

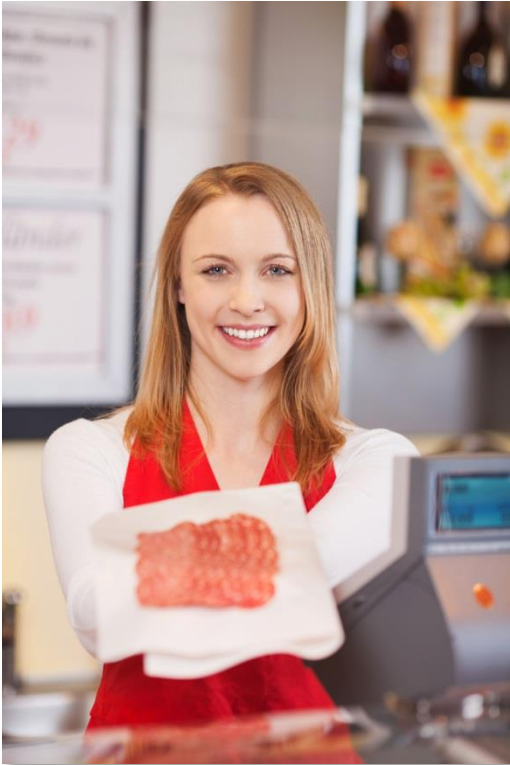


Trend Evaluation – Frische-/Bedientheke Wurst 2019

• **Studieninhalte** •

Trend Evaluation Die Bedientheke ist vertrauensbildend und ein Wertschöpfungsfaktor

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019



Die Kaufintensität bei Wurst allgemein sinkt, dafür wird aber qualitativ hochwertiger und vor allem kritischer gekauft und der Preis ist nicht mehr das allein ausschlaggebende Kaufargument.

Deshalb wird die Bedientheke im Zeitablauf noch wichtiger, um Vertrauen aufzubauen und um Aufmerksamkeit für Wurstprodukte zu erzeugen.

Mit einer Fortführung der **Trend Evaluation** Consumer Insights „Bedientheke Wurst“ hat mafowerk aktuell die Entwicklung von Wursttheken im Vergleich zu 2012 und 2016 untersucht.

Aktualisieren Sie Ihr Wissen mit der **Trend Evaluation** Consumer Insights „Bedientheke Wurst 2019“

- für sichere Entscheidungen.

Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Wurst an der Bedientheke. Zielgruppe: haushaltsführende Personen, die an der Wursttheke einkaufen

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.070 Interviews
- 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: 03.05.2019
- Feldende: 10.05.2019

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019

1.	Wie häufig wird gekauft? Wo wird gekauft?	Seite 39 - 50
2.	Was ist beim Kauf von Wurst wichtig?	Seite 51 - 55
3.	Kaufgründe für den Kauf an der Bedientheke	Seite 56 - 78
4.	Kompetenzstatus der Einkaufsstätten bei Theken	Seite 79 - 95
5.	Beurteilung der „Cabrio-Theken“	Seite 96 - 101
6.	Kaufgründe für den Kauf im Selbstbedienungs-Kühlregal	Seite 102 - 111
7.	Wie informiert sich der Konsument?	Seite 112 - 118
8.	Die Innovationskraft der Warengruppe Wurst	Seite 119 -121
9.	Wünsche an Hersteller und Handel?	Seite 122 - 129
10.	Special: Vegetarische Wurst	Seite 130 - 138

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019



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

Kinder im Haushalt:

Haushalte mit Kindern / ohne Kinder

Gebiete:

Nielsengebiete

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 Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019



20 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
3 Seiten aussagekräftige Insights
100 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

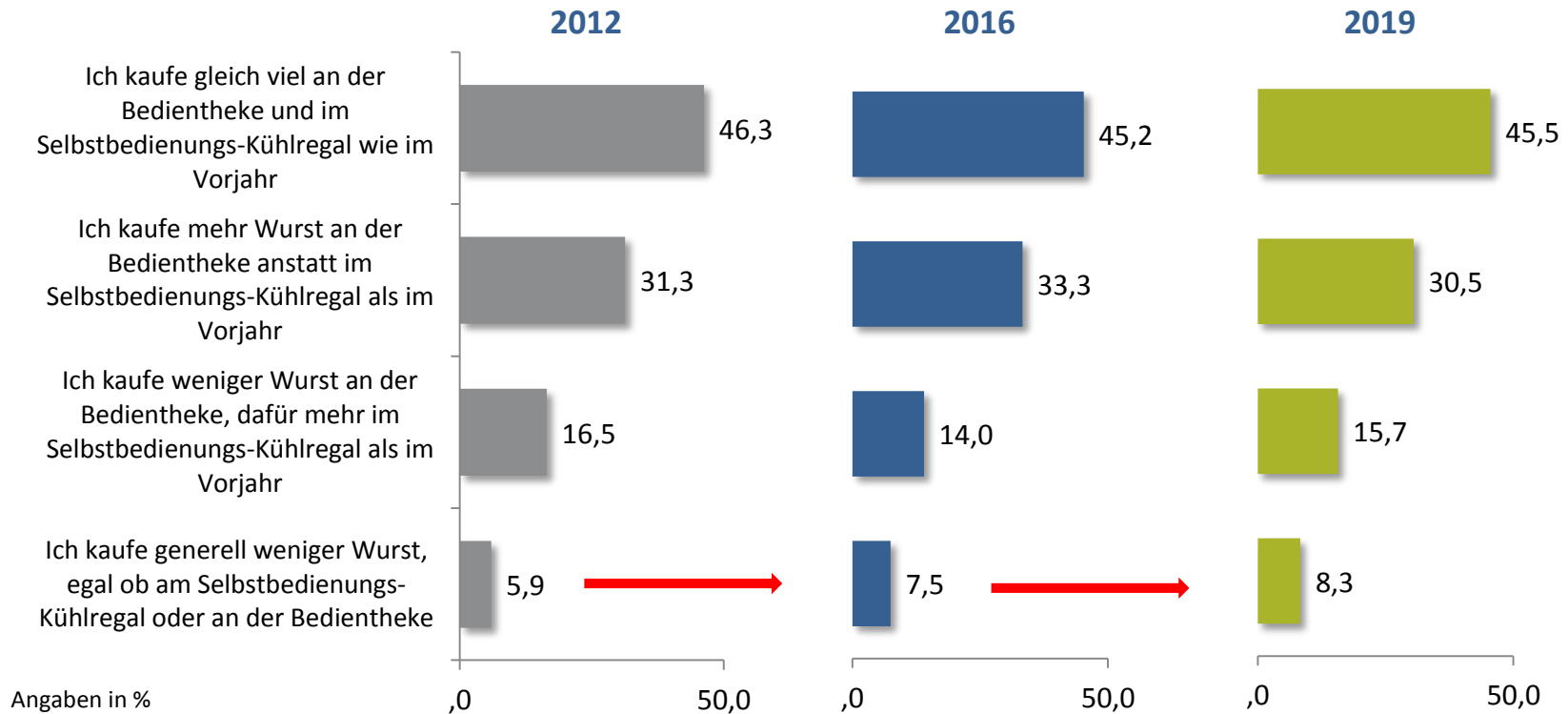
Einige ausgewählte Beispiele

Im Zeitvergleich bleiben die Aussagen über den Kauf an der Bedientheke konstant

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten zur Bedientheke für Wurst?

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Wurst (auch) an der Bedientheke kaufen. 2012 n=1.071, 2016 n=977, 2019 n=1.070



Angaben in %

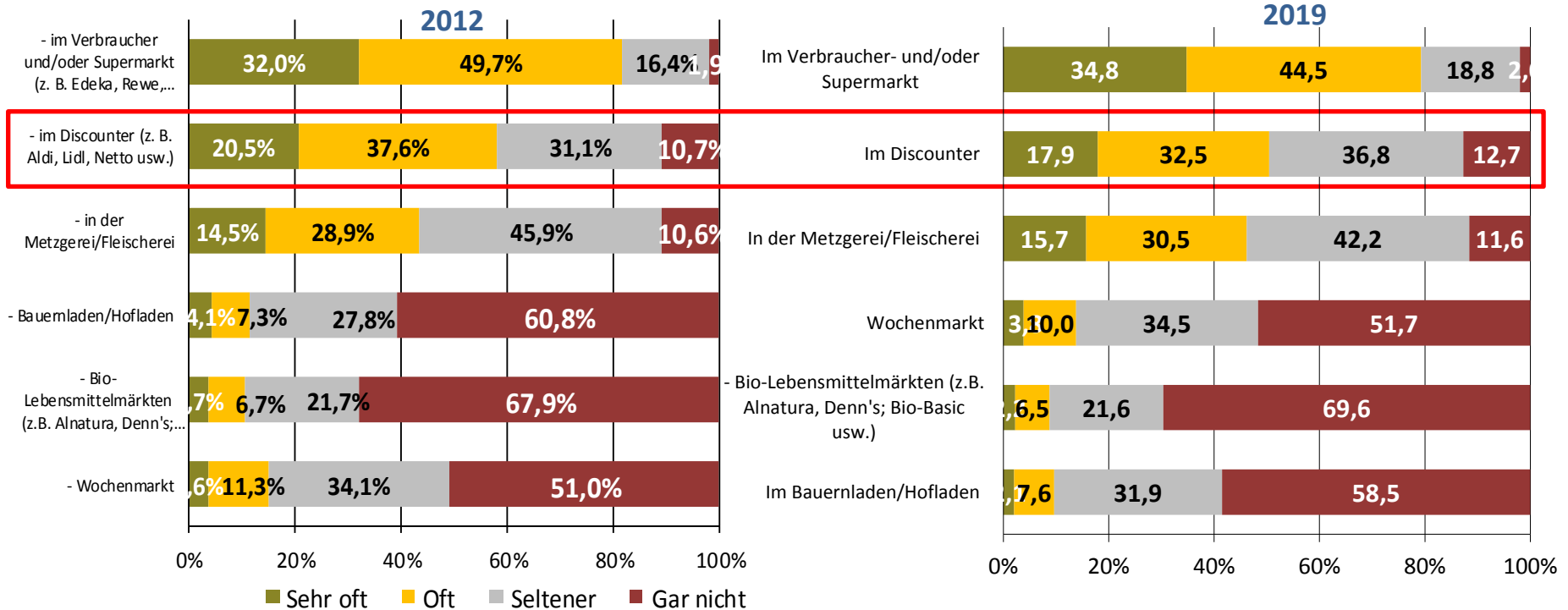
Kommentar

- Tendenziell steigt aber die Aussage, dass generell weniger Wurst gekauft wird, unabhängig davon, ob an der Bedientheke oder im SB-Regal

Die Vollsortimenter im LEH haben weiterhin das Vertrauen der Wurstkäufer, nicht zuletzt über die Bedientheken

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wo kaufen Sie Wurst ein? 2012 n=1.071, 2019 n=1.070



Angaben in %

Kommentar

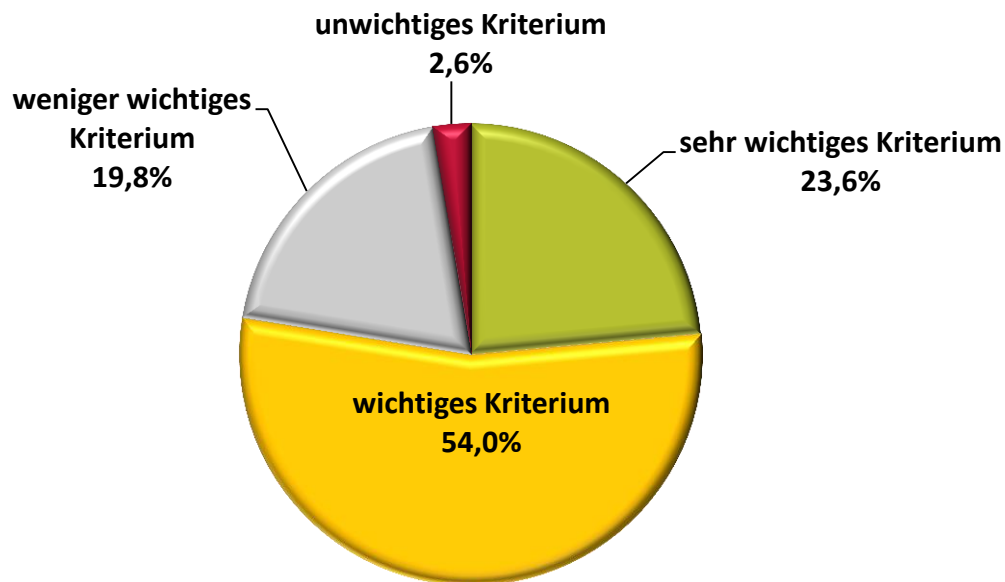
- Während die Verbraucher-/Supermärkte ihre Häufigkeiten beim Wursteinkauf gegenüber 2012 konstant halten, verlieren die Discounter an Einkaufshäufigkeit und 12,7 % kaufen in 2019 gar nicht Wurst beim Discounter (nach 10,7% in 2012)

Für 78 % der LEH-Käufer ist die Bedientheke ein „sehr wichtiges/wichtiges“ Kriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wie beurteilen Sie die folgende Aussage: „Bei der Wahl meiner Einkaufsstätte ist die Wurst-Bedientheke ein ...“

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Wurst (auch) an der Bedientheke kaufen. n=1.070



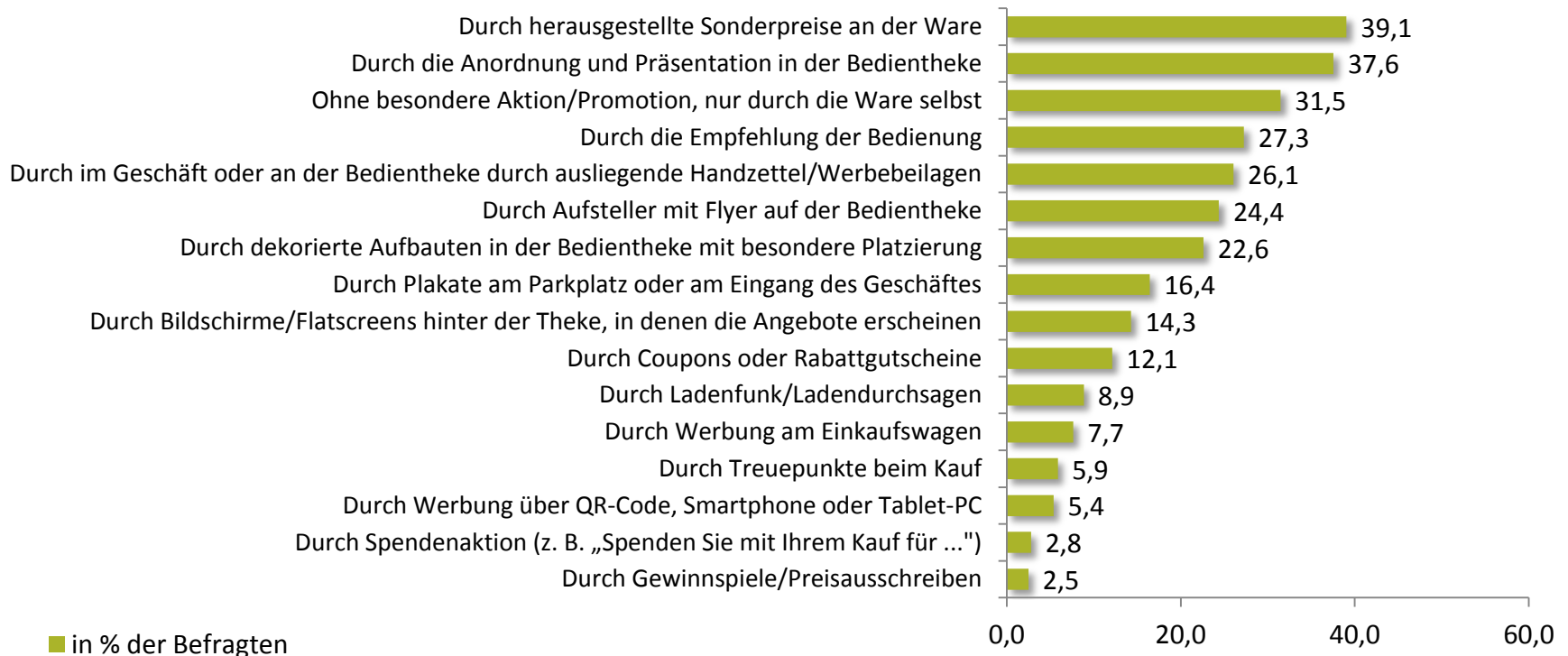
Kommentar

— Für 24 % der Befragten ist sie sogar ein sehr wichtiges Kriterium

Sonderangebote sind auch an der Bedientheke sehr wichtig

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wie werden Sie auf Angebote Wurst bzw. Fleischwaren (z. B. Schinken, Sülze, usw.) an der Bedientheke im Geschäft aufmerksam? Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Wurst (auch) an der Bedientheke kaufen. n=1.070



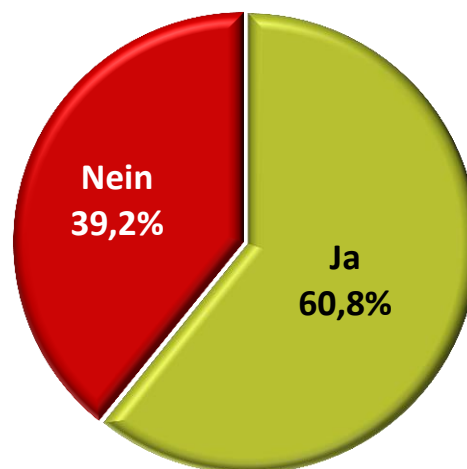
Kommentar

..... sowie eine ansprechende Präsentation der Ware

2/3 kaufen auch an der „Cabrio-Theke“ die Wurst

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

In vielen Märkten ist mittlerweile die klassische Bedientheke in Kombination mit einer offenen Theke zu finden (zusätzlich zu den Selbstbedienungs-Kühlregalen), die sogenannten „Cabrio-Theke“: die hier zu findende vorverpackte Ware ist bereits abgewogen und ausgezeichnet. Haben Sie schon einmal vorverpackte Wurst im offenen Bereich unmittelbar neben der Bedientheke gekauft? n=1.070



Angaben in %

Kommentar

— Nur jeder Dritte hat noch nicht im offenen Bereich der Cabrio-Theke gekauft

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation Bedientheke Wurst 2019



- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Bedientheke Wurst 2019“ können Sie bestellen:
 - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
 - **3.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten der Studie 2012/2016 ist:
 - **4.900,- 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 finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

* Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2016 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

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.