



Trend Evaluation - Consumer Insights Food
Pflanzliche Milchalternativen 2019

Potenziale • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

Pflanzliche Milchalternativen: ein Wachstumsmarkt

Ausgangssituation

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019



Der „Milch“-Markt verändert sich, geänderte Verbrauchergewohnheiten sorgen für ein Wachstum bei pflanzlichen Milchalternativen.

Alternative Milchprodukte wie Sojamilch, Getreidemilch oder andere pflanzliche Milchalternativen steigen in der Gunst der Verbraucher und verzeichneten in 2018 ein Umsatzwachstum von knapp 19 %, Tendenz weiter steigend. ¹⁾

Die **Trend Evaluation** Consumer Insights „**pflanzliche Milchalternativen 2019**“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS, Produkt und Konsument**“ und untersucht die Entwicklungspotenziale - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser wachsenden Warengruppe.

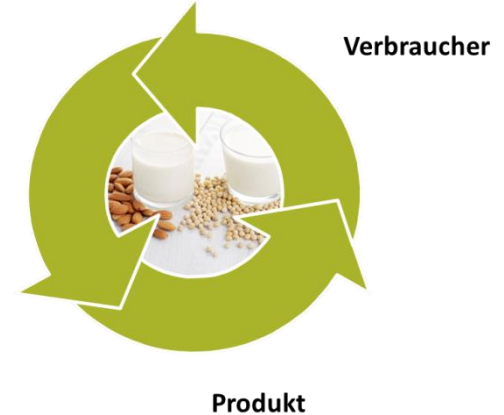
¹⁾ Quelle: IRI Information Resources

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

- Wie häufig und wie viel wird konsumiert?
- Welche Arten werden konsumiert und wie häufig?
- Wie und wann wird pflanzlicher Milch verwendet?
- Einstellung und Verwendungsverhalten bei pflanzlicher Milch
- Wo wird eingekauft?
- Was sind die Auswahlkriterien bei pflanzlicher Milch?
- Wie hoch ist die Preisbereitschaft?
- Präferenzen bei Packungsgrößen und Verpackung
- Wie werden Konsumenten auf Angebote zu pflanzliche Milch aufmerksam?
- Wie beurteilen Käufer die Situation am POS?
- Welche Marken sind bekannt und werden verwendet?
- Wahrnehmung von Werbemaßnahmen im oder außerhalb des POS
- Wünsche der Konsumenten an die Warengruppe pflanzlicher Milch
- Wie hoch ist die Awareness bei den Nicht-Verwendern?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft bei den Nicht-Verwendern?
- Was sind die Ablehnungsgründe bei den Nicht-Verwendern?

22 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
3 Seiten aussagekräftige Insights
+ 175 Seiten klar kommentierte Charts

POS-Vermarktung



Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von pflanzlichen Milchalternativen transparent und zeigt die Potenziale auf

Fragenprogramm /1

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

Thema: Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Warum wird gekauft?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie ausgeprägt ist das Wissen über Milchersatzprodukte?
- Wie hoch ist die Empfehlungsbereitschaft?
- Wer verwendet bzw. trinkt im Haushalt und wie oft?
- Was sind die Verzehranlässe?
- Wie werden die Produkte verzehrt (pur, als Bestandteil von....)?
- 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?
- Welche saisonalen Unterschiede existieren?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?



Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei der Auswahl von pflanzlichen Milchalternativen transparent und zeigt neue Marktchancen auf

Fragenprogramm /2

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019

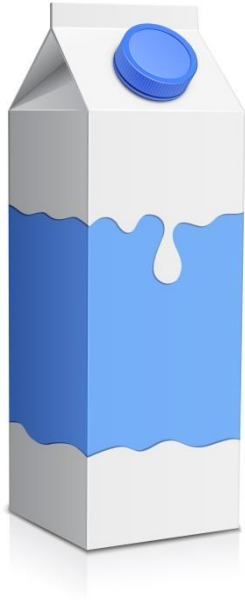
POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

Thema: Produkt



- Wie viel wird gekauft und wie häufig? (Wiederkauf/Erstkauf)
- Welche Informationen/Kennzeichnungen werden erwartet?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Art, Rohstoff, Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, Haltbarkeit, Herkunft, etc.)?
- Was ist der entscheidende Kaufgrund?
- Welche Verpackungsart wird gewünscht?
- Welcher Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Welche Marken sind bekannt? (gestützt/ungestützt)
- Welche Marken werden gekauft/verwendet?
- Wie werden diese Marken bewertet? (Nachkaufs-Potenzial)
- Wie stark ist das Potenzial von neuen Konzepten?

Trend Evaluation macht die Gewohnheiten beim Einkauf von Milchalternativen anschaulich und zeigt Optimierungspotentiale auf

Fragenprogramm /3

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

Thema: POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo macht eine Platzierung von Milchersatzprodukten 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 Superfoods-Lebensmitteln gewünscht/erwartet?
- Welche Promotion-Aktionen zu Milchersatzprodukten sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



Studienaufbau

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Verwendungs- und Einkaufsverhaltens bei pflanzlichen Milchalternativen/bei Milch

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews, davon 500 Verbraucher, **die Milchersatzprodukte kaufen bzw. konsumieren** und 500 Verbraucher, **die bisher noch keine Milchersatzprodukte kaufen bzw. konsumieren**
- Screening: Verbraucher, die Milchersatzprodukte kaufen bzw. verwenden bzw. die keine Milchersatzprodukte kaufen bzw. verwenden
- 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**

- 14.09.2019 (Feldstart)
- 20.09.2019 (Feldende)

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema pflanzliche Milchalternativen

Soziodemografien

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019

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

Haushaltsgröße: 1-PHH / 2-PHH / 3 PHH / 4-PHH

Haushalte mit/ohne Kinder: HH ohne Kinder / HH mit Kinder



Studienergebnisse im Detail

Einige ausgewählte Beispiele



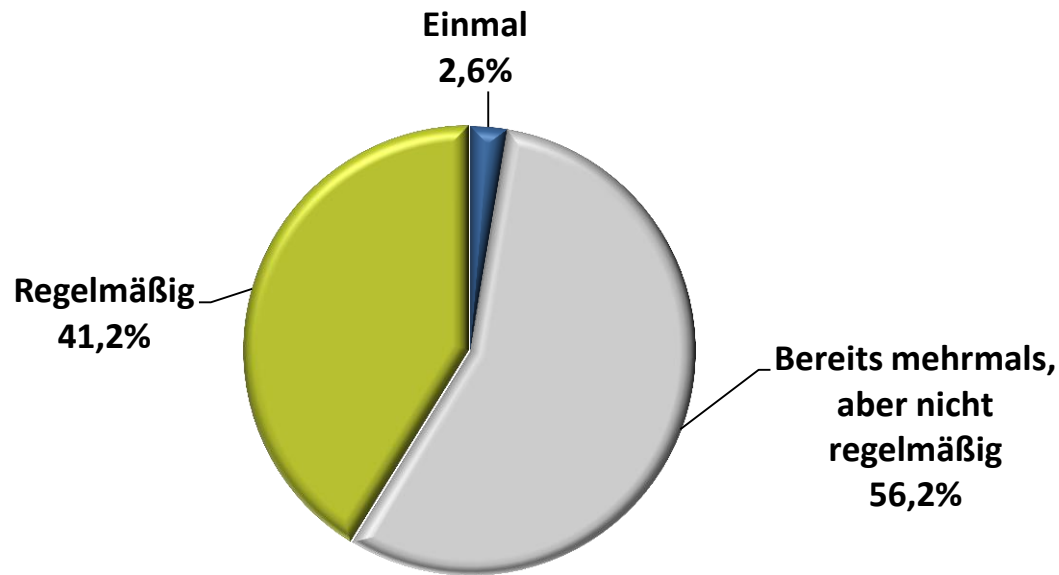
Studienergebnisse im Detail • **Verwender**

		Seiten
1.	Was wird gekauft? Wer kauft? Wie häufig?	50-95
2.	Kaufgründe	96-102
3.	Begriffsassoziationen. Pflanzliche Milch versus normale Milch	103-121
4.	Einkaufsverhalten	122-139
5.	Anlass der Verwendung. In welchen Einkaufsstätten wird gekauft?	140-156
6.	Plankauf versus Spontankauf	157-168
7.	Wie werden Käufer aufmerksam?	169-177
8.	Kaufkriterien. Beurteilung der Situation am POS	178-192
9.	Markenbekanntheiten, Markenverwendung	193-211
10.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	212-215
11.	Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten	216-219

Bereits 41 % aller Käufer von pflanzlicher Milch kaufen diese regelmäßig

Trend Evaluation Consumer Insights Pflanzliche Milchalternativen 2019

Wie oft haben Sie schon Milch aus pflanzlichen Rohstoffen gekauft? n=500



Angaben in %

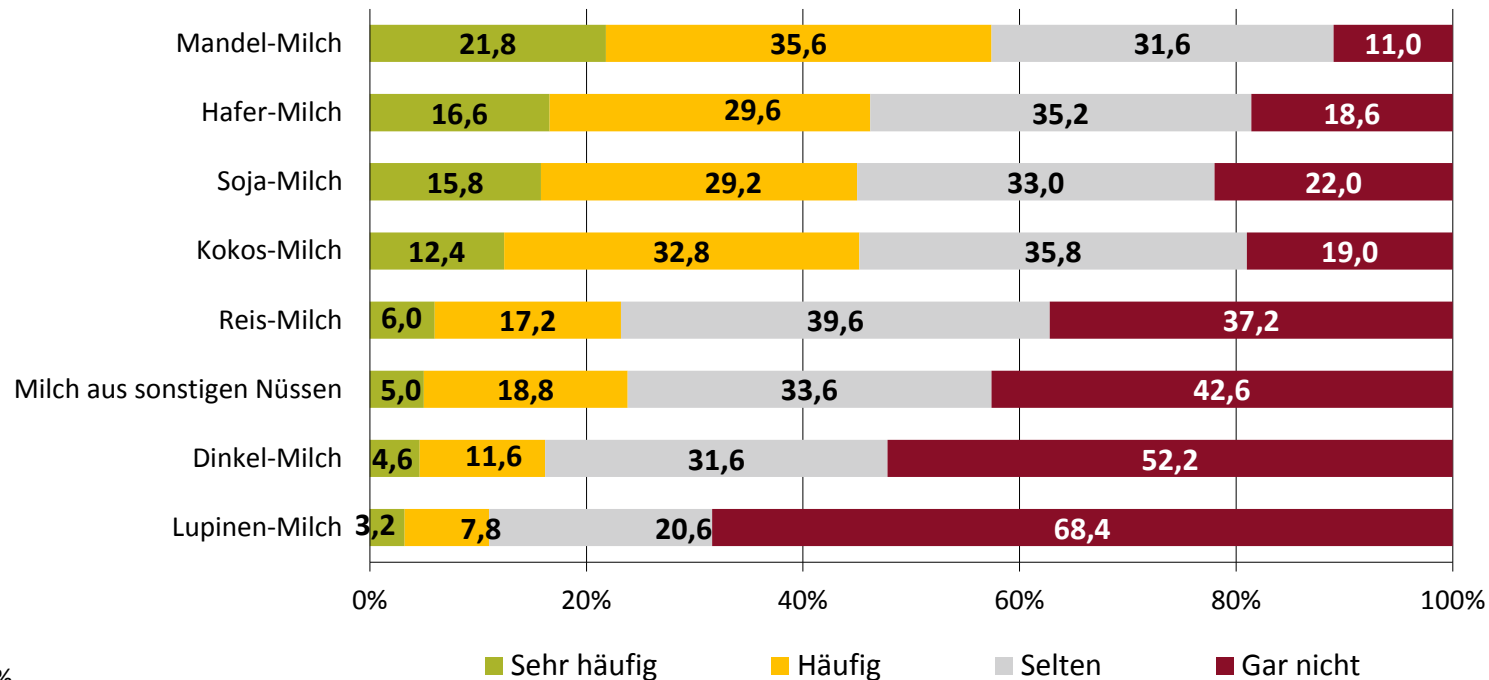
Kommentar

- Nur 2,6 % haben diese bisher nur einmal gekauft und 56 % haben diese bereits mehrmals gekauft, aber nicht regelmäßig. Damit ist für eine regelmäßige Käuferschaft, die sich aus den Mehrmals-Käufern ergeben kann, noch einiges an Potenzial vorhanden

Mandel-, Hafer- und Sojamilch sind die am häufigsten verwendeten Arten bei pflanzlicher Milch

Trend Evaluation Consumer Insights Pflanzliche Milchalternativen 2019

Welche der folgenden Arten von Milch aus pflanzlichen Rohstoffen kaufen Sie wie häufig? n=500



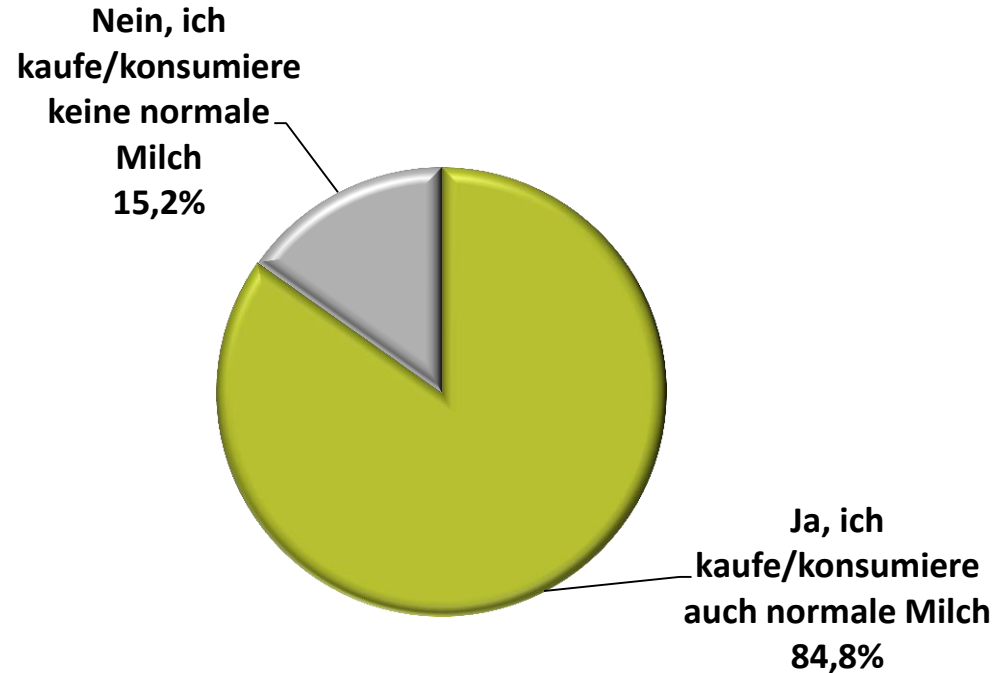
Kommentar

— Mandel-Milch wurde von den Befragten am häufigsten verwendet

Nur 15 % der Verwender von pflanzlicher Milch konsumieren keine normale Milch mehr

Trend Evaluation Consumer Insights Pflanzliche Milchalternativen 2019

Kaufen bzw. konsumieren Sie auch normale Milch (H-Milch, Frisch-Milch)? n=500



Angaben in %

Kommentar

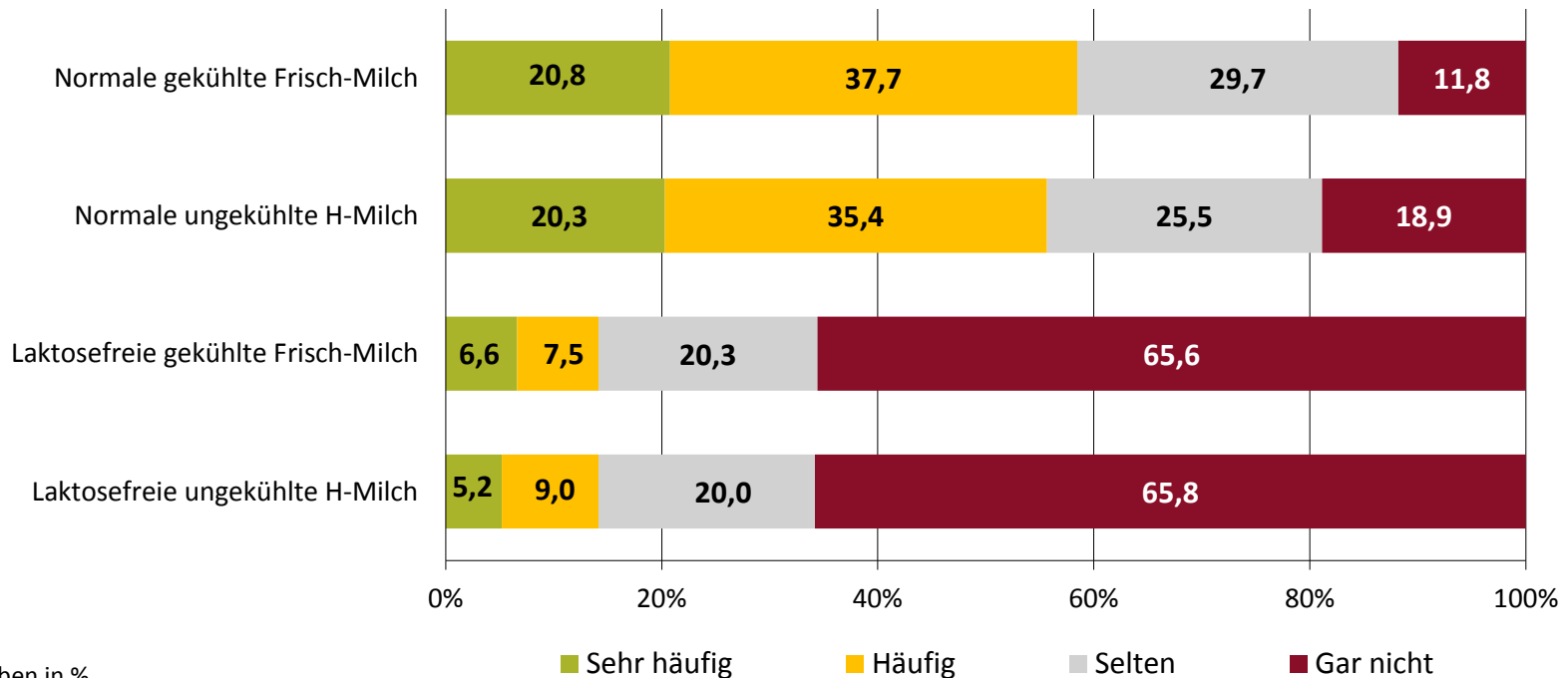
- 85 % der Verwender verwenden nebenher auch normale Milch, damit ist pflanzliche Milch für die Mehrheit noch ein klares Ergänzungsprodukt

Verwender von pflanzlichen Milchalternativen verwenden am häufigsten normale gekühlte Frischmilch

Trend Evaluation Consumer Insights Pflanzliche Milchalternativen 2019

Welche Art von Milch trinken bzw. verwenden Sie bzw. Ihre Familienmitglieder, wenn Sie Milch trinken?

Basis: Alle befragten Verwender, welche auch normale Milch kaufen bzw. konsumieren. n=500



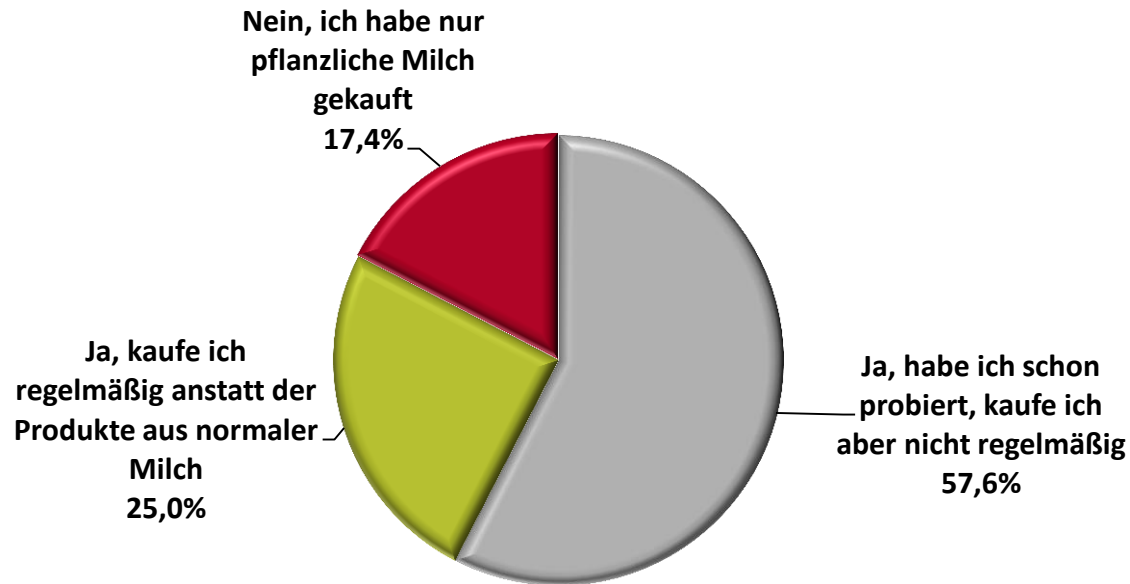
Kommentar

— Normale gekühlte Frischmilch wird am häufigsten neben den pflanzlichen Milchalternativen verwendet

Analog zu den pflanzlichen Milchalternativen werden auch andere Produkte auf pflanzlicher Milchbasis noch nicht regelmäßig gekauft

Trend Evaluation Consumer Insights Pflanzliche Milchalternativen 2019

Haben Sie auch schon andere Produkte gekauft, die normalerweise mit oder aus klassischer Milch hergestellt werden, bei denen die Milch komplett durch Alternativen ersetzt wurde ? n=500



Angaben in %

Kommentar

- 25 % kaufen bereits regelmäßig andere Produkte auf pflanzlicher Milchbasis
- 58 % haben schon zum Probieren gekauft, aber nicht regelmäßig

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar

Trend Evaluation pflanzliche Milchalternativen 2019



- Die Ergebnisse der Consumer Insights „pflanzliche Milchalternativen 2019“ können Sie bestellen:
 - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Consumer Insights ist:
3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse liegen vor und werden innerhalb von 2 Arbeitstagen nach Eingang der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in pptx-Format auf Deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation optional (auf Anfrage)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

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

Fotos: mafowerk, fotolia, Shutterstock

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.