mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation - Consumer Insights Food

SB-Brot und -Backwaren 2019

Tiefgekühlt - SB-Regal - Backstation - Pre- und ready baked

• Studieninhalte •

Nürnberg | im Juni 2019

Trend Evaluation: 67 % aller Käufer an Backstationen sind der Meinung, dass die Produkte genauso gut sind wie aus einem Bäckereifachgeschäft

„Die Produkte aus den Back-Stationen sind im Vergleich zu den Produkten aus dem Bäckereifachgeschäft …….?“

Mit rund 4 Mrd. Euro Umsatz haben die LEH-Geschäfte (inkl. Discounter) fast 50 % des Anteiles an den Verbrauchsausgaben für Brot und Backwaren.

Neben den SB-Regalen und Prebacked-Produkten sorgen auch rund 15.000 Backstationen für die Bedarfsdeckung der Shopper: für rund 42 % der Käufer an Back-Stationen war 2017 das Vorhandensein einer Back-Station ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte und 80 % haben bereits süße Gebäckstücke an Back-Stationen gekauft, 74 % auch salzige Snackprodukte.[1)]

- Wie haben sich die Angebote der Backstationen des LEH aus der Sicht des Shoppers im Vergleich zu 2013, 2015 und 2017 entwickelt?
- Welche Brot- und Backwaren werden wo gekauft?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?

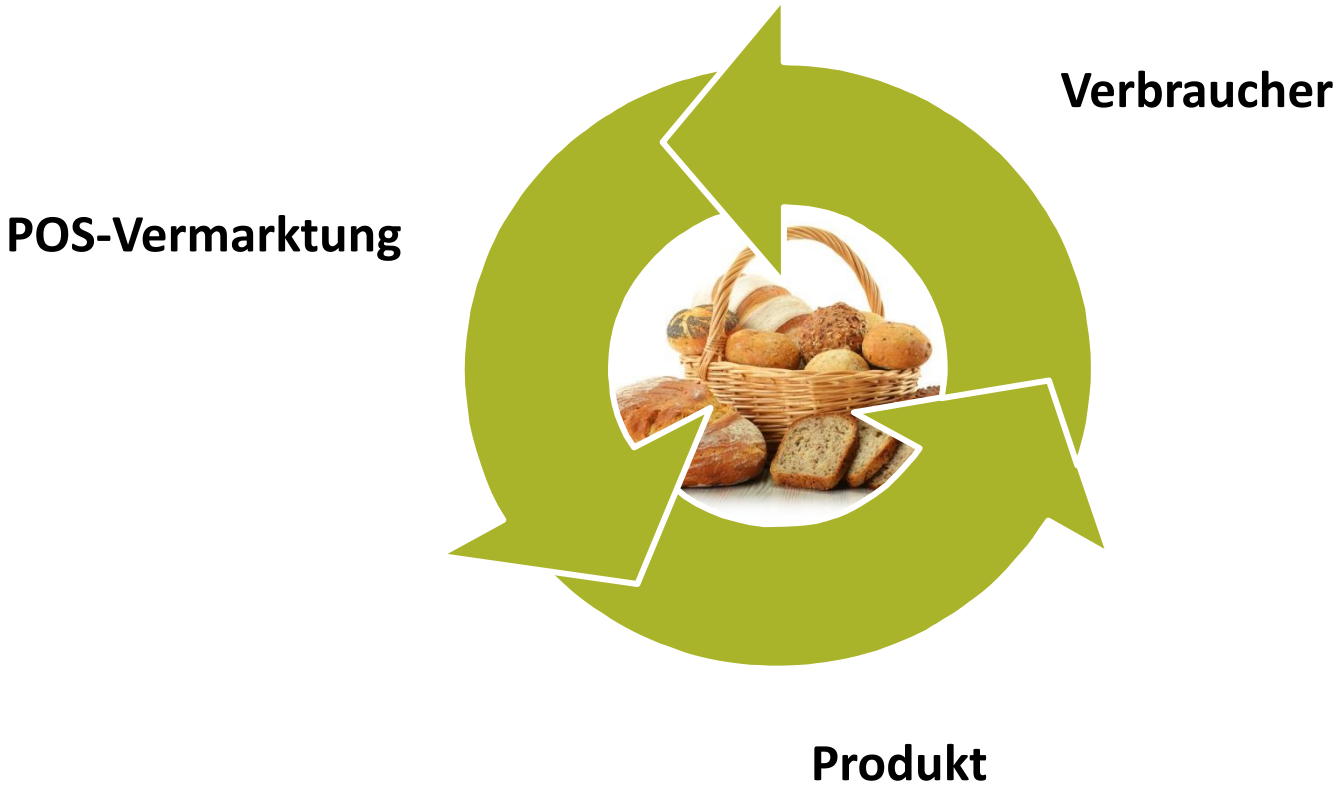
In einer Neuauflage 2019 der **Trend Evaluation Consumer Insights SB-Brot- und Backwaren** hat mafowerk die Entwicklung im Vergleich zu 2013, 2015 und 2017 in diesem Markt auf seine Tragfähigkeit und die Möglichkeiten von weiteren Wachstumsfeldern untersucht - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung.

1) Quelle: mafowerk Consumer Insights „Brot- und Backwaren 2017“

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

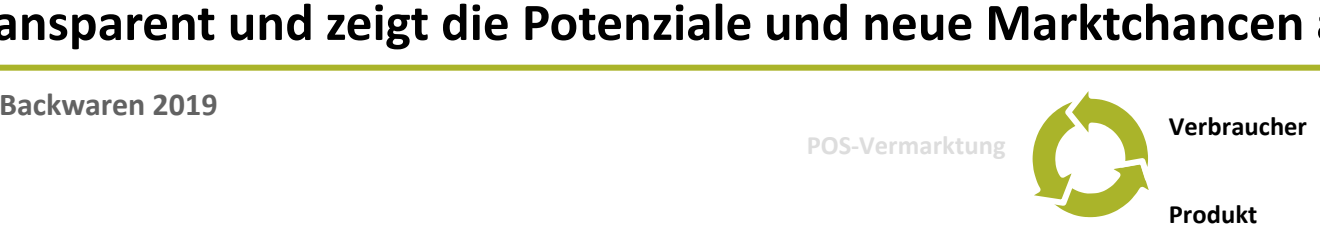
Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Brot- und Backwaren



Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Brot- und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf



Produkt und Marke

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse?
- Welcher gesundheitliche Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Wie stark ist das Potenzial von SB-Ware (fertig, teilfertig)?
- Welche Marken sind bekannt?
- Welche neuen oder zusätzlichen Sortimente werden an Backstationen gewünscht, welche bisherigen werden akzeptiert oder abgelehnt?

Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man die Käufer einordnen?
- Zu welchen Anlässen wird wo gekauft?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen und wie haben sich diese seit 2013 entwickelt?
- Wie hoch ist die Substitution innerhalb der Angebotsformen (anlassbezogen oder dauerhaft)?
- 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?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Brot- und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

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 Brot- und Backwaren im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Wie werden zusätzliche Serviceeinrichtungen an Backstationen bewertet?
- Wie werden die verschiedenen Backstationen-Konzepte der Einzel-Accounts bewertet im Vergleich zu 2013/2015/2017 ?

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Brot- und Backwaren (Brot, Brötchen/Semmeln)
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Brot- bzw. Backwaren kaufen und bereits an Back-Stationen des LEH kaufen bzw. 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**
  - Feldstart: 03.05.2019
  - Feldende: 10.05.2019

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren 2019

		Seiten
1.	Wie häufig wird gekauft?	50-55
2.	Wo wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben?	56-80
3.	Wann wird gekauft? Zu welchen Anlässen?	81-87
4.	Kauf an Back-Stationen	88-166
5.	Kauf im SB-Regal	167-175
6.	Kauf in der Tiefkühltruhe	176-182
7.	Einkaufsverhalten Back-Station versus andere Bereiche	183-198
8.	Plankauf versus Spontankauf	199-206
9.	Entscheidungskriterien beim Kauf nach Angebotsformen	207-248
10.	Markenbekanntheiten	249-261
11.	Wie informiert sich der Konsument?	262-271
12.	Wünsche der Konsumenten	272-278

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

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

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren 2019

25 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
4 Seiten aussagekräftige Insights
Über 200 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele

Back-Stationen

SB-Regal

Tiefkühltruhe/-regal

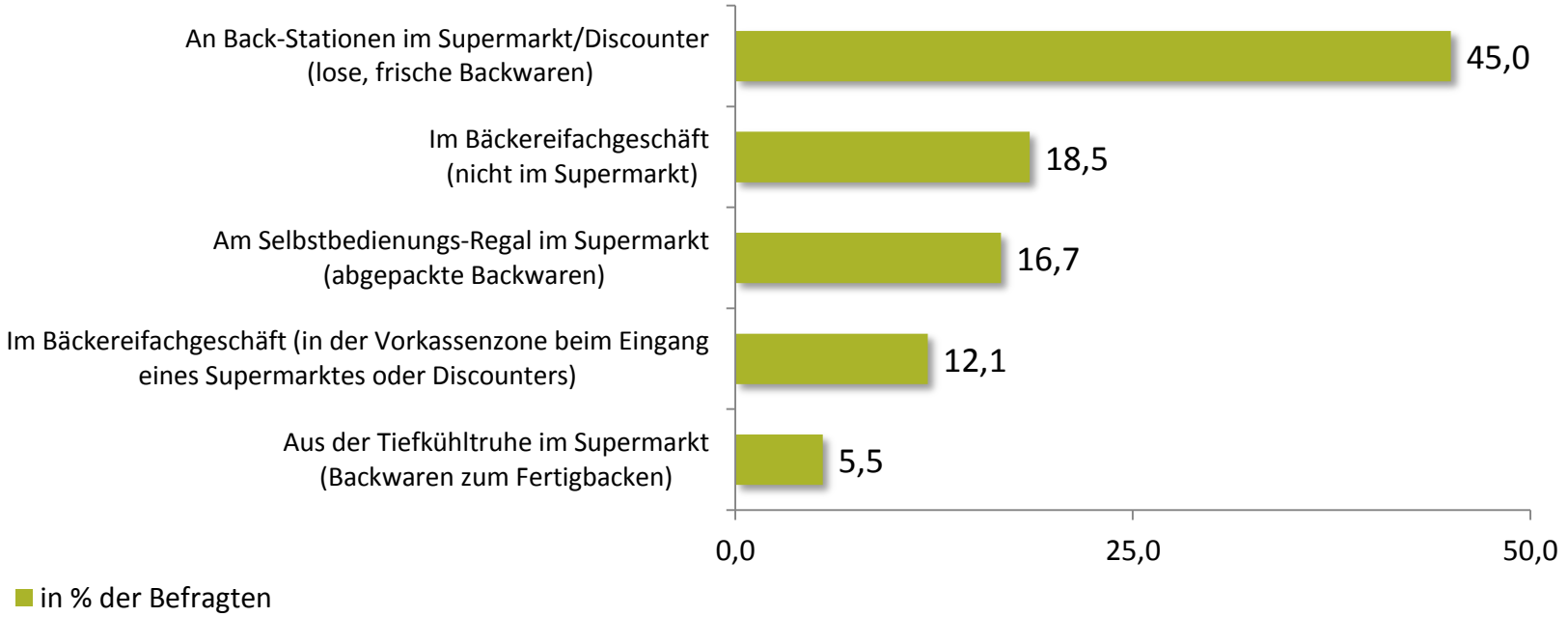
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

45 % der Befragten kaufen ausschließlich oder sehr häufig an Back-Stationen

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wie oft kaufen Sie Backwaren in den folgenden Einkaufsstätten?
Top 2 Boxes „ausschließlich/sehr häufig - gesamt“ n=1.000



Kommentar

- 18,5 % kaufen im Bäckereifachgeschäft (außerhalb des Supermarktes)
- Das Bäckereifachgeschäft in der Vorkassenzone wird weniger intensiv für den Einkauf von Brot und Brötchen/Semmeln als das außerhalb des LEH genutzt

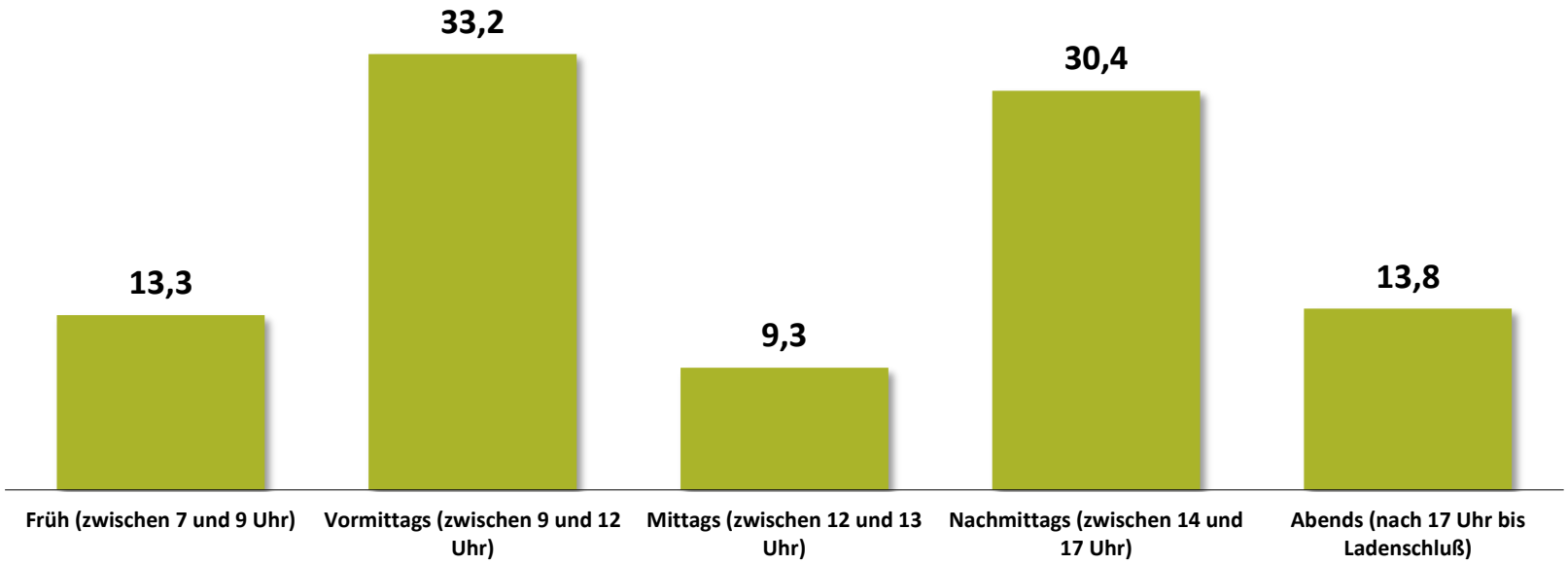
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Nur 13 % aller Einkäufe von Brot und Backwaren an Back-Stationen im LEH erfolgen bevorzugt in der Frühe

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Zu welcher Tageszeit kaufen Sie bevorzugt an Back-Stationen in Lebensmittelgeschäften (Supermärkten/Discountern) Backwaren (Brot, Brötchen/Semmeln) ein? Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen n=1.000



Kommentar

- 30 % aller Einkäufe von Brot und Backwaren an Back-Stationen im LEH erfolgen bevorzugt am Nachmittag
- Nur 9 % kaufen Mittags und 14 % am Abend

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

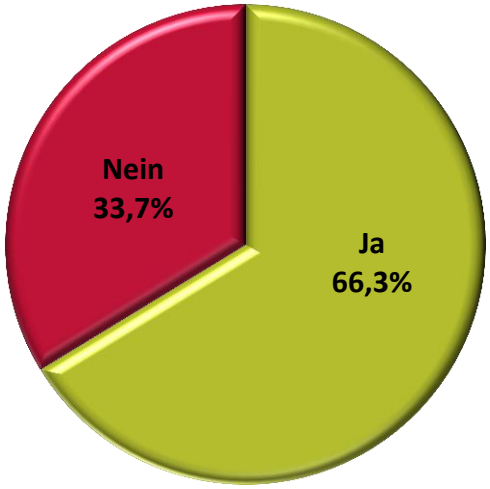
Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Back-Stationen führen bei 66 % zu einem erhöhten Verzehr von frischen Backwaren

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Kaufen Sie jetzt öfter bzw. mehr frische Backwaren aufgrund der Back-Stationen im Lebensmittelhandel als früher beim Bäcker, als es solche Angebote noch nicht in Supermärkten/Discountern gab?

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen. n=1.000



Kommentar

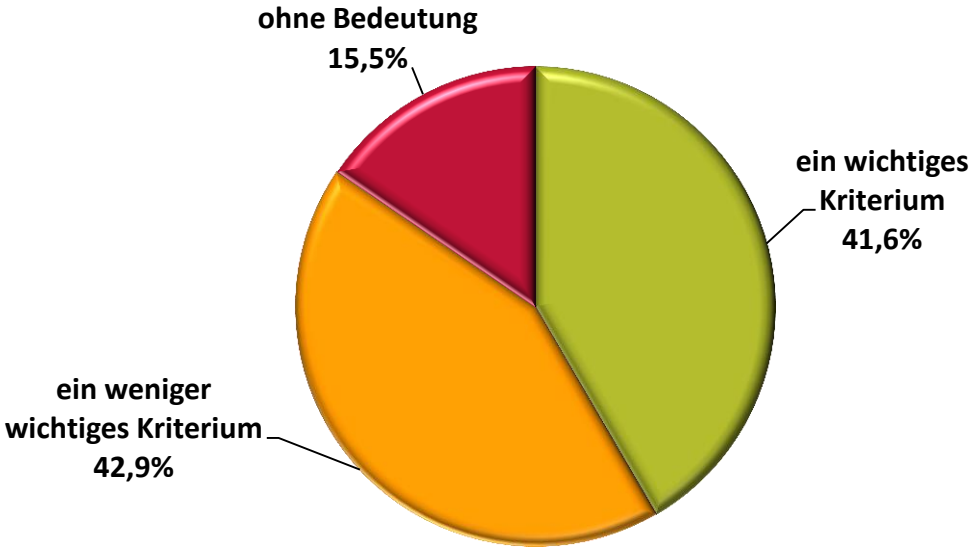
- Nur 34 % kaufen gleich viel frische Backwaren als vor der Einführung der Back-Stationen
- 66 % kaufen dagegen mehr und dies geht meist zu Lasten der Bäckereifach-geschäfte außerhalb des LEH

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Für rund 42 % ist das Vorhandensein einer Back-Station ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

Bei der Wahl meiner Einkaufsstätte bei Lebensmittelmärkten ist das Angebot an Back-Stationen ……
(Wählen Sie das Zutreffende aus)
Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen. n=1.000



Kommentar

- Dagegen ist für 58 % der Befragten eine Back-Station nur ein weniger wichtiges oder unbedeutendes Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

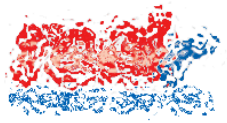
Copyright © mafowerk GmbH, 2019

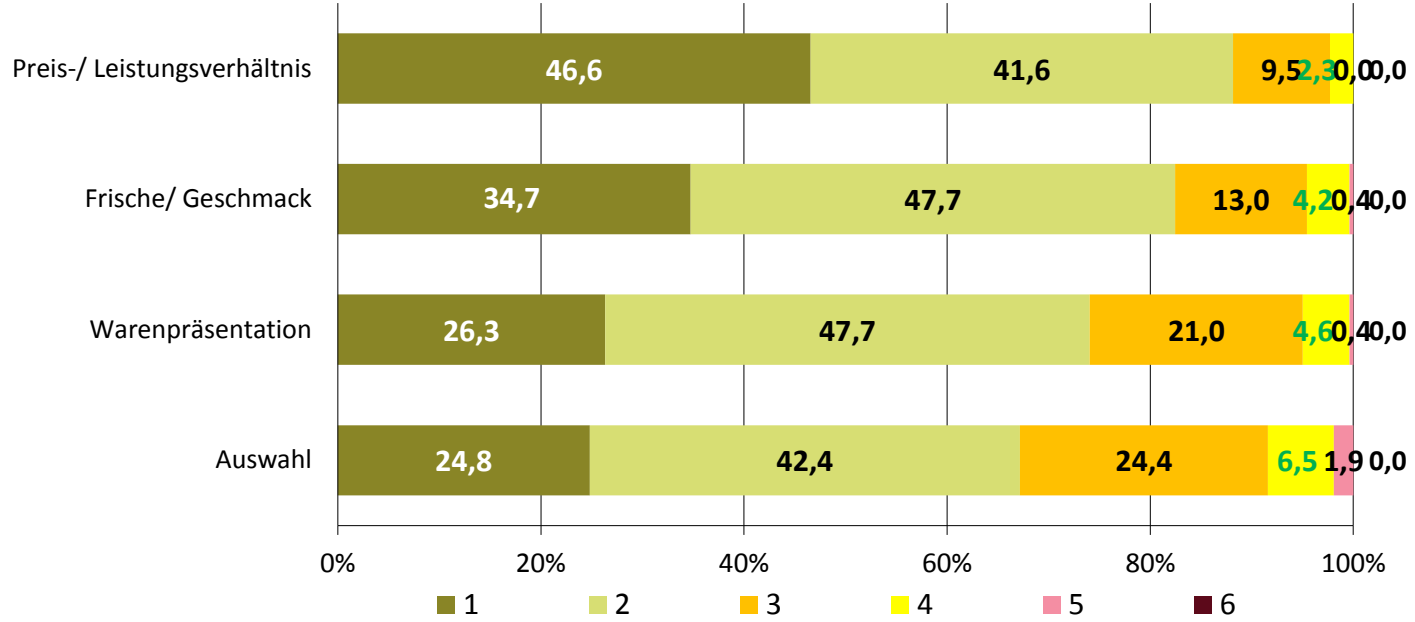
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Die mangelnde Auswahl ist bei der Handelsschiene …. ein Problem für die Kunden

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Wie würden Sie zusammenfassend die Back-Stationen in den von Ihnen genannten Lebensmittelmärkten für folgende Kriterien beurteilen? Bitte vergeben Sie Schulnoten von 1 bis 6 (1 = sehr gut, 6 = ungenügend) Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche im jeweiligen Lebensmittelgeschäft kaufen. n=262





Kommentar

– Beim Preis-/Leistungsverhältnis dagegen punktet die Handelsschiene … deutlich

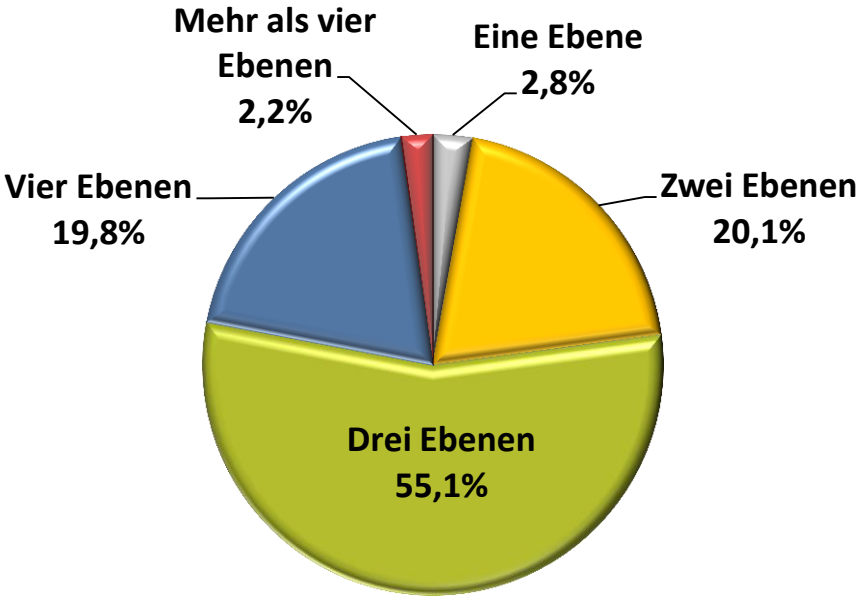
Copyright © mafowerk GmbH, 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Backstationen sollten für die Mehrheit drei Ebenen haben

Trend Evaluation Bedientheke Wurst- und Fleischwaren 2019

Stellen Sie sich eine Backstation vor, in der die Produkte liegen. Wie viele (Regal-)Ebenen übereinander sollte so eine Backstation haben, damit Ihnen die Auswahl am leichtesten fällt bzw. sie für Sie übersichtlich ist? n=1.000



Angaben in %

Kommentar

– Für 55 % sind drei Regal-Ebenen bei den Backstationen genug

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2019

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren 2019

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

  3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.) für 2019 *
- Das Honorar der aktuellen Consumer Insights inklusive der Vergleichsdaten der Consumer Insights 2013/2015/2017 ist:

  5.100,- 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 2017 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 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 GmbH, 2019

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.