



Trend Evaluation - Shopper Insights
Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Potenziale • Kaufmotive • Präferenzen

Der Online-Kauf gewinnt bei Süßwaren an Bedeutung

Ausgangssituation

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019



Auch für Süßwaren ist der Online-Kanal in der Zwischenzeit zu einem ernstzunehmenden Vertriebskanal geworden, 12 % aller Süßwaren-Käufer haben bereits online Süßwaren gekauft.

Mit der Trend Evaluation „Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren“, hat mafowerk das Einkaufsverhalten der Online-Käufer und das Online-Potential der bis jetzt nur offline-Kaufenden untersucht.

WER, WAS, WANN und **WARUM** bereits und zukünftig im Online-Handel im Vergleich zum Offline- bzw. stationären Handel kauft - das beantwortet die aktuelle **Trend Evaluation Shopper Insights** von mafowerk.

Trend Evaluation bewertet den Online-Handel bei Süßwaren im Vergleich zum Offline-Handel

Themen /1

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019



- Wer kauft Online und wer kauft bis jetzt nur Offline?
- Welches sind die wichtigsten Zielgruppen für einen Online-Kauf?
- Welche Produkte und Warengruppen werden Online bei Süßwaren gekauft?
- Wie häufig wird Online gekauft?
- Wann wird Online gekauft?
- Zu welchen Anlässen und für wen wird Online gekauft?
- Welche Angebotsformen und Packungsgrößen werden Online erwartet?
- Wieviel wird Online ausgegeben? Wie hoch sind diese Ausgaben am Gesamt-Budget?
- Wie ist das zukünftige Kaufverhalten der online und offline Käufer?
- In welchen Online-Shops werden Süßwaren gekauft?
- Wie wichtig sind Online-Shops der Hersteller und in welchen wird gekauft?

Trend Evaluation liefert Insights und Handlungsempfehlungen durch eine klare Warengruppendifinition und Ausweisung von Teilmärkten

Erfasste Warengruppen/Süßwaren-Kategorien

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Schokoladenwaren

1. Tafelschokolade
2. Schokoriegel
3. Sonstige Riegel, wie Müsliriegel, Proteinriegel, Fruchtriegel, Nussriegel
4. Pralinen
5. Saisonschokolade Ostern
6. Saisonschokolade Weihnachten
7. Adventskalender
8. Marzipan
9. Nougat
98. Sonstige Süßwarenprodukte, welche:

Zuckerwarenprodukte

1. Gummibärchen
2. Lakritz
3. Fruchtgummi
4. Bonbons zum lutschen
5. Kaubonbons
6. Schaumzuckerprodukte (z. B. Marshmallows, Schaumküsse)
98. Sonstige Zuckerwaren, welche:

Süßgebäck

1. Kekse, Kleingebäck
2. Waffeln
3. Lebkuchen
4. Cookies
5. Plätzchen
98. Sonstige, welche:

Knabberartikel

1. Chips-Kartoffel
2. Chips-Gemüse
3. Sticks
4. Flips
5. Salz-,Käse-, Laugengebäck
6. Nussmischungen
7. Popcorn
8. Tortilla-Chips
98. Sonstige Knabberartikel, welche:

Trend Evaluation Studienaufbau

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens bei Süßwaren (offline versus online)

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 2.000 Interviews
- Screening:
 - 1.000 Verbraucher, die Süßwaren bereits online gekauft haben
 - 1.000 Verbraucher, die Süßwaren häufig/sehr häufig kaufen und Süßwaren online noch nicht 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**

- 16.01.2019 (Feldstart), 25.01.2019 (Feldende)

Trend Evaluation Ergebnisse im Detail

Einige ausgewählte Beispiele

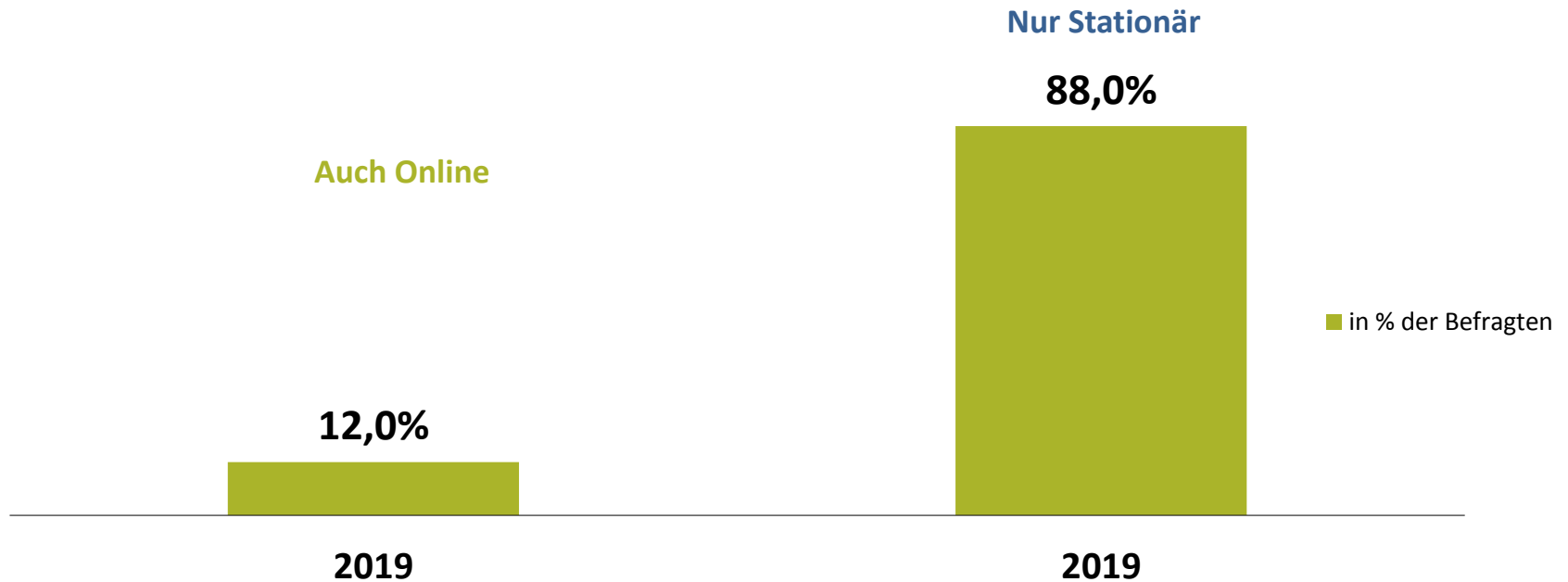


12 % aller Süßwarenkäufer haben Süßwaren/Knabberartikel bereits online gekauft



Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Wie hoch ist die Reichweite beim Online-Kauf von Süßwaren/Knabberartikel?



Kommentar

- 88 % aller Käufer von Süßwaren/Knabberartikel haben bis jetzt nur stationär gekauft

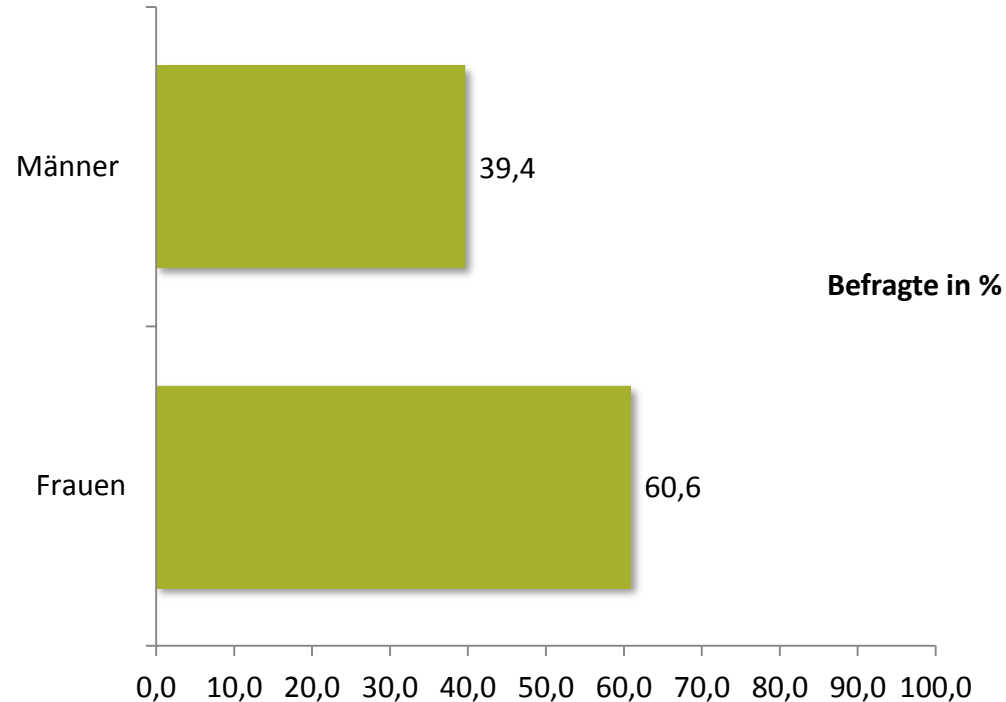
Frauen bilden die größte Gruppe bei den Online-Käufern von Süßwaren/Knabberartikeln



Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Wer kauft Online Süßwaren/Knabberartikel?

Basis: Alle befragten Online-Käufer n=1.000



Kommentar

- Mit 61 % Anteil an allen Online-Käufern für Süßwaren/Knabberartikel haben Frauen den höchsten Anteil

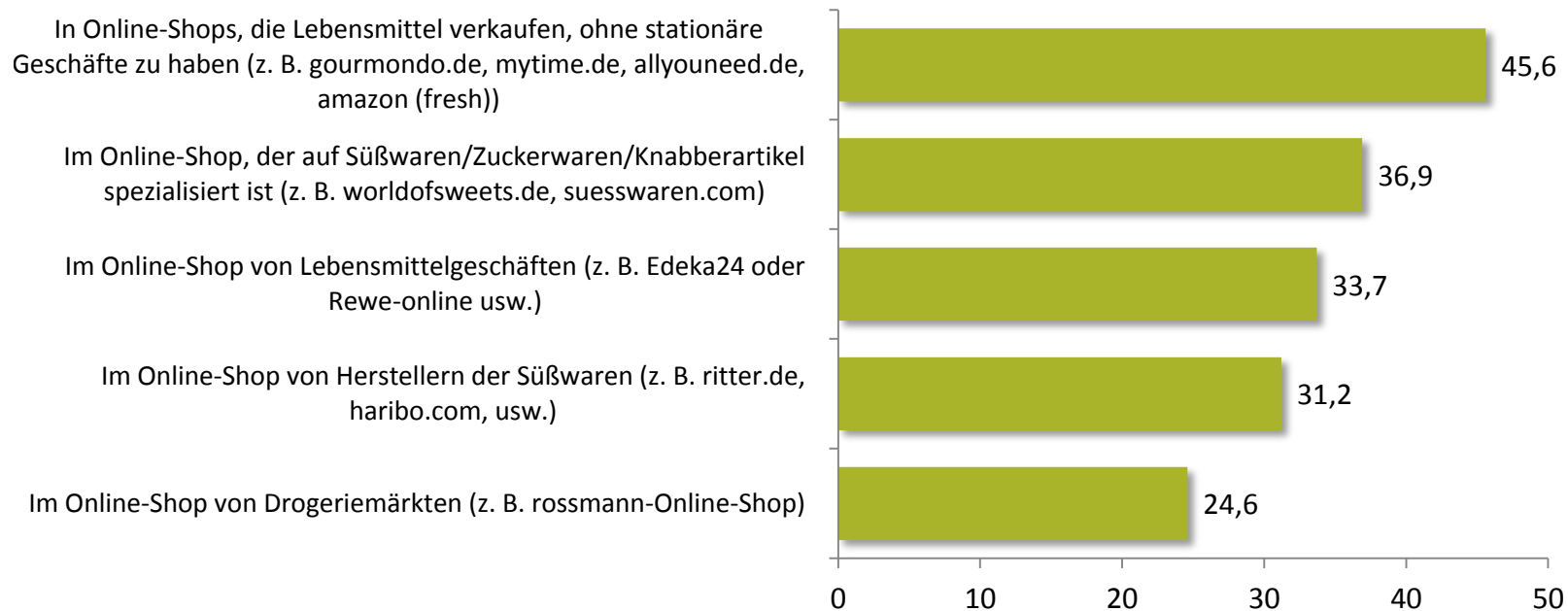
Die meisten Onlinekäufer kaufen Süßwaren in Online-Shops für Lebensmittel, die keine stationären Geschäfte haben



Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

In welchen Online-Shops kaufen Sie Süßwaren/Knabberartikel ein und wie häufig?

Basis: Alle befragten Online-Käufer. Top 2 Boxes „sehr oft/ oft - ges.“ n=1.000



Angaben in %

Kommentar

- 37 % kaufen in Online-Shops, die auf Süßwaren spezialisiert sind
- 31 % kaufen direkt in den Online-Shops der Hersteller

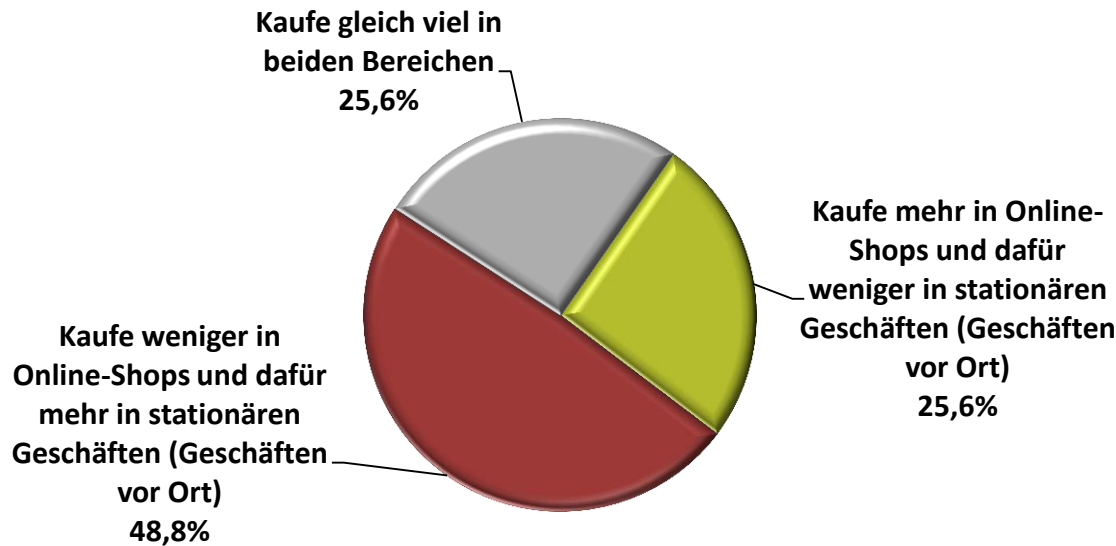
Bei Süßwaren wird „noch“ mehr stationär gekauft



Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Wie schätzen Sie Ihr derzeitiges Einkaufsverhalten bei Süßwaren/Zuckerwaren/Knabberartikel in Online-Shops im Vergleich zu stationären Geschäften in diesem Jahr ein? Bitte wählen Sie das Zutreffende aus

Basis: Alle befragten Online-Käufer. n=1.000



Angaben in %

Kommentar

- Fast jeder Zweite kauft mehr in stationären Geschäften Süßwaren/Knabberartikel
- Allerdings geben 25 % an, mehr in Online-Shops zu kaufen als in stationären Geschäften
- Weitere 25 % kaufen in beiden Kanälen gleich viel

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema Süßwaren

Soziodemografien

Trend Evaluation Shopper Insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019

Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht: männlich, weiblich

Alter: 18-24 / 25-29 / 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

Haushaltsgröße, mit/ohne Kinder



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

Honorar

Trend Evaluation Shopper insights Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019



- Die Ergebnisse der Shopper Studie „Multichannel Vertrieb Süßwaren 2019“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Shopper Insights ist:

4.100,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die Ergebnisse der Studie liegen vor und werden bei Bestellung innerhalb von 2 Arbeitstagen geliefert
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen, Insights und Handlungsempfehlungen in deutscher Sprache
- Ergebnispräsentation optional möglich (gegen Aufpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot gilt bis zum 20.12.2019

Kontakt

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-Str. 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.