und Motive der Zielgruppen, um die relevanten Einflussfaktoren zu bestimmen

Kern-Fragenprogramm
Trend Evaluation Tee-Trends 2019

Verbraucher

- Wer kauft/trinkt Tee wie oft?
- Warum wird Tee getrunken?
- Was sind die Verwendungsanlässe?
- Mehr- und Minderkauf an Tee
- Wie ausgeprägt ist das Wissen über Tee?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft für Pads/Kapseln?
- Welche Preis- und Ausgabenbereitschaft für Convenience-Produkte existiert (Einzelportion, Maschine)?
- Wie ausgeprägt ist die saisonale Verschiebung in die „warmen“ Monate?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation erhebt die Bedürfnisse und Motive der Zielgruppen, um die relevanten Einflussfaktoren zu bestimmen

Kern-Fragenprogramm
Trend Evaluation Tee-Trends 2019

Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bei Tee (Marke, Packungs-größe, Verpackung, Aromen, Mischungen, Sorten, Bio etc.)?
- Wie kommen die Produkte in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Welche Teearten werden bevorzugt?
- Welche Zubereitungsarten werden bevorzugt?
- Welche Informationen/Kennzeichnungen werden erwartet?
- Wie wichtig sind Nachhaltigkeitsaspekte bei Tee? (Bio, Fair Trade etc.)
- Welche Marken sind bekannt? Gestützt und ungestützt?
- Welche Marken werden verwendet?
- Was sind die Produkt-Attribute für Standard bzw. Premium aus der Sicht des Käufers?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Tee transparent und zeigt damit neue Chancen auf

Kern-Fragenprogramm
Trend Evaluation Tee-Trends 2019

POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft? (Fachhandel vs. LEH)
- Wer kauft wo?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo macht eine Platzierung von Tee am POS aus Sicht der Shopper Sinn? (Stamm- und Zweitplatzierung)
- Wonach bzw. wie sollte im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Welche Arten von POS-Promotion werden bei Tee gewünscht /erwartet?
- Welche Promotion-Aktionen zu Tee sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema Tee

Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:	**männlich, weiblich**
Alter:	**18-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69**
Netto-Einkommen:	**bis 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**
Bundesländer:	**Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Niedersachsen Berlin/Brandenburg, Sachsen, NRW**
Haushaltsgröße:	**1-PHH / 2-PHH / 3 PHH / 4-PHH u. m.**
Haushalte mit/ohne Kinder:	**HH ohne Kinder / HH mit Kindern**

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation Ergebnisse im Detail

		Seiten
1.	Wie häufig wird gekauft/verwendet? Wie viel wird ausgegeben?	43-63
2.	Was wird gekauft?	64-102
3.	Wo wird gekauft? Zu welchen Anlässen/von wem wird konsumiert?	103-113
4.	Einkaufs- und Verwendungsverhalten	114-149
5.	Was ist beim Kauf von Tee wichtig? Situation am POS	150-160
6.	Markenbekanntheiten	161-172
7.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	173-176
8.	Wie werden Käufer aufmerksam?	177-187
7.	Nebenherverwendung und generelle Einstellungen	188-208
9.	Tee-Einzelkapselsysteme: Bekanntheit, Maschinenbesitz, Verwendung	209-229
10.	Tee-Einzelkapselsysteme: Kaufbereitschaft, Kaufbarrieren	230-241

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

Trend Evaluation Ergebnisse im Detail

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

Einige ausgewählte Beispiele:

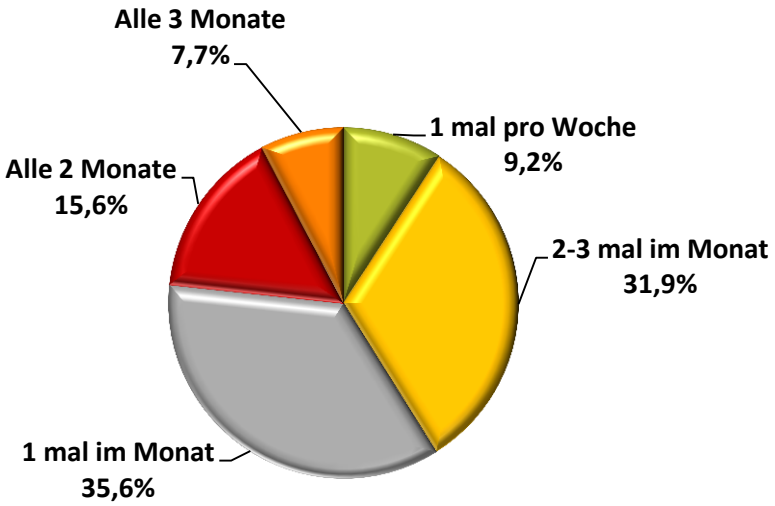
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

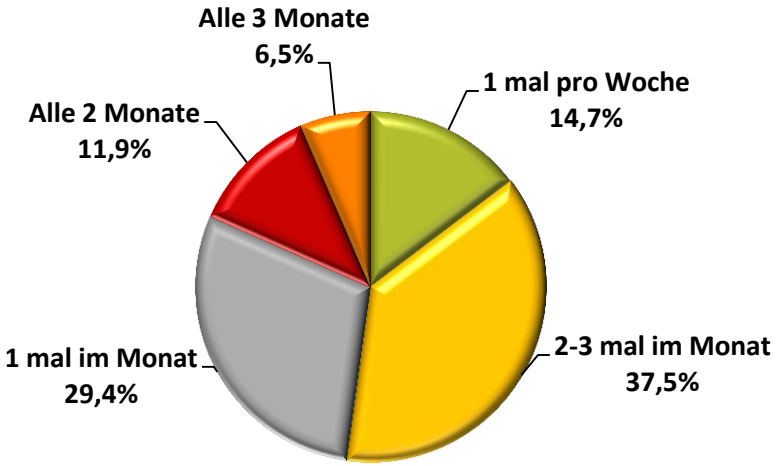
Gegenüber 2013 ist die Häufigkeit des Teeeinkaufs deutlich gestiegen

Wie oft kaufen Sie Tee ein? 2013 n=1.054, 2019 n=2.080

2013



2019



Angaben in %

Kommentar

- Kauften in 2013 noch 9,2 % einmal pro Woche Tee, so steigt dieser Wert auf 14,7 % in 2019 und der Kauf mehrmals pro Monat ist von 31,9 % auf 37,5 % gestiegen
- Die weniger frequenten Kaufakte sind dagegen deutlich gesunken

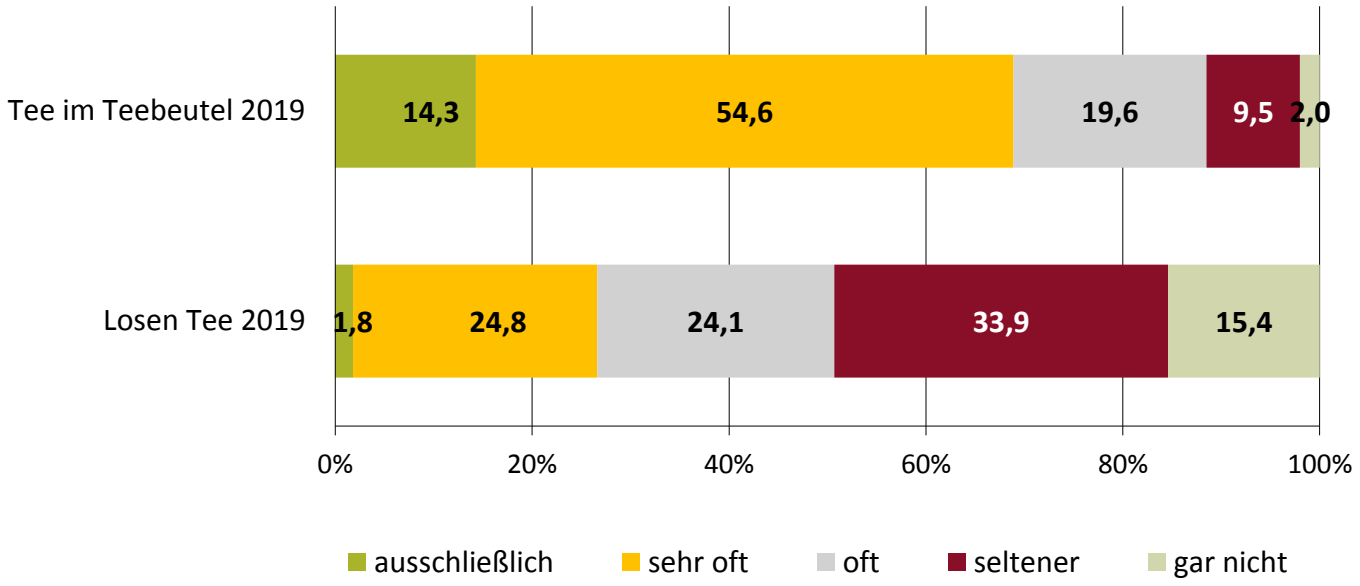
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

14 % verwenden ausschließlich Teebeutel bei der Tee-Zubereitung

Trend Evaluation Consumer Insights Tee-Trends 2019

Bei Tee haben Sie normalerweise die Möglichkeit, Teebeutel oder losen Tee zu verwenden. Welche Art verwenden Sie wie häufig? n=2.080



Kommentar

- Rund 50 % bevorzugen die Zubereitung mit losem Tee
- Nur 11,5 % verwenden „selten oder gar nicht“ Teebeutel

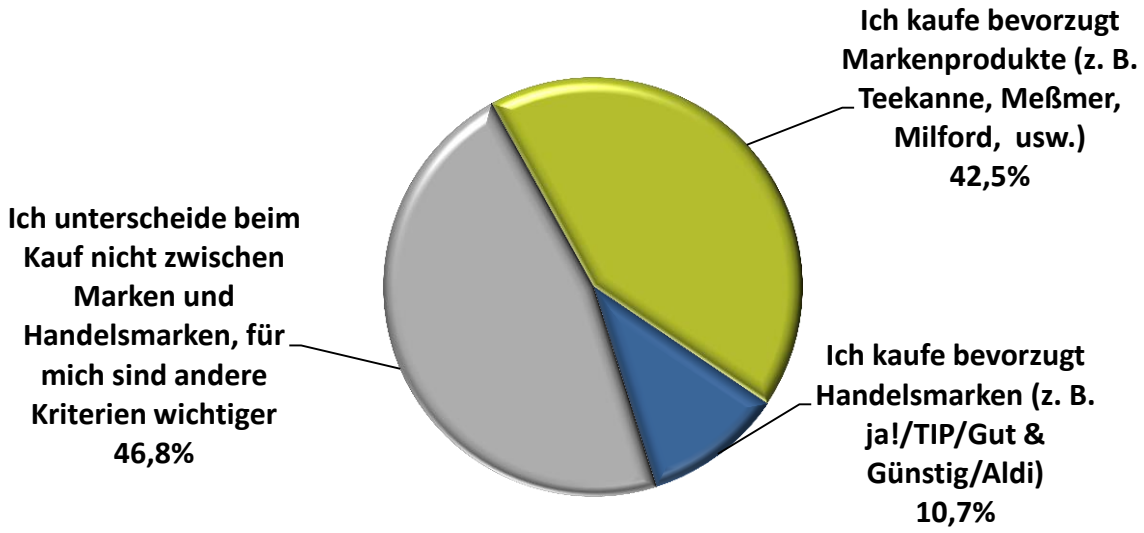
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

47 % der Käufer unterscheiden nicht nach Marke oder Handelsmarke, sondern setzen auf andere Kriterien beim Kaufentscheid

Trend Evaluation Consumer Insights Tee-Trends 2019

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Ihren Einkaufsgewohnheiten bei Tee bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten bei Tee am meisten zu? n=2.080



Angaben in %

Kommentar

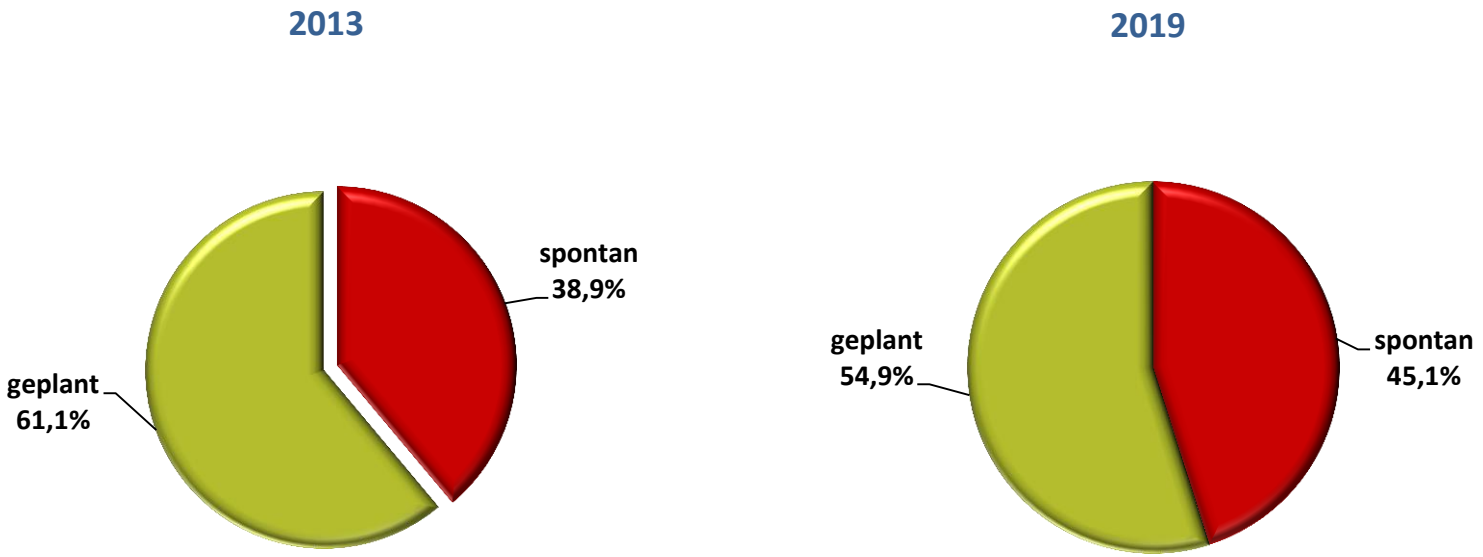
- 43 % kaufen bei Tee bevorzugt Markenprodukte
- Nur 11 % kaufen bevorzugt Handelsmarken (soweit sie diese als solche erkennen)

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Spontankauf bei Tee hat im Zeitverlauf zugenommen

Erfolgt Ihr Einkauf von Tee im Geschäft überwiegend spontan oder geplant? 2013 n=1.054, 2019 n=2.080



Angaben in %

Kommentar

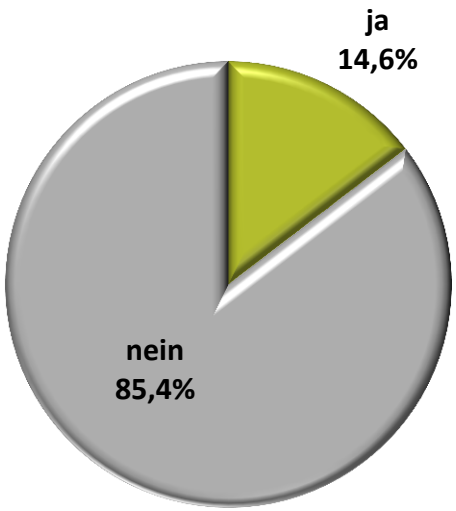
- 39 % in 2013 sind Impulskäufe, in 2019 sind dies 45 %
- 61 % planten ihren Teekauf in 2013 vorab, in 2019 sind dies 55 %

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Nur knapp 15 % geben an, sich an Aktionen für Tee/Teemarken zu erinnern

Sind Ihnen Aktivitäten (Werbung)/Promotionaktionen zu Tee bzw. Teemarken im Geschäft bzw. in den Geschäften in letzter Zeit aufgefallen? n=2.080



Angaben in %

Kommentar

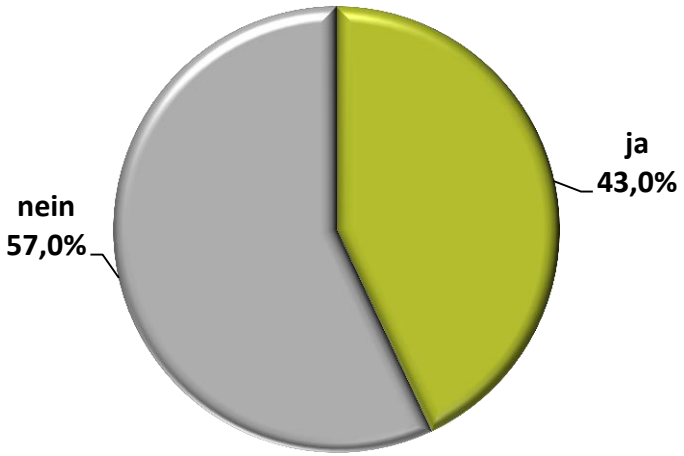
- Das ist ein niedriger Promotion-Awarenesswert im Vergleich zu den meisten anderen Warengruppen (im Vergleich als Benchmark: bei Sekt liegt der Erinnerungswert bei 45% !)

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Die Awareness für die Tee-Einzelkapselsysteme: 43 % wissen, dass es neue Einzelkapselsysteme für Tee gibt

Bei Tee gibt es seit kurzem die neuen Einzelkapselsysteme (z. B. „Special T“) Der Tee wird als Kapsel in einer speziellen Maschine einzeln zubereitet. Ist Ihnen bekannt, dass es Einzelkapselsysteme für Tee gibt bzw. ist Ihnen die Werbung für diese neuen Tees aufgefallen? n=2.080



Kommentar

- 43 % der Befragten ist bekannt, dass es Einzelkapselsysteme für Tee gibt bzw. ihnen ist die Werbung für diese neuen Tees aufgefallen
- 57 % der Befragten kennen diese Innovation bei Tee noch nicht

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Trend Evaluation bildet die Basis für eine erfolgreiche Marktbearbeitung

Honorare
Trend Evaluation Tee-Trends 2019

- Die Ergebnisse der **Consumer Insights „Tee-Trends 2019“** können Sie bestellen:
  - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Consumer Insights „Tee-Trends 2019“ ist:

  3.900 Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse liegen vor und werden innerhalb von zwei Arbeitstagen nach der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Ergebnisse erfolgt in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnis-interpretationen. Persönliche Ergebnispräsentation optional möglich (gegen Aufpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.06.2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk 2019

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.

Copyright © mafowerk 2019

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.