mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation - Consumer und POS Insights Food

Snack-Riegel 2020

Potenziale • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

Nürnberg | im August 2020

Snack-Riegel – Neuheiten treiben den Markt

Ausgangssituation
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

Der Riegelmarkt bleibt eine wachsende Warengruppe, die Intensivierung (Mehrkäufe) nimmt deutlich zu. Vor allem der „inhome“ - Konsum von Snack-Riegeln ist in 2020 deutlich gestiegen.

„*Healthier Snacking*“ bestimmt die Entwicklung bei Snack-Riegeln. Protein-, Energy- und Fruchtriegel treiben den Markt und sorgen für Wachstum. Nachhaltige Produkt-Attribute (palmölfrei, Kakao aus nachhaltigem Anbau) steigen in der Häufigkeit der Nennungen im Zeitvergleich deutlich.

- Wie sind die Verbrauchergewohnheiten beim Snack-Riegel-Konsum?
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren innerhalb der unterschiedlichen Zielgruppen?
- Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?
- Wie stark sind die Marken?

Die **Trend Evaluation** Studie „Snack-Riegel 2020“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS - Produkt - Konsument**“ und untersucht die Entwicklungspotenziale im Vergleich zu 2018. Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen mit den „white spots“ bei Snack-Riegeln

Kernfragen
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

1
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ der potenziellen Zielgruppe, wer kauft?
- Welche Käufertypologie kann gebildet werden?

2
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Konzepte, Flavours, Darreichungsform und Verpackung?
- Welche Wünsche hat der Konsument?

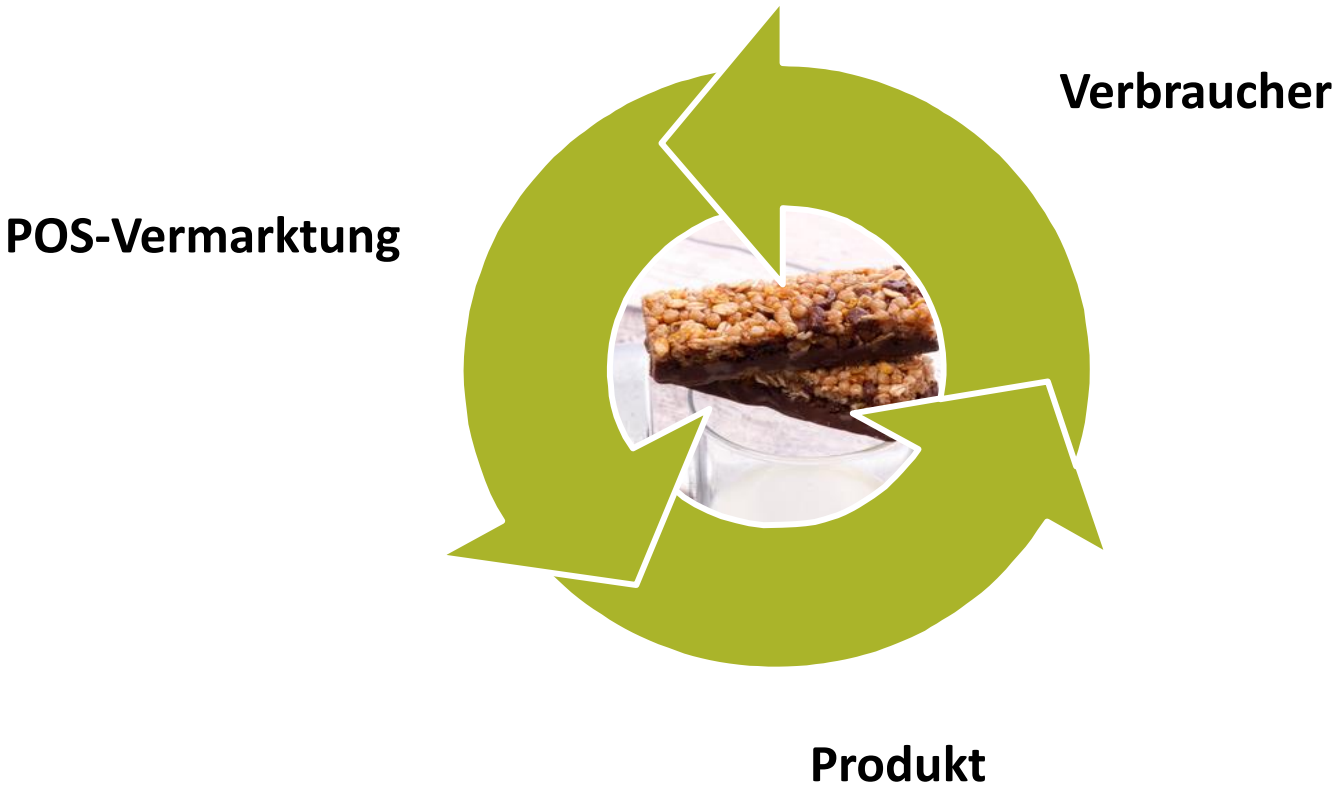
3
- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?

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 Snack-Riegeln

Ausgangssituation
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020



mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

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

Fragenprogramm /1
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

Thema: Consumer

- Nach welchen Kundentypologien kann man Snackriegel-Käufer einordnen?
- Was versteht der Verbraucher unter „gesunden Snacks“?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie ist die Einstellung zu Snack-Riegeln?
- Wer isst Snack-Riegel in der Familie und wie oft?
- Was sind die Verzehranlässe (inhome und out-of-home)?
- Wo werden die Snack-Riegel gegessen (inhome und out-of-home)?
- Was wird bei Snack-Riegeln nebenher gekauft bzw. zusätzlich verzehrt?
- 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?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten bei der Auswahl von Snack-Riegeln transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Fragenprogramm /2
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

Thema: Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Zutaten Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, Konsistenz, Flavour, Zielgruppe, etc.)?
- Welcher Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Welche Flavours und Zutaten werden gewünscht?
- Wie stark ist das Potenzial von neuen Konzepten?
- Wie glaubwürdig sind Konzepte? Wovon hängt die Glaubwürdigkeit ab?
- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Marken sind bekannt (gestützt/ungestützt), welche Marken werden gekauft?
- Wie stark beeinflusst das Nachhaltigkeits-Image des Herstellers den Kauf oder Nicht-Kauf?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

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

Fragenprogramm /3
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

Thema: POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Was ist der Kaufanlass nach Vertriebsschienen?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Was entscheidet über einen Spontan-Kauf?
- Was ist bei einem Plankauf vorab festgelegt?
- Wo sollten Snack-Riegel am POS platziert sein?
- Wo macht eine zusätzliche Platzierung von Snack-Riegeln am POS aus Sicht der Shopper Sinn?
- Wonach bzw. wie sollten Snack-Riegel im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert für welche Konzepte?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Welche Promotion-Aktionen zu Snack-Riegel sind dem Shopper in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

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

Soziodemografien
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

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

HH-Größe:
1-Personen HH / 2-Personen-HH / 3-Personen-HH / 4-Personen u.m.

Kinder:
HH mit Kinder / HH ohne Kinder

Sportaktivitäten ja/nein, betriebene Sportarten:
Ausdauer / Mannschaft / Kraft

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2020

Aufbau der Consumer Insights Snack-Riegel 2020

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung des Verwendungs- und Einkaufsverhaltens bei Snack-Riegeln
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.043 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Snack-Riegel 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**
  - 23.06.2020 (Feldstart)
  - 29.06.2020 (Feldende)

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Ergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Snack-Riegel 2020

2 Seiten One-Pager mit den wichtigsten Ergebnissen
4 Seiten aussagekräftige Insights
23 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
185 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele:

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Ergebnisse im Detail

Trend Evaluation Consumer Insights Snack-Riegel 2020

		Seiten
1.	Welche Arten werden gekauft?	46-56
2.	Wie oft wird gekauft? Für wen? Für welche Anlässe?	57-90
3.	Einkaufs- und Verwendungsverhalten	91-135
4.	Was ist für den Kauf wichtig?	136-165
5.	Wie viel wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben?	166-188
6.	Wie werden Käufer aufmerksam?	189-195
7.	Wo wird gekauft?	196-206
8.	Beurteilung der Situation am POS	207-226
9.	Plan- oder Spontankauf?	227-233
10.	Markenbekanntheiten	234-262
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?	263-268
12.	Generelle Einstellungen und Wünsche	269-300

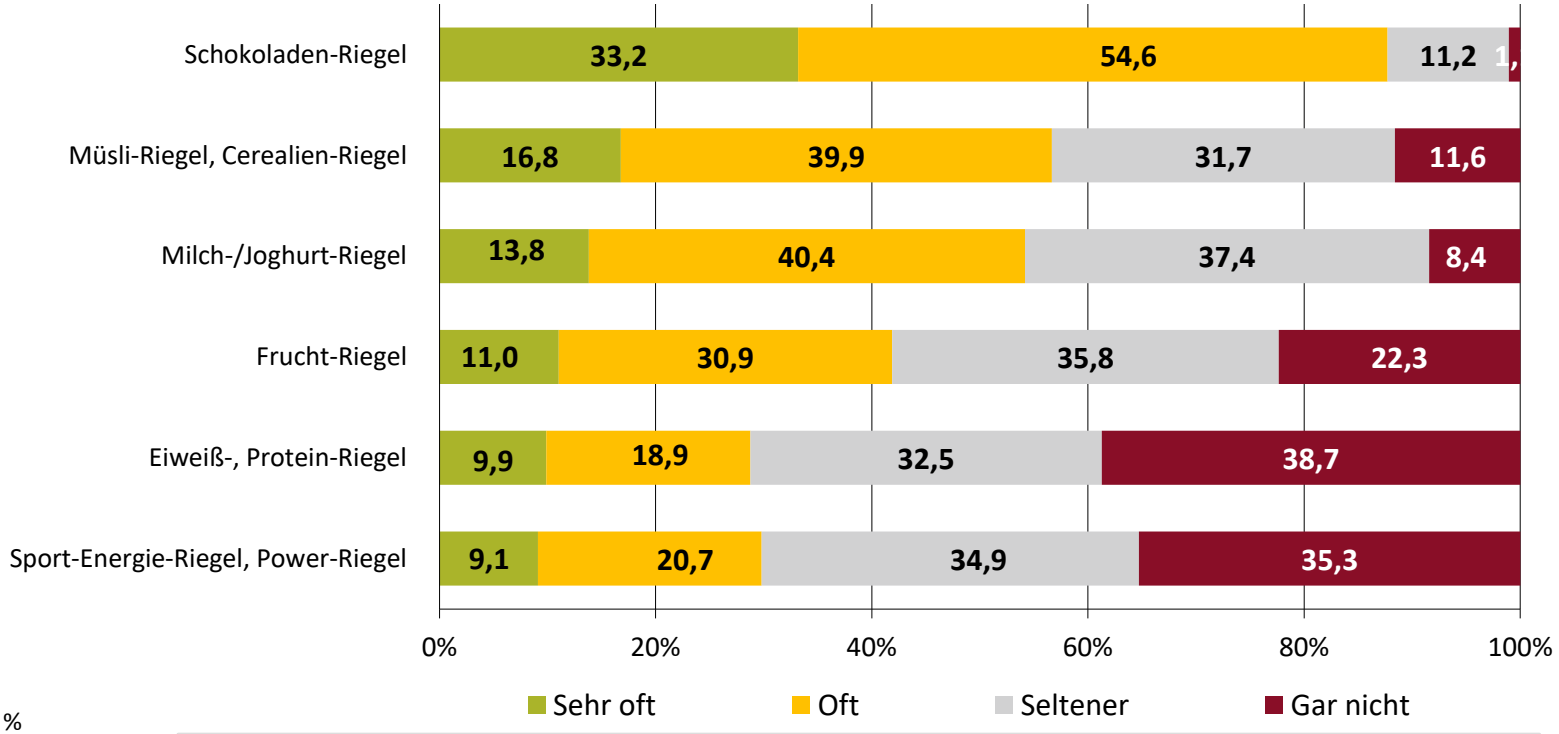
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Müsli-Riegel sind eine starke Nummer 2 im Riegelmarkt

Trend Evaluation Consumer Insights Snack-Riegel 2020

Welche Snack-Riegel kaufen Sie und wenn ja, wie häufig? n=1.043



Angaben in %

Kommentar

- 17 % kaufen „sehr oft“ Müsli Riegel, nur rund 12 % kaufen hier „gar nicht“
- Eiweiss- und Sport-Riegel haben dagegen noch Potenzial: 39 % bzw. 35 % haben hier noch „gar nicht“ gekauft

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Frucht- und Sport-Riegel sprechen überproportional die männliche Zielgruppe an

Welche Snack-Riegel kaufen Sie und wenn ja, wie häufig? **Top 2 Boxes „sehr oft/ oft - gesamt“. n=1.043**

	Gesamt	Geschlecht		Altersklassen					
		männlich	weiblich	16 – 24	25 - 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60 – 69
Schokoladen-Riegel	87,7	86,0	89,4	85,6	85,2	90,2	90,0	87,5	85,0
Müsli-Riegel, Cerealien-Riegel	56,7	54,5	58,8	71,2	60,7	63,0	58,0	50,4	37,0
Milch-/Joghurt-Riegel	54,2	52,3	56,0	51,8	59,8	59,8	57,6	50,4	44,1
Frucht-Riegel	41,9	44,0	39,9	48,9	48,4	51,6	42,4	34,2	27,6
Sport-Energie-Riegel, Power-Riegel	29,8	34,2	25,5	34,5	36,9	37,5	33,3	18,8	21,3
Eiweiss-, Protein-Riegel	28,8	30,4	27,2	36,7	38,5	38,0	29,4	16,3	19,7

Angaben in %

Kommentar

- Der Riegel-Konsum steigt bis in die Altersklassen bis 39 Jahre und ab 50 Jahren sinkt der Riegel-Genuss deutlich. Einzige Ausnahme bilden hier die klassischen Schokoriegel

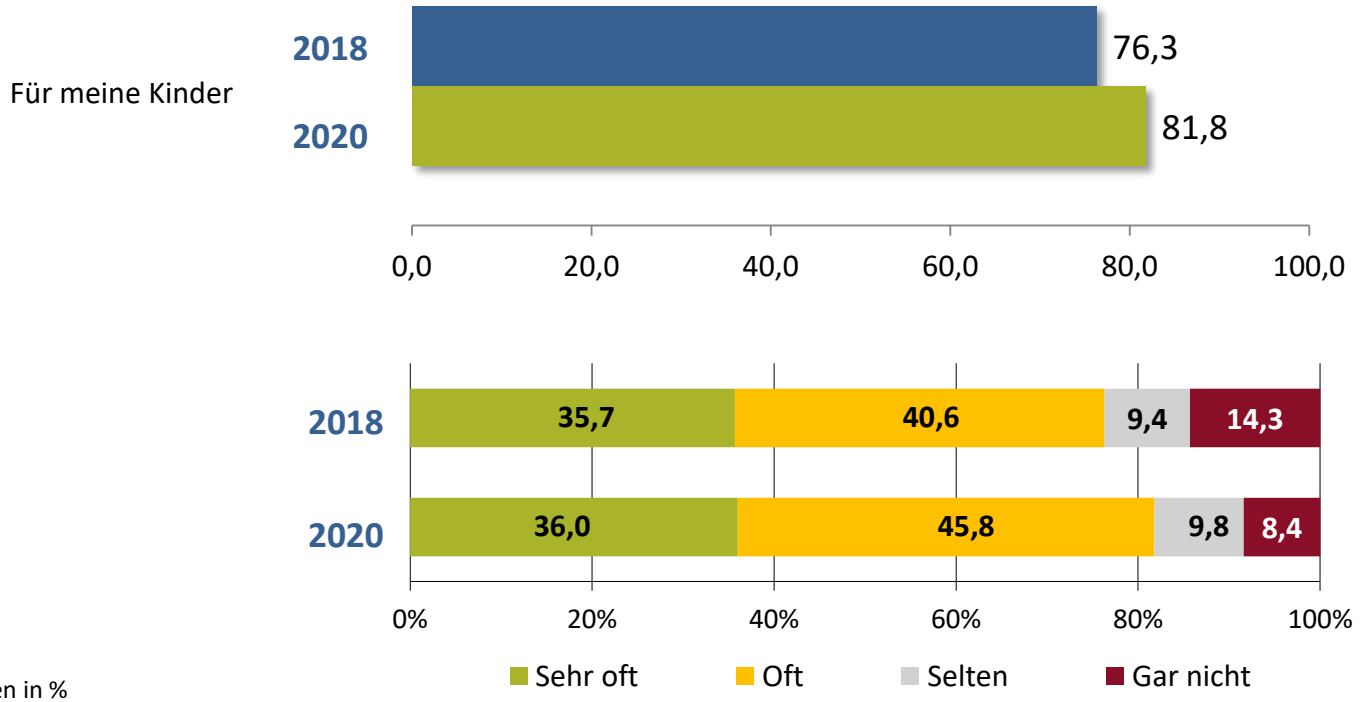
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Die Einkaufshäufigkeit von Snack-Riegeln für Kinder steigt von 76 % auf 82 % im Zeitverlauf

Trend Evaluation Consumer Insights Snack-Riegel 2020

Für wen in Ihrem Haushalt kaufen Sie Snack-Riegel? **Top 2 Boxes „Sehr oft/ oft - gesamt“ Basis: Kinder-Haushalte. 2018 n=350, 2020 n=347**



Angaben in %

Kommentar

- Kauften in 2018 rund 24 % der Haushalte mit Kindern keine Snack-Riegel für ihre Kinder, so sinkt dieser Wert in 2020 auf 18 %, d. h. 6 % der Kinder-Haushalte kaufen jetzt neu, die vorher nicht gekauft haben

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

Auch zukünftig wollen die Befragten ihre Einkäufe an Sport-, Eiweiss-/ Protein-Riegeln noch steigern

Wie beurteilen Sie Ihr zukünftiges Einkaufsverhalten für Snack-Riegel? n=1.043

	Gesamt	Schokoladen-Riegel	Milch-/ Joghurt-Riegel	Müsli-/ Cerealien-Riegel	Sport-Riegel	Eiweiss-, Protein-Riegel	Frucht-Riegel
Ich werde mehr Snack-Riegel einkaufen	17,3	18,0	23,7	24,5	36,0	36,0	28,1
Ich werde weniger Snack-Riegel einkaufen	13,3	12,9	12,0	12,0	11,3	13,7	11,4
Ich werde gleich viel Snack-Riegel kaufen	69,4	69,1	64,2	63,5	52,7	50,3	60,4

Angaben in %

Kommentar

– Gleichzeitig setzt sich auch bei einem zukünftigen Einkaufsverhalten eine Zurückhaltung bei Schoko-Riegeln fort

Copyright © mafowerk GmbH, 2020

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

„Welchen Preis fänden Sie angemessen?“

Gesetzt den Fall, ein „normaler“ Snack-Riegel“ kostet 1,50 Euro pro Einzelstück. Bitte geben Sie je nach Art des Snack-Riegels an, welchen Preis - ausgehend von den 1,50 Euro – Ihnen ganz generell günstig, gerade noch gerechtfertigt, zu hoch oder zu günstig für ein solches Produkt erscheint. Bitte tragen Sie Euro und Cent ein.
n=1.036

	Welchen Preis fänden Sie angemessen?	Welchen Preis halten Sie für hoch, aber ge-ade noch ge-rechtfertigt?	Welcher Preis wäre zu hoch?	Welcher Preis ist zu niedrig, sodass man die Qualität an-zweifeln würde?
Schokoladen-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro
Milch-/Joghurt-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro
Müsli-/Cerealien-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro
Sport-Energy-Riegel, Power-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro
Eiweiß-, Protein-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro
Frucht-Riegel	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro	____,____Euro

 Copyright © mafowerk GmbH, 2020

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar
Trend Evaluation Snack-Riegel 2020

- Die Ergebnisse der Consumer und POS Insights „Snack-Riegel 2020“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Consumer Insights ist:
  - **3.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.) für 2020 *
- Das Honorar inklusive der Vergleichsdaten 2018:
  - **4.500,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)

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

*: Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2018 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten
Unser Angebot ist gültig bis zum 30.09.2020

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-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 2020

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.