

Trend Evaluation Kaffeekaltgetränke sind ein Wachstumsmarkt

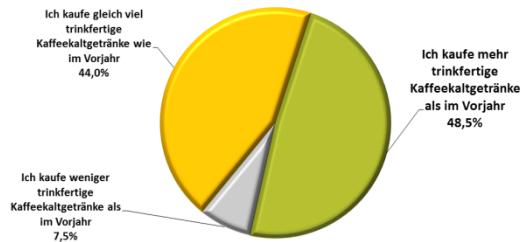
Ausgangssituation

Trend Evaluation RTD-Kaffee - Kaffeekaltgetränke 2019

Die Kauffrequenz für Kaffeekaltgetränke steigt im Jahresvergleich

Trend Evaluation Consumer Insights RTD-Kaffeekaltgetränke 2012

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten für Kaffeekaltgetränke? n=1.099



Kommentar

- Nach der Selbsteinschätzung der Konsumenten kauft fast jeder zweite Befragte mehr trinkfertige Kaffeekaltgetränke als im Vorjahr
- Dies zeigt eine auch im Vergleich zu anderen Warengruppenstudien hohe Dynamik in diesem Markt

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

7 Copyright © mafowerk GmbH 2019

Kaffeekaltgetränke Cold Brew werden immer beliebter. Bereits 2012 gab fast jeder zweite Käufer an, mehr Kaffeekaltgetränke als im Vorjahr zu kaufen. ¹⁾

Der Kaffeegenuss für zwischendurch gilt als dynamisches Segment, in dem das Angebot immer vielfältiger wird.

- Wie sind die Verbrauchergewohnheiten beim RTD-Kaffeekaltgetränke-Konsum?
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?
- Welche Veränderungen gibt es bei den Verbrauchereinstellungen?

In einer Neuauflage der **mafowerk Trend Evaluation** „RTD-Kaffeekaltgetränke“ hat mafowerk detailliert die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Konsument“ im Vergleich zu 2012 untersucht und die Entwicklungspotenziale beleuchtet - für eine erfolgreiche weitere Vermarktung.

1) Quelle:
mafowerk Consumer Insights „Kaffeekaltgetränke 2012“

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen mit den „white spots“

Kernfragen

Trend Evaluation RTD-Kaffee - Kaffee Kaltgetränke 2019

I NEED
Coffee
NOW!

1

- Wer ist die potenzielle Zielgruppe, wer kauft bereits?
- Welche Käufertypologie kann gebildet werden?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsform und Verpackung?
- Welche Wünsche sind bis jetzt unberücksichtigt?

3

- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Bereiche zum Thema Kaffee Kaltgetränke

Fragenkatalog

Trend Evaluation Kaffee Kaltgetränke 2019

- Wer ist die potenzielle Zielgruppe, wer kauft bereits?
- Welche Käufertypologie kann gebildet werden?
- Was wird verwendet, wie oft und in welcher Kombination?
- Welche Packungsgröße wird bevorzugt?
- Welche Kaffeesorten werden bevorzugt?
- Wann wird konsumiert, bei welchen Anlässen?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsform und Verpackung (Dose, Pappe, Glas, Tetra, Kunststoff)?
- Welche Wünsche sind bis jetzt noch unberücksichtigt?
- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Welche weiteren Drink-Trends gibt es in Bezug auf: Kaffeesorten, Flavours, Gebindegrößen?
- **Special: Cold Brew: Bekanntheit, Kauf und Kaufbereitschaft**

20 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
4 Seiten aussagekräftige Insights
150 Seiten kommentierte Charts

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Zielgruppen zum Thema Kaffee Kaltgetränke

Soziodemografien

Trend Evaluation Kaffee Kaltgetränke 2019



Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

Jahre 18-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60-69

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1000 Euro / 1000-1999 Euro / 2000-2999 Euro / 3000-3999 Euro / 4000 Euro und mehr

Gebiete:

Nord-West/Nord-Ost/Thüringen-Sachsen/
Mitte/NRW/ Bayern-Baden Württemberg

Trend Evaluation Studienaufbau

Studienaufbau

Trend Evaluation Kaffee Kaltgetränke 2019

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Kaffee Kaltgetränken

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Screening: Verbraucher, die mindestens einmal im Monat Kaffee Kaltgetränke kaufen
- 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: 01.08.2019
- Feldende: 07.08.2019

Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Kaffee Kaltgetränke 2019

Einige ausgewählte Beispiele



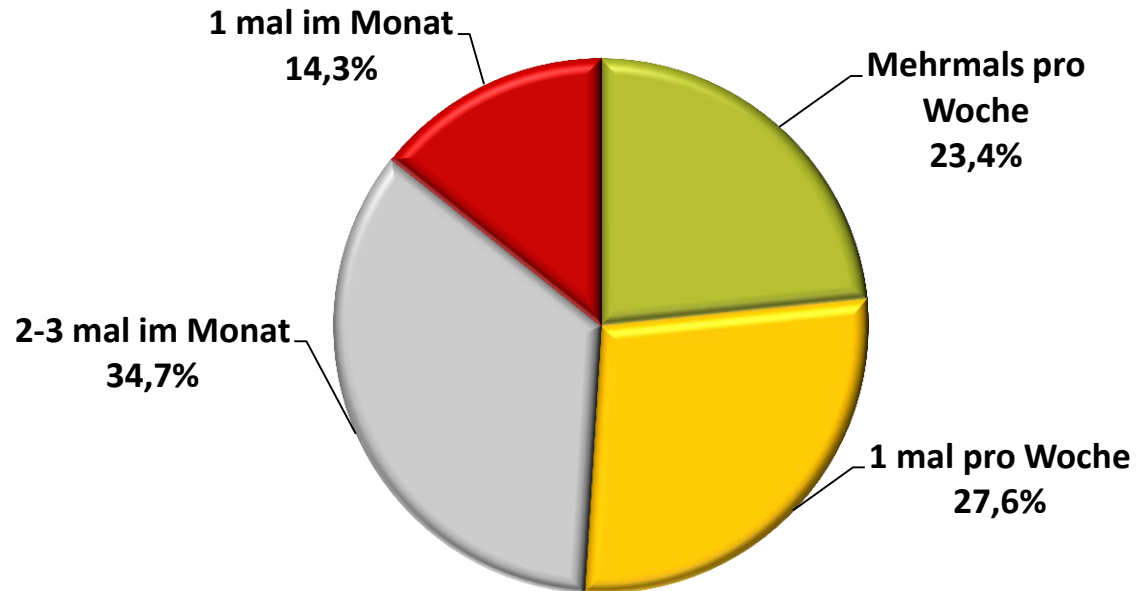
Trend Evaluation Agenda

		Seiten
1.	Wie häufig wird gekauft? Was wird gekauft?	39 - 58
2.	Wann wird gekauft? Zu welchem Anlass wird konsumiert?	59 - 75
3.	Wo wird gekauft? Zu welchem Preis wird gekauft?	76 - 88
4.	Plankauf versus Spontankauf	89 - 98
5.	Was ist beim Kauf von Kaffee Kaltgetränken wichtig?	99 - 125
6.	Beurteilung der Situation am POS	126 - 138
7.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	139 - 146
8.	Markenbekanntheiten	147 - 156
9.	Wünsche der Konsumenten	157 - 175
10.	Generelle Einstellungen	176 - 180
11.	Nebenherverwendung	181 - 189
12.	Special: Cold Brew. Bekanntheit, Kauf und Kaufbereitschaft	190 - 200

Jeder Zweite kauft Kaffee Kaltgetränke mindestens jede Woche

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffee Kaltgetränke 2019

Wie oft kaufen Sie trinkfertige Kaffee Kaltgetränke? n=1.000



Angaben in %

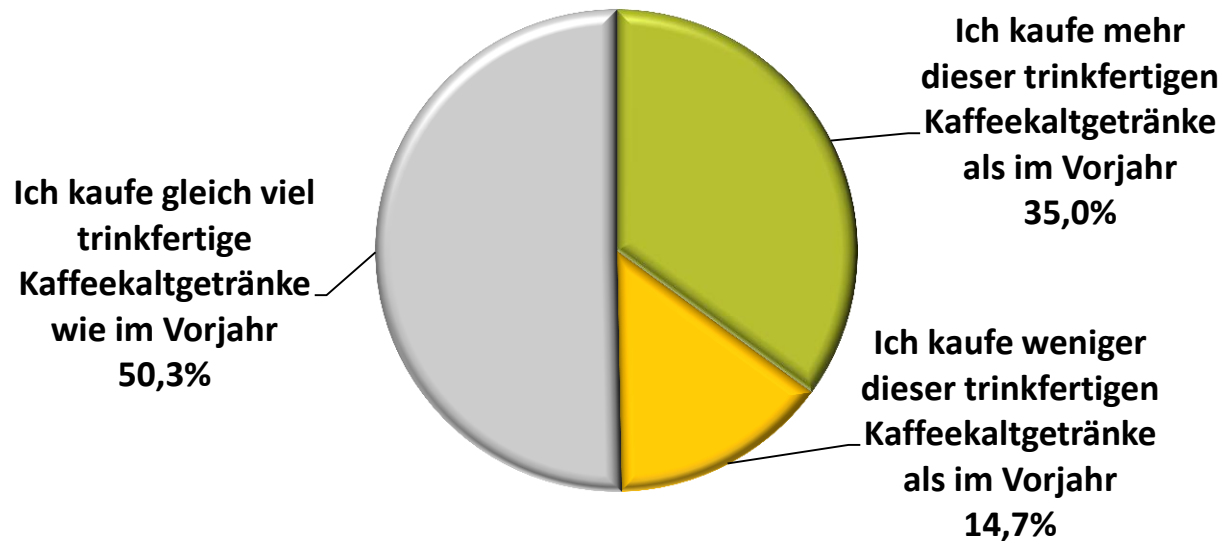
Kommentar

- 50 % der Befragten kaufen ein- oder mehrmals pro Woche - heavy user
- 35 % kaufen Kaffee Kaltgetränke 2 bis 3mal im Monat - medium user
- 14 % kaufen jeden Monat - light user

35 % beurteilen ihr Kaufverhalten bei Kaffee Kaltgetränken als intensiver gegenüber dem Vorjahr

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffee Kaltgetränke 2019

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten für Kaffee Kaltgetränke? n=1.000



Angaben in %

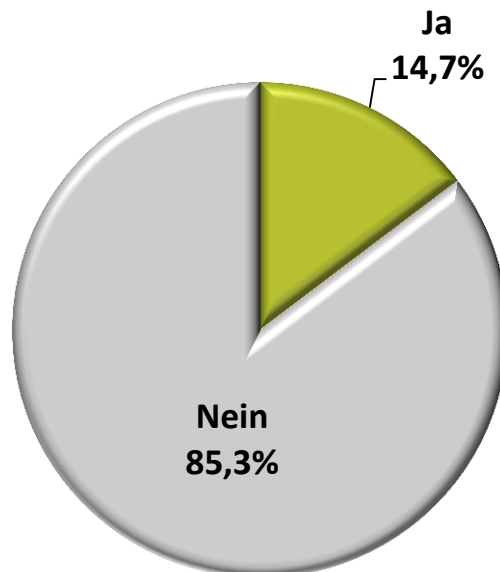
Kommentar

- Nach der Selbsteinschätzung der Konsumenten kaufen 35 % mehr trinkfertige Kaffee Kaltgetränke und nur 15 % weniger als im Vorjahr
- Dies zeigt auch die im Vergleich zu anderen Warengruppenstudien hohe Dynamik in diesem Markt

Nur knapp 15 % können sich spontan an eine Aktion für Kaffee Kaltgetränke erinnern

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffee Kaltgetränke 2019

Sind Ihnen in letzter Zeit Werbe-Aktivitäten/Promotionaktionen zu Kaffee Kaltgetränken aufgefallen? n=1.000



Angaben in %

Kommentar

- Das ist ein sehr niedriger Awarenesswert im Vergleich zu den meisten anderen Warengruppen (zum Vergleich: bei Sekt liegt der Erinnerungswert bei 45%)
- Dies ist nochmals ein Rückgang in der Awareness gegenüber 2012: hier lag der Wert immerhin noch bei 22 %

55 % aller Käufer haben Wünsche an Hersteller und Handel

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffee Kaltgetränke 2019

Welche zusätzlichen Angebote und Leistungen zum Thema Kaffee Kaltgetränke würden Sie sich wünschen? n=1.000



*(Bemerkung:
welche das sind,
Ist in den Studienergebnissen ebenfalls enthalten)*

Kommentar

- 55 % ist im Vergleich zu anderen Warengruppen aus vergleichbaren Konsumgüter-Studien ein hoher Wert. Was zeigt, dass Kaffee Kaltgetränk Käufer sich mit der Warengruppe beschäftigen und bereit sind, bei bzw. vor der Kaufentscheidung Zeit am Regal zu investieren

Knapp jedem zweiten Befragten ist der Begriff „Cold Brew“ bzw. wie es funktioniert, geläufig

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffeekaltgetränke 2019

Ist Ihnen das Verfahren bzw. der Begriff „Cold Brew“ bei Kaffee bekannt? n=1.000



Angaben in %

Kommentar

— Aber 53,6 % sagt „Cold Brew“ nichts

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation Consumer Insights Kaffeekaltgetränke 2019



- Die Ergebnisse der Consumer Insights „RTD-Kaffeekaltgetränke 2019“ können Sie bestellen:
 - per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Studie ist:
3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.) für 2019
- Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten der Studie 2012 ist:
4.700,- Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse liegen vor und können nach Eingang der Bestellung innerhalb von einem Arbeitstag geliefert werden
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 31.10.2019

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-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

Fotos: fotolia, Shutterstock, mafowerk

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.