



**Trend Evaluation - Spirituosen**  
**Consumer und PoS Insights RTD Premix-Longdrinks 2020**

**Inhalte und Ergebnisse**

# RTD Premix-Longdrinks: ein Wachstumsmarkt

---

Ausgangssituation

**Trend Evaluation** Spirituosen RTD Premix 2020



**RTD Premix-Longdrinks beleben mit zweistelligem Wachstum (+ 23 %)\* den Spirituosen-Markt.**

RTD Premix-Longdrinks sind Trend - mit immer neuen Varianten bedienen Hersteller dieses Convenience-Segment im Spirituosenmarkt und dies mit Erfolg, was sich in einem zweistelligen Wachstum widerspiegelt.

Die **Trend Evaluation** Consumer Insights „**Spirituosen RTD Premix 2020**“ 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.

\* Quelle: Nielsen Markettrack, RTD Marken, Umsatzentwicklung, LEH+DM, MAT Juni 2018 vs. MAT Juni 2019

# Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen bei RTD Premix-Longdrinks

## Kernfragen

### Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020



1

- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ der potenziellen Zielgruppe?
- Welche Käufertypologie kann gebildet werden?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Konzepte?
- Welche Wünsche sind bis jetzt unberücksichtigt?

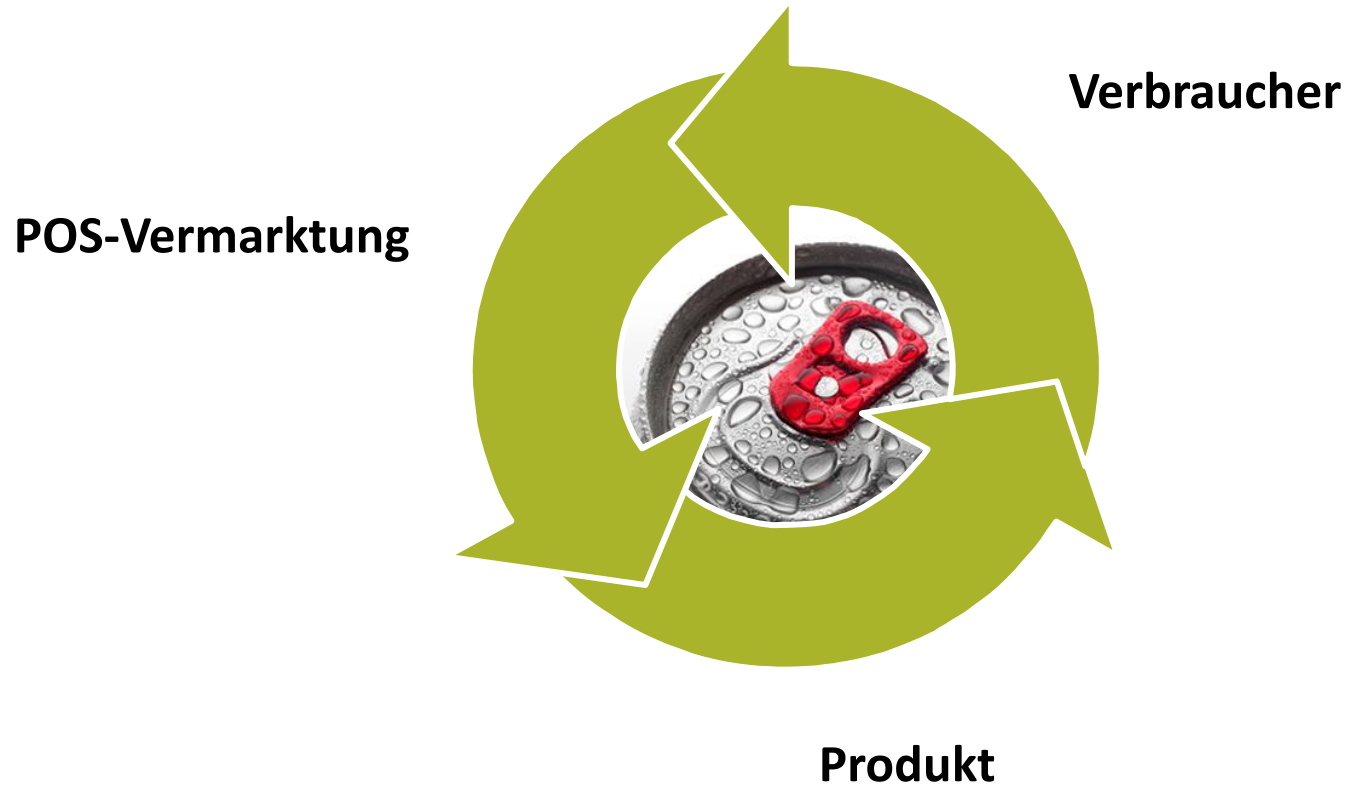
3

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

# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von RTD Premix-Longdrinks

Ausgangssituation

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020



# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten bei Konsum, Auswahl und Kauf von RTD Premix-Longdrinks transparent und zeigt die Potenziale auf

## Kernfragen

### Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020



- Wie häufig werden Premix-Produkte gekauft?
- Wo werden diese gekauft?
- Wie oft wird konsumiert?
- Zu welchen Anlässen wird konsumiert?
- Wie werden die Käufer auf die Produkte aufmerksam?
- Welche Kriterien sind wie wichtig beim Kauf von Premix-Produkten?
- Welche Marken bei Premix-Produkte kennt der Konsument (ungestützt/gestützt)?
- Welche Marken werden gekauft? Gibt es Erst- und Zweitmarken?
- Welche Sorten, Produktarten, Geschmacksrichtung werden bevorzugt? Welche Gebindegrößen werden bevorzugt?
- Wo werden Premix-Produkte im Geschäft erwartet?
- Wie soll ein Regal mit Premix-Produkten aufgebaut bzw. die Produkte angeordnet sein?
- Welche Aktivitäten/Promotionaktionen zum Thema sind in letzter Zeit aufgefallen (ungestützt/gestützt)?
- Welche Produkte bzw. welche Angebote werden zusätzlich gewünscht?
- Welche anderen alkoholischen Getränke werden nebenher konsumiert?
- Welche anderen Produkte werden zusätzlich zu Premix-Produkten gekauft?

# Studienaufbau

---

## Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

- **Hintergrund der Studie**

- Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens bei Spirituosen RTD Premix-Produkten

- **Vorgehensweise**

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Spirituosen RTD Premix-Produkte konsumieren
- 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**

- 28.11.2019 (Feldstart)
- 05.12.2019 (Feldende)

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien, um die Ergebnisse transparenter zu machen

---

Soziodemografien

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

**Geschlecht:**

männlich, weiblich

**Alter:**

Jahre 18-24 / 25 - 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



# Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020



19 Seiten fundierte Kernaussagen und  
aussagekräftige Insights  
130 Seiten kommentierte pptx-Charts

Einige ausgewählte Beispiele



# Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

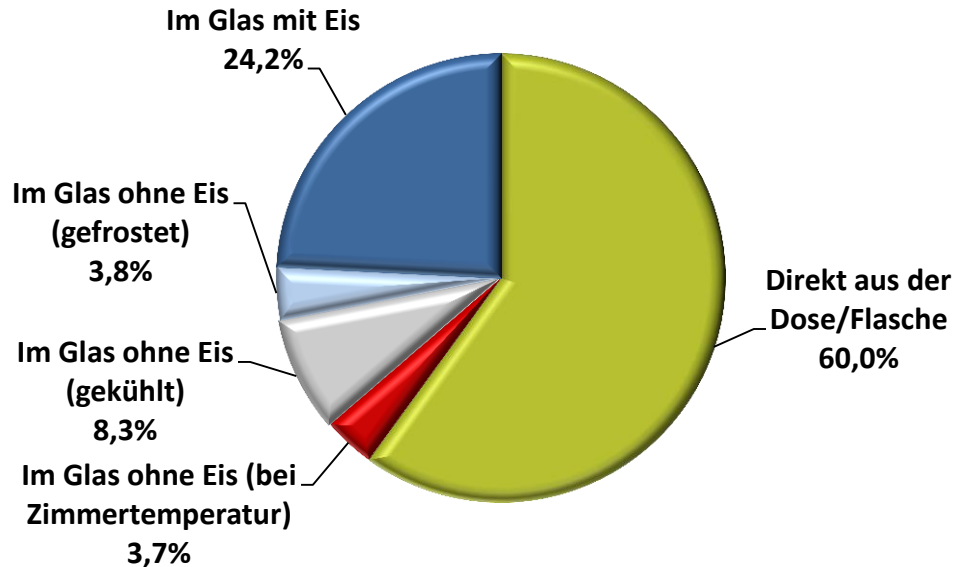
Seiten

1.	Warum wird konsumiert? Wie wird konsumiert?	33-45
2.	Wie häufig wird gekauft?/verwendet?	46-58
3.	Wie viel wird konsumiert? Wo wird eingekauft?	59-72
4.	Zu welchen Anlässen wird konsumiert?	73-81
5.	Sortenpräferenzen? Grössenpräferenzen	82-96
6.	Wie werden Käufer aufmerksam?	97-114
7.	Einkaufsverhalten. Was ist beim Kauf wichtig?	115-121
8.	Plankauf versus Spontankauf	122-129
9.	Beurteilung der Situation am POS	130-141
10.	Markenbekanntheiten	142-157
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	158-162
12.	Wünsche und generelle Einstellungen	163-181

# 60% aller Befragten trinken RTD-Spirituosen direkt aus der Dose

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

Wie trinken Sie „Premix-Spirituosen ready to drink“ bevorzugt? n=1.000



Angaben in %

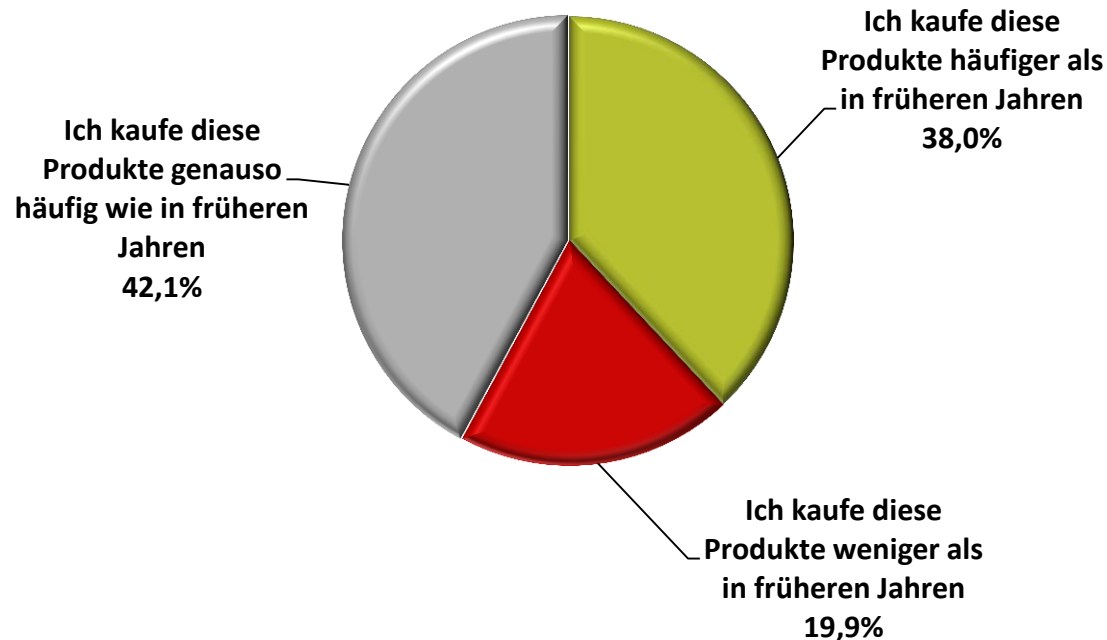
## Kommentar

- 40% füllen den Inhalt der RTD-Spirituose in ein Glas um und trinken es dann
- 24% der „Umfüller“ trinken mit Eis und 16% trinken ohne Eis

# 38% aller Befragten kaufen häufiger als in den Vorjahren

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

Wie schätzen Sie Ihr derzeitiges Konsumverhalten bei „Premix-Spirituosen ready to drink“ in diesem Jahr ein?  
n=1.000



Angaben in %

## Kommentar

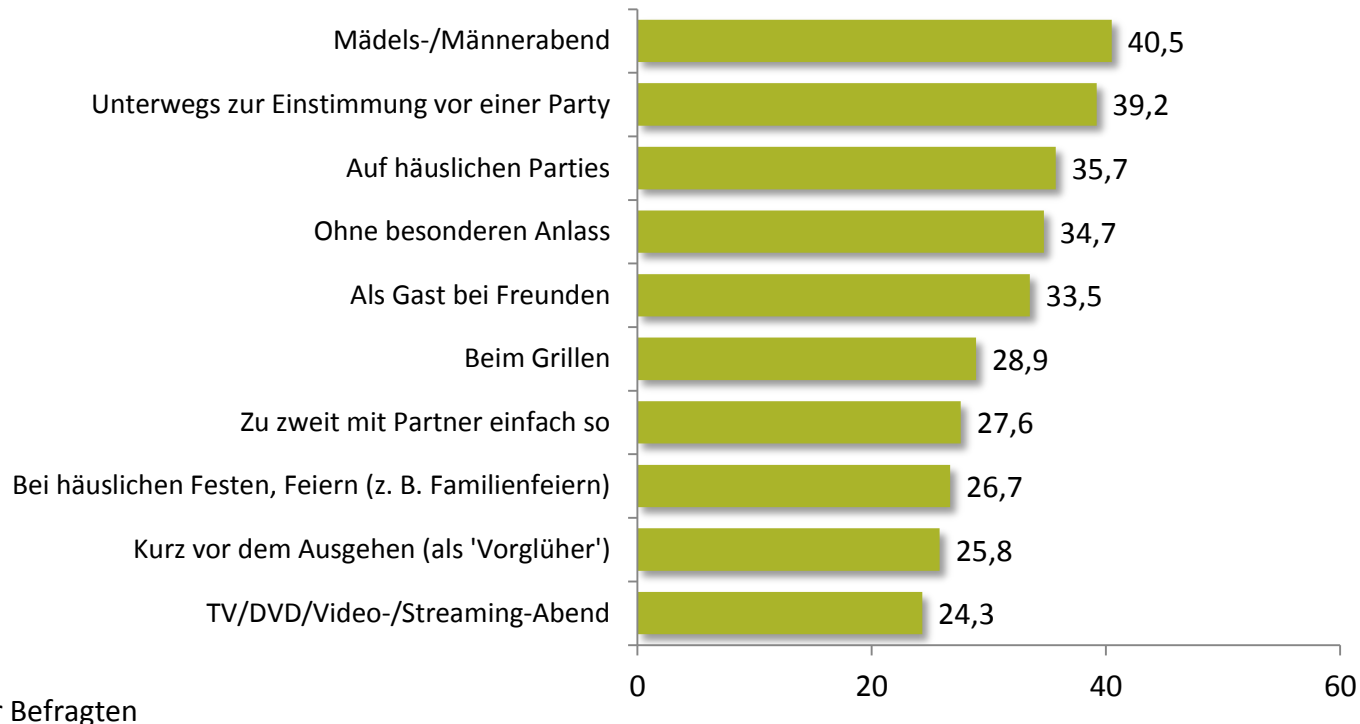
- Nur 20% kaufen weniger als in den Vorjahren, damit sind RTD-Spirituosen eine steigende Warengruppe

# Mädels- oder Männerabende und zum „Vorglühen unterwegs“ sind die häufigsten Anlässe zum Trinken von RTD-Spirituosen

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

Zu welchem Anlass trinken Sie „Premix-Spirituosen ready to drink“? n=1.000

Rang 1-10



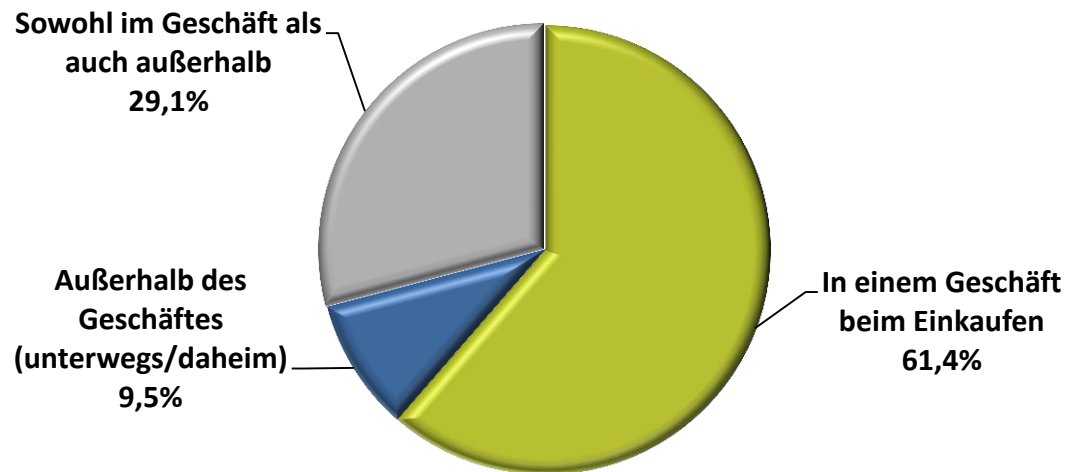
## Kommentar

- 36% trinken RTD-Spirituosen bei häuslichen Parties und 35% brauchen gar keinen Anlass

# 61% aller Befragten werden erst im Geschäft auf RTD-Spirituosen aufmerksam

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020

Wie sind Sie auf „Premix-Spirituosen ready to drink“ aufmerksam geworden? n=1.000



Angaben in %

## Kommentar

- Nur knapp 10% werden ausserhalb eines Geschäftes auf RTD-Spirituosen aufmerksam
- Damit sind die Platzierung und Massnahmen am POS die wichtigsten Voraussetzungen für einen Kaufentscheid

# Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2020



- Die Ergebnisse der Consumer Insights „**Spirituosen RTD Premix 2020**“ 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 der Studie liegen vor und werden innerhalb von 1-2 Arbeitstagen nach Eingang der Bestellung geliefert

- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation (optional gegen Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH: [www.mafowerk.de/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.06.2020

# 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](http://www.mafowerk.de)

## Ansprechpartner

### **Heiko Leipold**

Tel.: 0911-2001-842  
Mobil: 0151-1481-7046  
Email: [leipold@mafowerk.de](mailto:leipold@mafowerk.de)

## Ansprechpartner

### **Peter Mahn**

Tel.: 0911-2001-841  
Mobil: 0151-1481-7045  
Email: [mahn@mafowerk.de](mailto:mahn@mafowerk.de)

**mafowerk**

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.