mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation - Consumer Insights Food Convenience

Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

Studieninhalte

mafowerk | Marktforschung | Beratung

Nürnberg | im April 2020

Wurst- und Fleisch-Snacks sind ein Wertschöpfungsfaktor für den Hersteller

Ausgangssituation
Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

Convenience ist ein Wachstumsmarkt im Bereich „Food“. Auch bei Wurst und Fleisch wird „SB Snacking“ immer beliebter: Wurst- und Fleisch-Snacks haben sich auf den Tischen der deutschen Verbraucher etabliert. Herzhafte Snacks werden bei deutschen Verbrauchern immer beliebter, Wurst- und Fleisch-Snacks sind mit einem Umsatz von 563 Mio. Euro und einem Wachstum um 5,1 % im Jahr 2019 ein Wachstumsmarkt im LEH.

Die Lebensmittelindustrie reagiert darauf mit einem stetig wachsenden Angebot an convenienten Produkten. Doch:

- Wie belastbar ist die Tragfähigkeit dieses Trends?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?
- Wie stark ist die Austauschbeziehung zur regulären Ware?

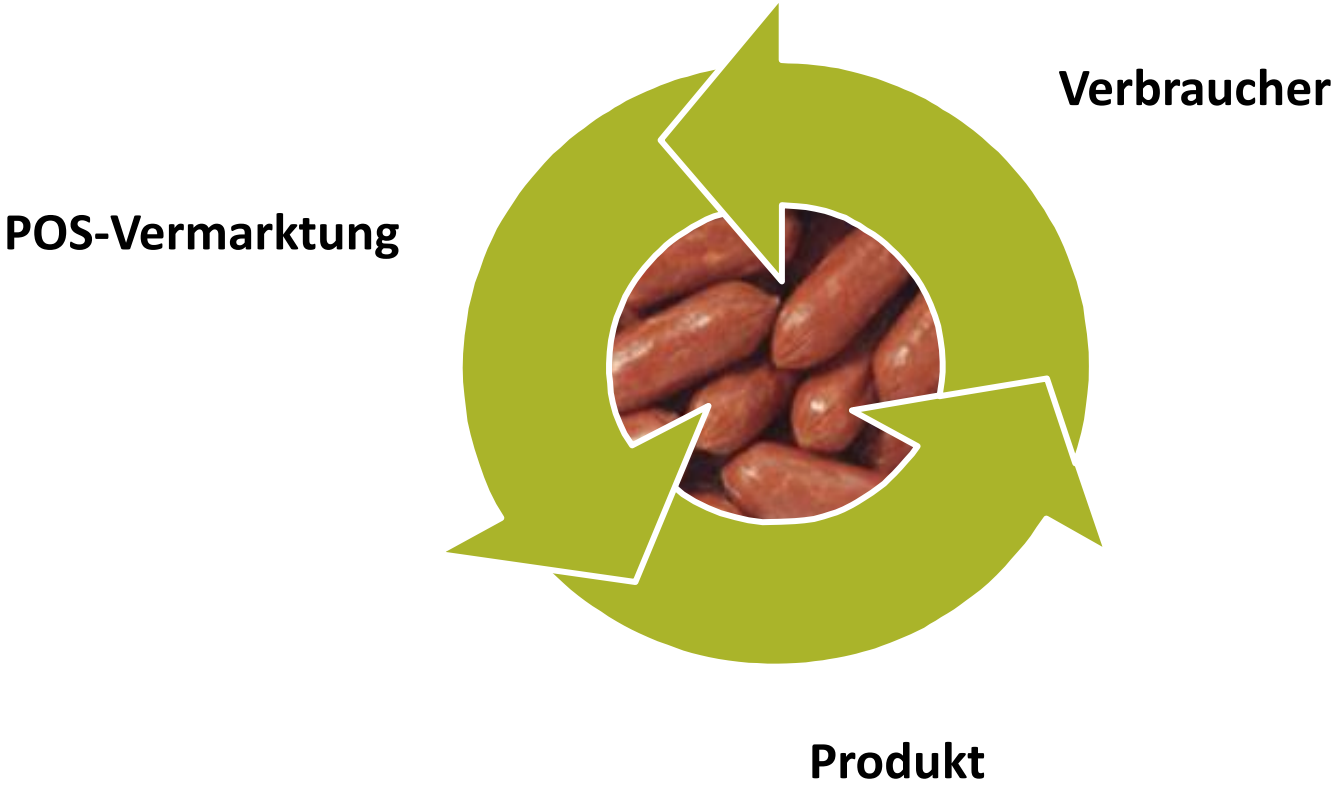
In einer Neuauflage 2020 der **Trend Evaluation** Consumer Insights „Wurst- und Fleisch-Snacks“ aus dem Jahr 2013 hat mafowerk nun aktuell die Entwicklung dieses Trends im Zeitverlauf untersucht. Welche Tragfähigkeit hat der Markt und welche Möglichkeiten von Wachstumsfeldern gibt es? Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Wurst- und Fleisch-Snacks

Ausgangssituation
Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020



mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt Potenziale und neue Marktchancen auf

Fragenprogramm /1
Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

POS-Vermarktung

Verbraucher

Produkt

Thema: Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bei Wurst und Wurst- und Fleisch-Snacks (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, etc.)?
- Wie kommen die Produkte in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Wie stark ist das Potenzial von Sorten und Varianten?
- Welche Marken sind bekannt? Welchen Kompetenzstatus haben die bekannten Marken gegenüber den Handelsmarken?
- Was sind die Anlässe des Verzehrs (zuhause, unterwegs)?

Thema: Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man Wurst- und Fleisch-Snacks-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft für Wurst- und Fleisch-Snacks?
- Welche Preis- und Ausgabenbereitschaft für Wurst- und Fleisch-Convenience-Produkte existiert?
- Wie hoch ist die Substitution zur regulären Ware (anlassbezogen, dauerhaft)?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt Potenziale und neue Marktchancen auf

Fragenprogramm /2
Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

POS-Vermarktung
Verbraucher
Produkt

Thema: 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 Wurst- und Fleisch-Snacks im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wo wird eine Platzierung von Wurst- und Fleisch-Snacks im Geschäft erwartet (hauptsächlich, zusätzlich)?
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebs-kanälen?
- Welche Promotionaktionen zu Wurst/Wurst- und Fleisch-Snacks sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Studienaufbau

Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Wurst- und Fleisch-Snacks
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.005 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Wurst- bzw. Fleisch-Snacks 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: 14.03.2020
  - Feldende: 18.03.2020

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Studienergebnisse im Detail

		Seiten
1.	Wie häufig wird gekauft? Zu welchen Anlässen?	40 - 61
2.	Von wem wird konsumiert?	62 - 68
3.	Wo wird gekauft? Wie viel wird gekauft, zu welchem Preis?	69 - 86
4.	Kaufgründe für den Kauf von Wurst- und Fleisch-Snacks	87 - 95
5.	Einkaufsverhalten. Nebenherverwendung von Produkten	96 - 117
6.	Wie werden Käufer aufmerksam? Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	118 - 125
7.	Entscheidungskriterien beim Kauf und Sortenpräferenzen	126 - 161
8.	Beurteilung der Situation am POS	162 - 185
9.	Plankauf versus Spontankauf	186 - 199
10.	Markenbekanntheiten	200 - 206
11.	Wünsche der Konsumenten	207 - 210
12.	Generelle Einstellungen	211 - 216

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

15 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
4 Seiten aussagekräftige Insights
160 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele:

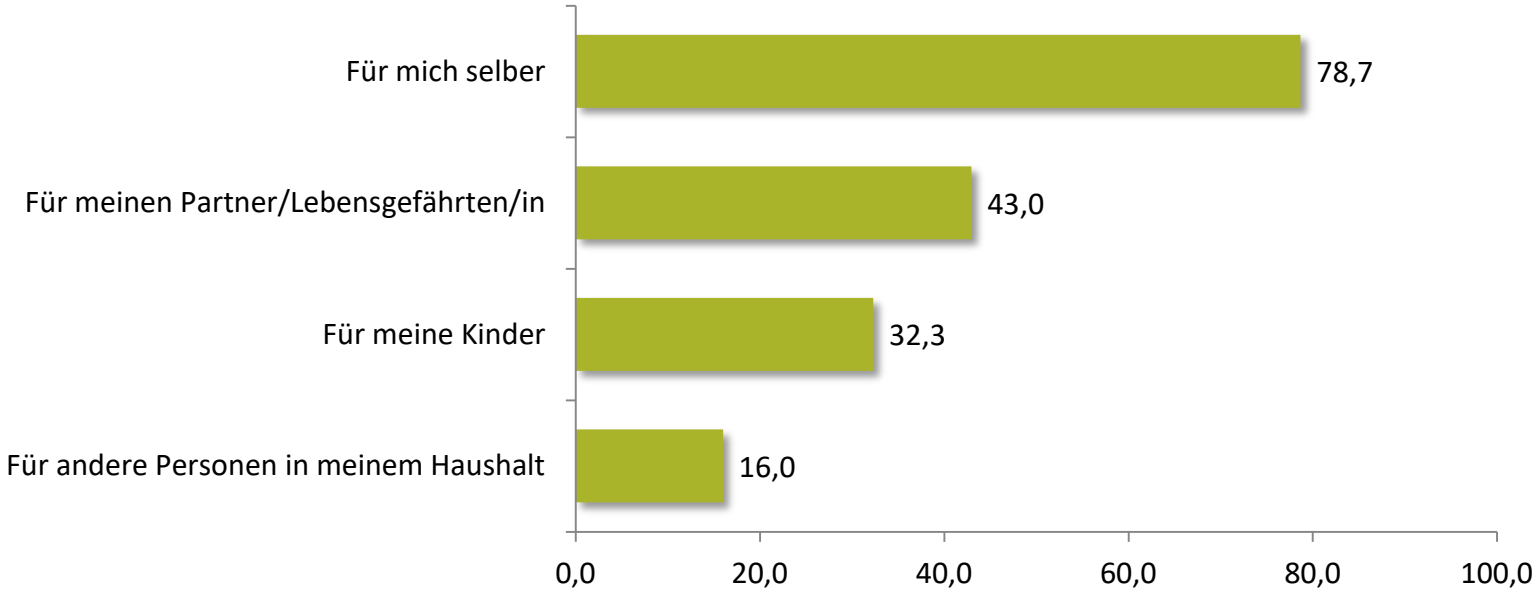
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Meist entscheidet der persönliche Geschmack beim Kauf von Wurst-Snacks

Trend Evaluation Consumer Insights Wurst- und Fleisch- Snacks 2020

Für wen in Ihrem Haushalt kaufen Sie Wurst- bzw. Fleisch-Snacks? Top 2 Boxes „Sehr oft/oft - gesamt“. n=1.005



Kommentar

- 78 % kaufen für sich selber und 43 % für den Partner bzw. für die Kinder zu 32 %

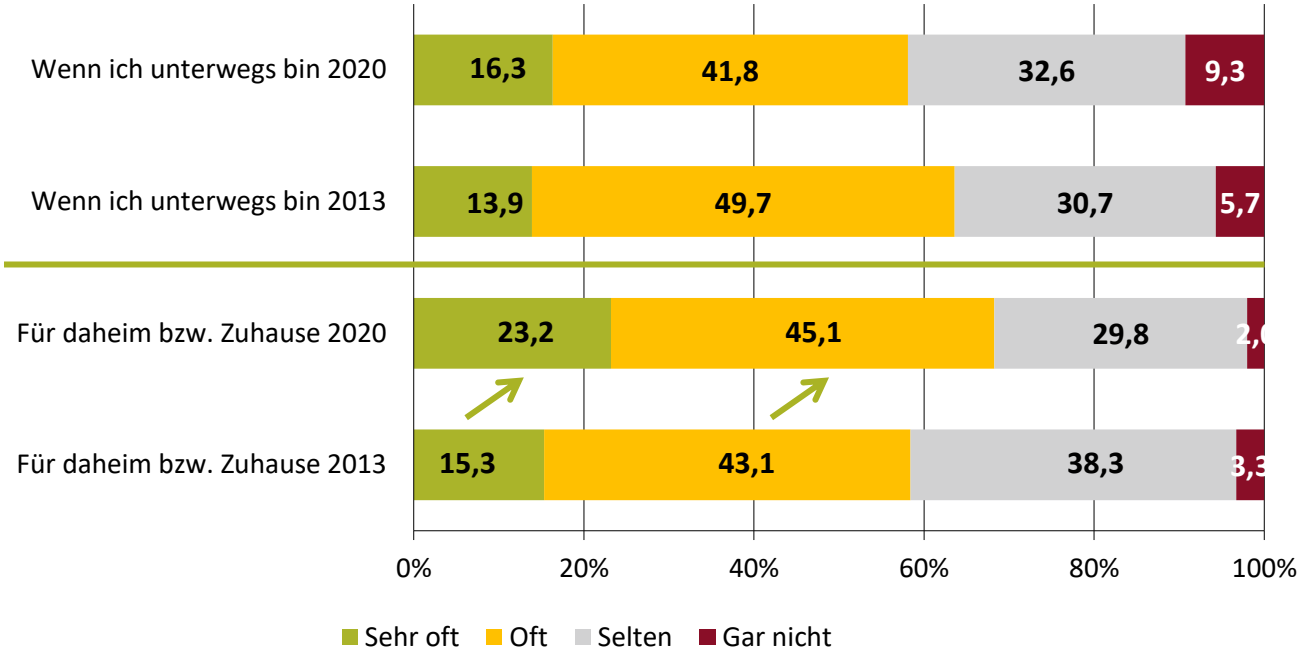
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

„Inhome use“ hat bei Wurst- und Fleisch-Snacks im Zeitvergleich deutlich zugelegt

Trend Evaluation Consumer Insights Wurst- und Fleisch- Snacks 2020

Wofür kaufen Sie Wurst- bzw. Fleisch-Snacks? n=1.005



Angaben in %

Kommentar

- Die Zuhause-Verwendung (sehr oft/oft) ist von 58 % auf 68 % im Zeitverlauf gestiegen

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

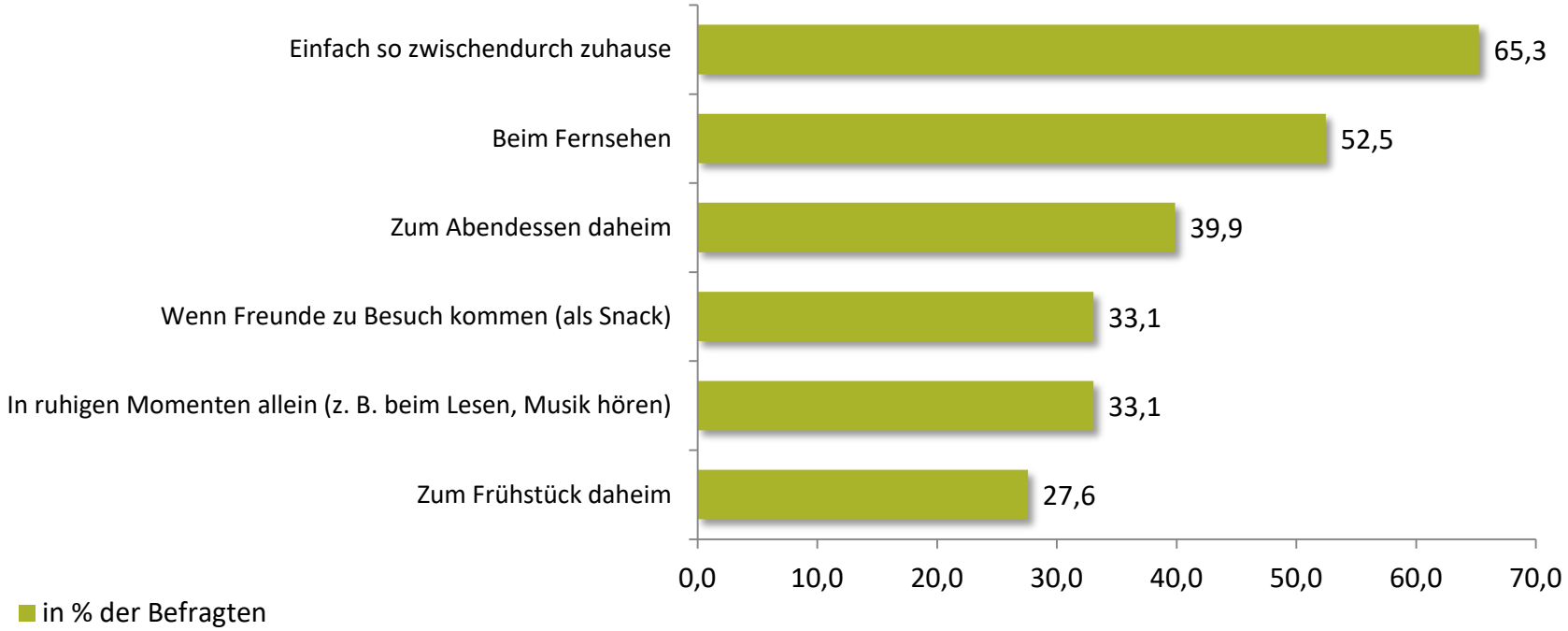
Für den kleinen Hunger daheim werden Wurst- bzw. Fleisch-Snacks am meisten verwendet

Trend Evaluation Herzhafte Brotaufstriche 2020

Zu welchen Anlässen essen Sie Wurst- bzw. Fleisch-Snacks, wenn Sie sie zuhause verzehren?

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Wurst- bzw. Fleisch-Snacks wenn Sie zuhause sind essen.

Top 2 Boxes „Sehr oft/ oft - gesamt“. n=985



Kommentar

- Insbesondere beim Fernsehen und bei abendlichen Aktivitäten werden Wurst-Snacks gerne gegessen

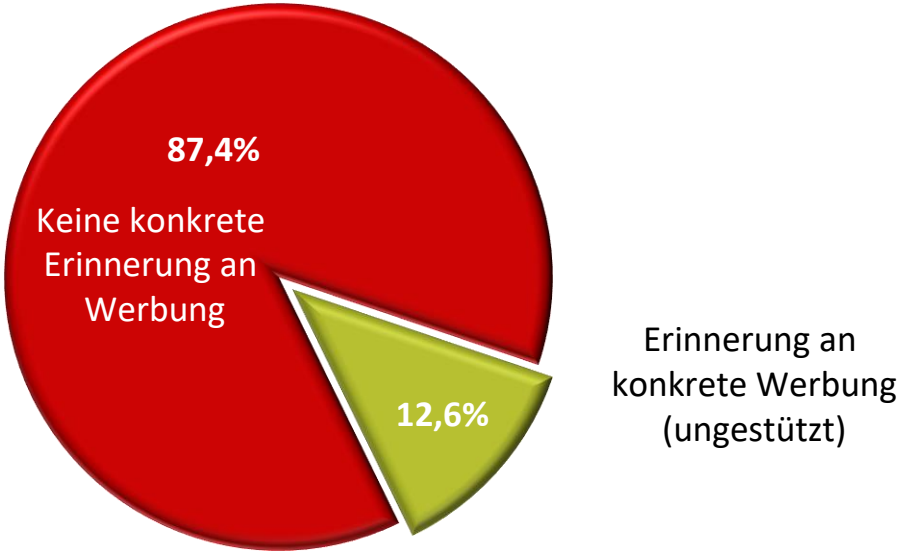
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Nur knapp 13 % der Befragten können sich spontan an eine Aktion für Wurst- und Fleisch-Snacks erinnern

Trend Evaluation Herzhafte Brotaufstriche 2020

Sind Ihnen in letzter Zeit Werbemaßnahmen in den Geschäften zum Thema Wurst- bzw. Fleisch-Snacks aufgefallen?
n=1.005



Kommentar

- Das ist ein sehr niedriger Promotion-Awarenesswert im Vergleich zu den meisten anderen Warengruppen (im Vergleich als Benchmark: bei Sekt liegt der Erinnerungswert bei 45% !)

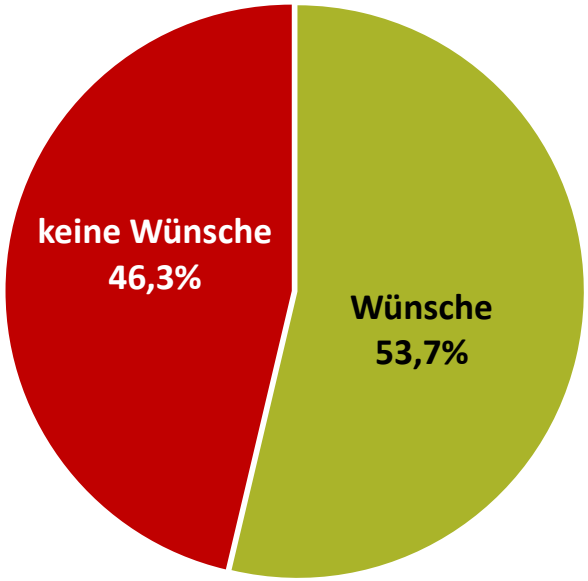
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Aus Sicht der Verbraucher gibt es hier noch Optimierungspotenzial: 54 % aller Käufer haben Wünsche an Hersteller und Handel

Trend Evaluation Herzhafte Brotaufstriche 2020

Welche zusätzlichen Angebote und Leistungen zum Thema Wurst- bzw. Fleisch-Snacks würden Sie sich wünschen?
n=1.005



Kommentar

- 54 % ist im Vergleich zu anderen Warengruppen aus vergleichbaren Konsumgüter-Studien zwar nur ein mittlerer Wert, aber im Vergleich zu 2013 immerhin eine Steigerung um 10 %-Punkte: hier hatten nur 44 % konkrete Wünsche

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Co-Creation

Co-Creation:

„Wenn Sie die Möglichkeit hätten, einen eigenen Wurst- bzw. Fleisch-Snack zu entwerfen, den Sie gerne essen, wie würde er dann sein?“

Auswertung nach:

Fleischsorte

Gewürze

Zugaben/ Kombinationen

Art

Geschmack

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

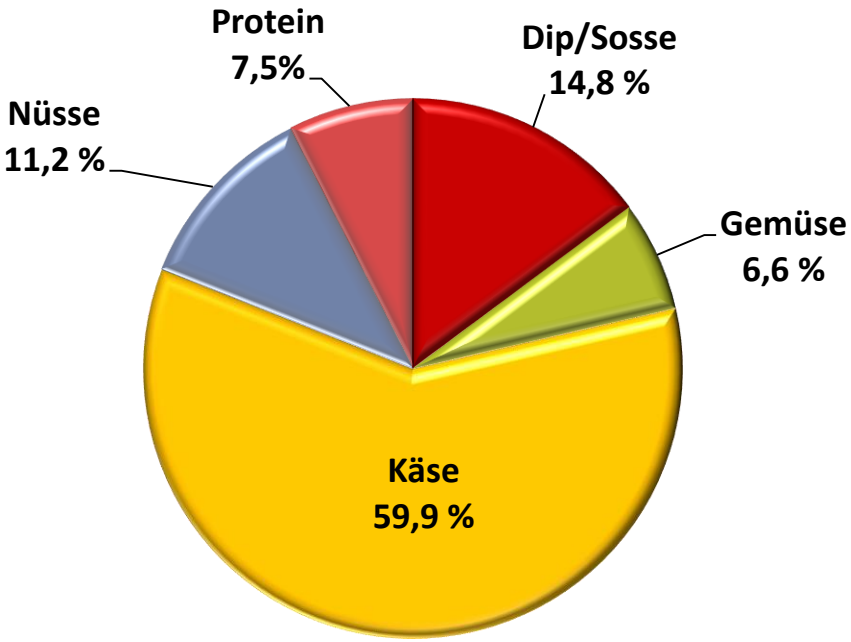
Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Die beste Kombination bei einem Wurst-/Fleisch-Snack ist für 60 %: Käse

Trend Evaluation Consumer Insights Wurst- und Fleisch- Snacks 2020

Wenn Sie die Möglichkeit hätten, einen eigenen Wurst- bzw. Fleisch-Snack zu entwerfen, den Sie gerne essen, wie würde er dann sein? n=845

Zugaben/ Kombinationen



Angaben in %

Kommentar

- Nüsse als Zugabe würden sich 11 % wünschen und fast 15 % möchten einen Dip zu ihrem Wurst-/Fleisch-Snack und neu: auch der Protein-Hype macht vor Wurst-snacks nicht halt

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

Ausweis von folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

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

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1.000 Euro / 1.000-1.999 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

Kinderbesitz:

Haushalte mit Kindern / ohne Kinder

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

 Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar
Trend Evaluation Wurst- und Fleisch-Snacks 2020

- Die Ergebnisse der Consumer Insights Studie „Wurst- und Fleisch-Snacks 2020“ können Sie ab sofort bestellen:
- Das Honorar für die Consumer Insights für 2020 ist:

  3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Das Honorar für die Consumer Insights 2020 im Vergleich zur Consumer Insights Studie 2013 ist:

  4.700,- Euro (netto zzgl. MwSt.) *

  Die Ergebnisse der Consumer Insights liegen vor und werden innerhalb von zwei Arbeitstagen nach Bestellung geliefert

- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation optional gegen Mehrpreis

- Die AGB der mafowerk GmbH: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.09.2020

* Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2013 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 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
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.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.