mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation - Consumer Insights Food

SB-Brot und -Backwaren im LEH 2021

Tiefgekühlt - SB-Regal - Backstation - Pre- und ready baked

• Studieninhalte •

Nürnberg | Fürth, im Juni 2021

Ändert sich das Verbraucherverhalten bei Brot und Backwaren dauerhaft?

Auch beim Kauf und bei der Verwendung von Brot und Backwaren stellte die in 2020 beginnende COVID-19-Krise eine Zäsur dar: die Pandemie dämpfte die jahrelange Erfolgsserie der Backstationen und das damit verbundene Frischeangebot im LEH. Unter der Last der neuen Hygieneregeln litt auch die Lust auf Impulskäufe bei Brot und Backwaren. [1)]

- Welche Zukunft haben Backstationen im Handel?
- Wie verändern sich die Verbraucher-Präferenzen zwischen Back-stationen, SB-Regal und TK-Bereich?
- Welche Brot- und Backwaren werden wo gekauft?
- Welche Bedeutung und welches Potenzial haben self baking/Brot-backautomaten?
- Welche Rolle spielen Kooperationen des Handels mit regionalen Handwerksbäckern?

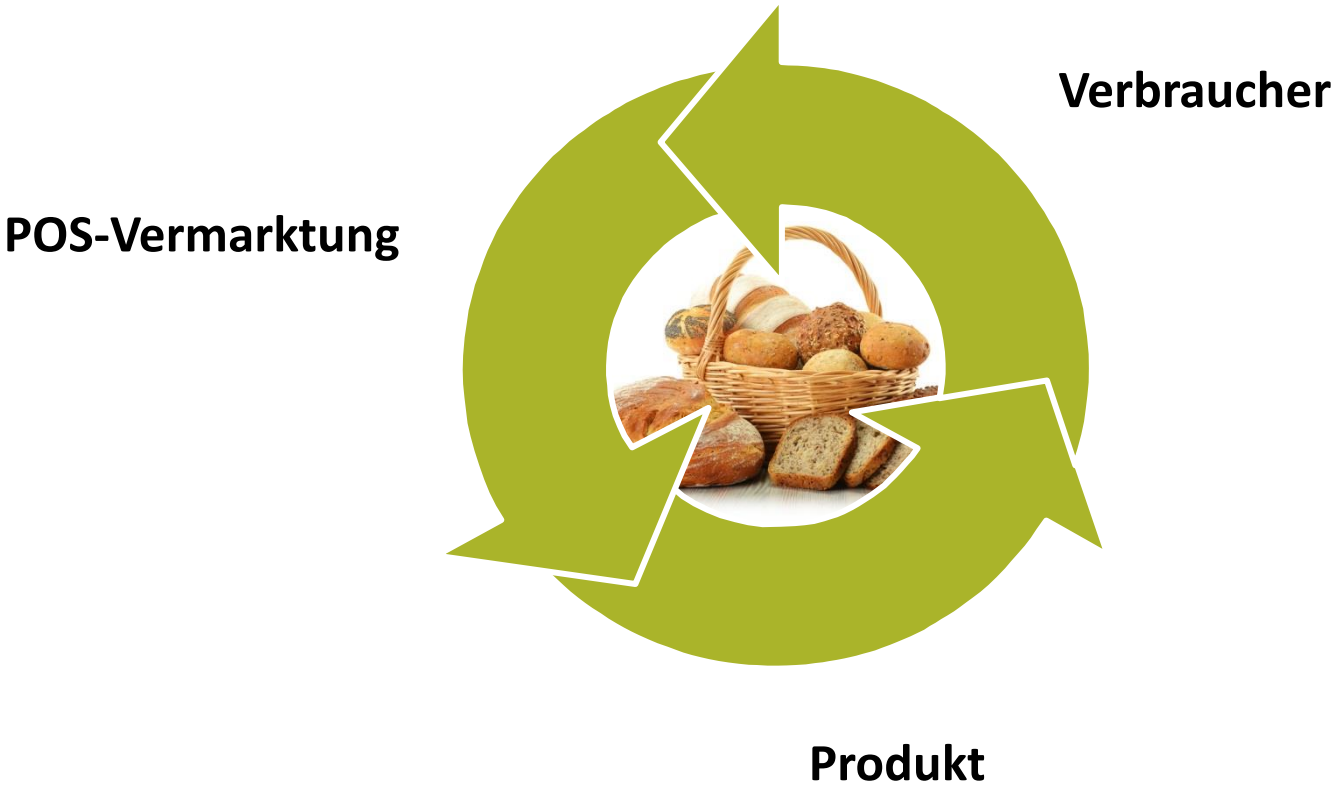
In einer Neuauflage 2021 der **Trend Evaluation Consumer Insights SB-Brot- und Backwaren** hat mafowerk die Entwicklung im Vergleich zu 2013/2015/2017 und 2019 in diesem Markt auf seine Tragfähigkeit und die Möglichkeiten von weiteren Wachstumsfeldern untersucht - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung.

1) Quelle: Lebensmittelpraxis 2021“

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Brot- und Backwaren



Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

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

Produkt und Marke

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse?
- Welcher gesundheitliche Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Wie stark ist das Potenzial von SB-Ware (fertig, teilfertig)?
- Welche Marken sind bekannt?
- Welche neuen oder zusätzlichen Sortimente werden an Backstationen gewünscht, welche bisherigen werden akzeptiert oder abgelehnt?

Consumer

- Welche Auswirkungen gibt es durch die aktuelle COVID-19-Krise auf das Einkaufsverhalten bei Brot und Backwaren? Welche Veränderungen im Käuferverhalten gibt es angesichts neuer Hygienevorschriften?
- Zu welchen Anlässen wird wo gekauft?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen und wie haben sich diese seit 2013 entwickelt?
- Wie hoch ist die Substitution innerhalb der Angebotsformen (anlassbezogen oder dauerhaft)?
- 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?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

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

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 Brot- und Backwaren im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Wie werden zusätzliche Serviceeinrichtungen an Backstationen bewertet?
- Wie werden die verschiedenen Backstationen-Konzepte der Einzel-
- Accounts bewertet im Vergleich zu 2013/2015/2017 und 2019 ?

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung der Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Brot- und Backwaren (Brot, Brötchen/Semmeln)
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.125 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Brot- bzw. Backwaren kaufen und bereits an Back-Stationen des LEH kaufen bzw. gekauft haben
  - 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: 19.04.2021
  - Feldende: 26.04.2021

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

		Seiten
1.	Wie häufig wird gekauft?	46-51
2.	Wo wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben?	52-72
3.	Wann wird gekauft? Zu welchen Anlässen?	73-79
4.	Kauf an Back-Stationen	80-142
5.	Kauf im SB-Regal	143-158
6.	Kauf in der Tiefkühltruhe	159-165
7.	Einkaufsverhalten Back-Station versus andere Bereiche	166-182
8.	Plankauf versus Spontankauf	183-190
9.	Entscheidungskriterien beim Kauf nach Angebotsformen	191-232
10.	Markenbekanntheiten	233-245
11.	Wie informiert sich der Konsument?	246-254
12.	Wünsche der Konsumenten. Aktuelle Situation: COVID-19	255-271

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

Ausweis mit folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

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

Haushaltsgröße:

1 Pers.-HH / 2 Pers.-HH / 3 Pers.-HH / über 3-Pers.-HH

Kinder im Haushalt:

Haushalte mit Kindern / ohne Kinder

Gebiete:

Nielsengebiete

Netto-Einkommen pro Monat:

bis 1.999 Euro / 2.000-2.999 Euro / 3.000-3.999 Euro / 4.000 Euro und mehr

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

25 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
4 Seiten aussagekräftige Insights
Über 200 Seiten klar kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele

Back-Stationen

SB-Regal

Tiefkühltruhe/-regal

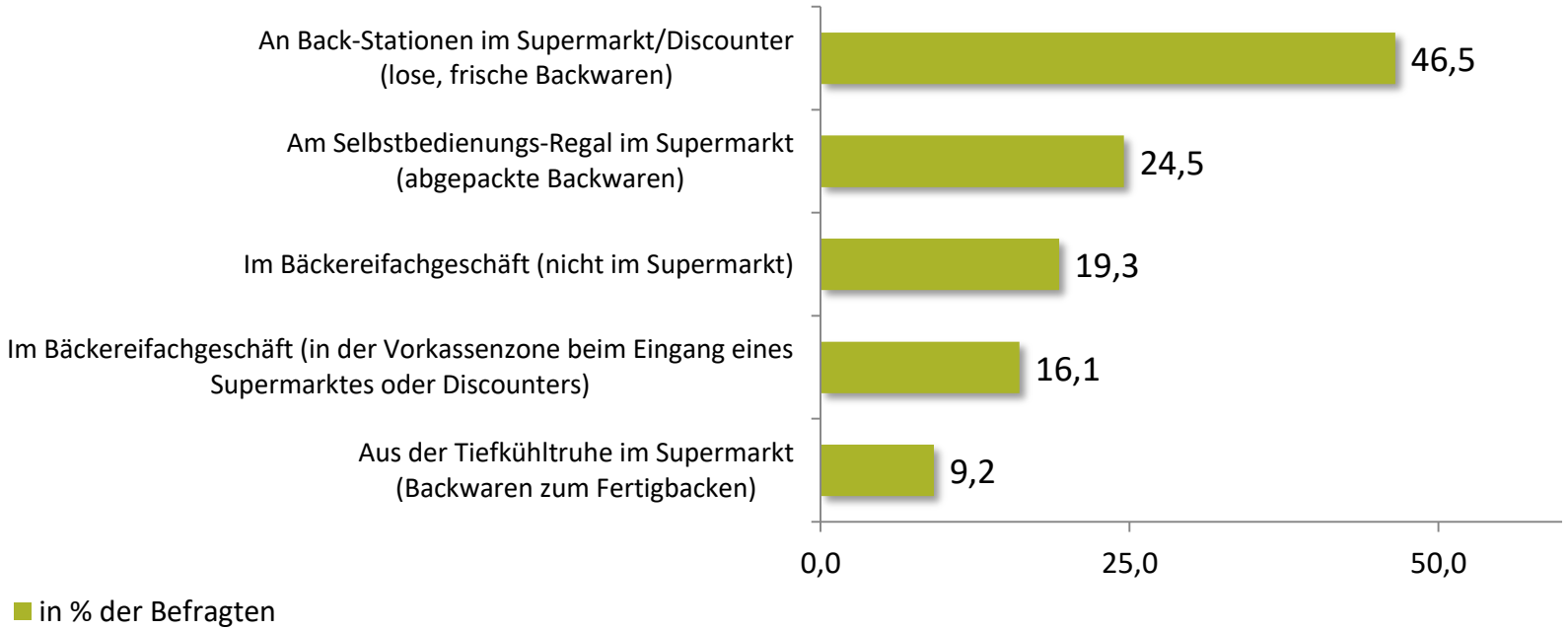
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

46 % der Befragten kaufen ausschließlich oder sehr häufig an Back-Stationen

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Wie oft kaufen Sie Backwaren in den folgenden Einkaufsstätten?
Top 2 Boxes „ausschließlich/sehr häufig - gesamt“. n=1.125



Kommentar

- 24,5 % kaufen im SB-Regal abgepackte Backwaren
- 19,3 % kaufen im Bäckereifachgeschäft (außerhalb des Supermarktes)

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

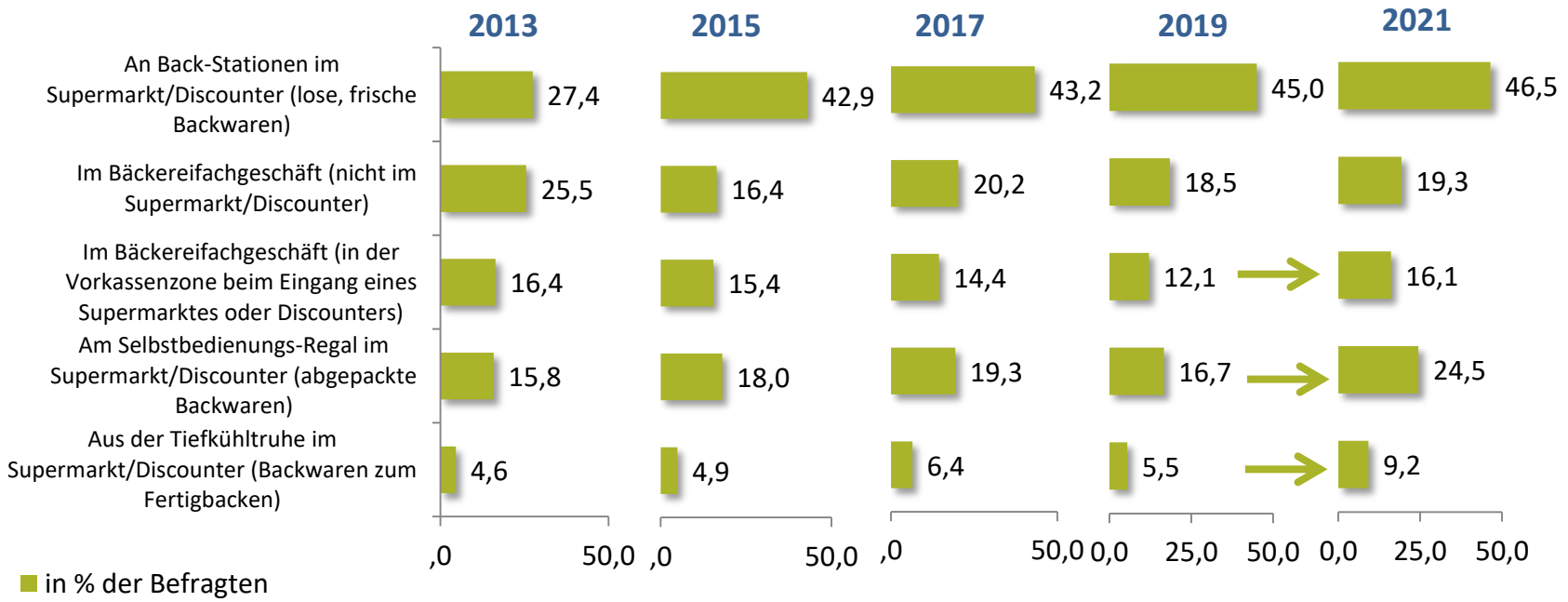
Copyright © mafowerk GmbH, 2021

In 2021 steigt die Nutzung von Back-Stationen durch LEH-Shopper nur noch leicht an, während die SB-Backwaren deutlich steigen

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Wie oft kaufen Sie Backwaren in den folgenden Einkaufsstätten?

Top 2 Boxes „ausschließlich/sehr häufig - gesamt“. 2013 n=1.098, 2015 n=1.000, 2017 n=1.011, 2019 n=1.000, 2021 n=1.125



Kommentar

- Gleichzeitig sind auch die TK-Backwaren im Vergleich zu 2019 deutlich angestiegen und die Bäckereifachgeschäfte in der Vorkassenzone, die bis 2019 noch die Verlierer durch die Back-Stationen waren

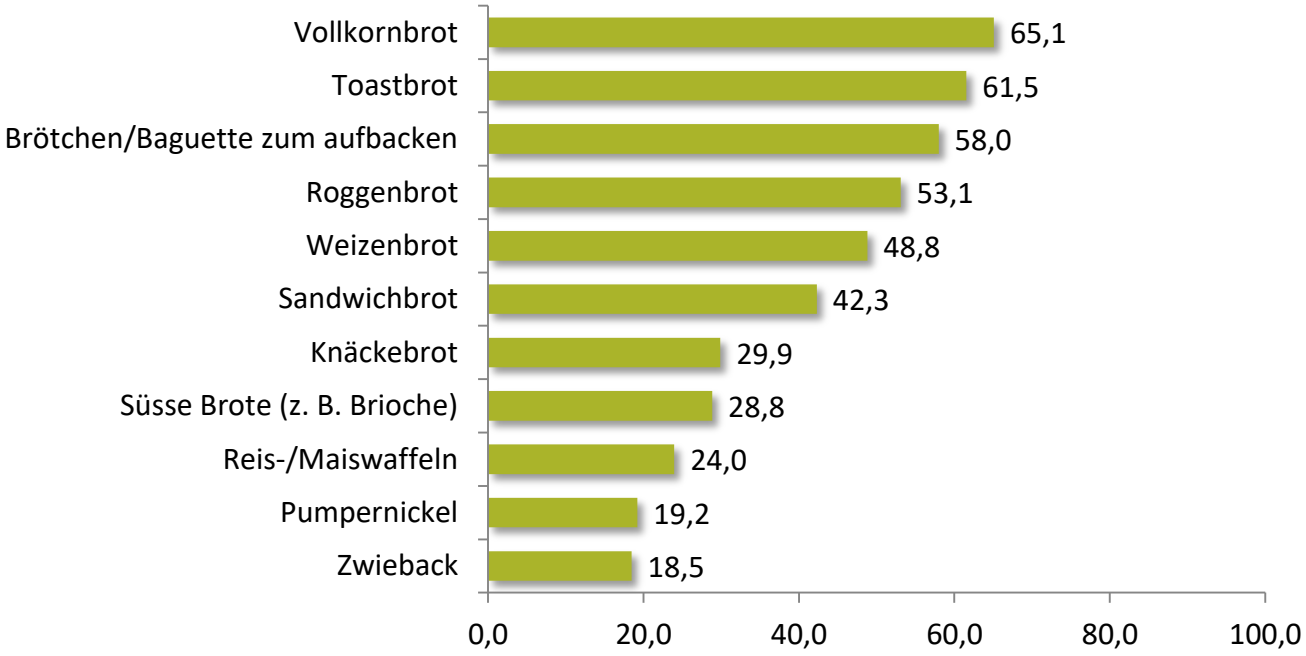
Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Vollkornbrot, Toastbrot und Brötchen zum Aufbacken werden am SB-Regal am häufigsten gekauft

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Welche Produkte kaufen Sie am Selbstbedienungs-Regal im Supermarkt bei abgepackten Backwaren?
(Mehrfachnennungen möglich) Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche am Selbstbedienungs-Regal im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen. Top 2 Boxes „sehr häufig/ häufig – gesamt“ n=676



Angaben in %

Kommentar

- Ganz andere Sortimentsschwerpunkte also als an der Back-Station, wo Brötchen und (normales) Brot am beliebtesten sind

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche in Lebensmittelgeschäften (Discounter/Supermarkt) am SB-Regal fertig verpackte Backwaren häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

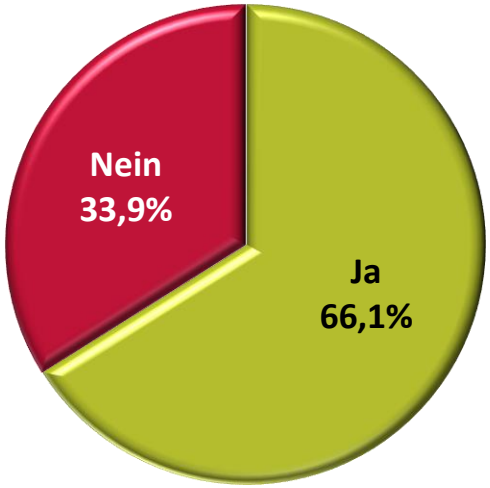
Copyright © mafowerk GmbH, 2021

Back-Stationen führen bei 66 % zu einem erhöhten Verzehr von frischen Backwaren

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Kaufen Sie jetzt öfter bzw. mehr frische Backwaren aufgrund der Back-Stationen im Lebensmittelhandel als früher beim Bäcker, als es solche Angebote noch nicht in Supermärkten/Discountern gab?

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen. n=1.125



Angaben in %

Kommentar

- Nur 34 % kaufen gleich viel frische Backwaren wie vor der Einführung der Back-Stationen
- 66 % kaufen dagegen mehr und dies geht meist zu Lasten der Bäckereifach-geschäfte außerhalb des LEH

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

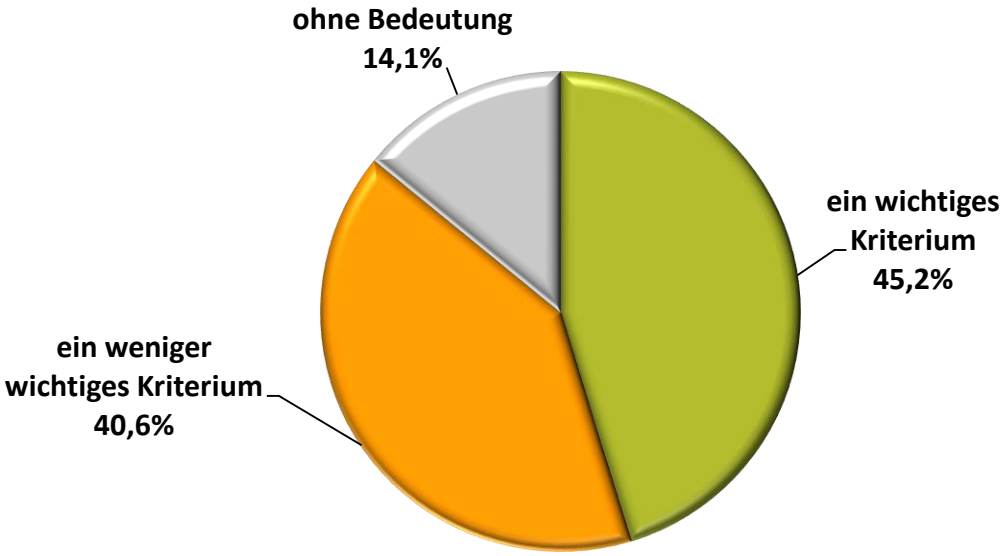
Für rund 45 % ist das Vorhandensein einer Back-Station ein wichtiges Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Bei der Wahl meiner Einkaufsstätte bei Lebensmittelmärkten ist das Angebot an Back-Stationen ……

(Wählen Sie das Zutreffende aus)

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche an Back-Stationen im Supermarkt häufig/ sehr häufig oder ausschließlich kaufen. n=1.125



Angaben in %

Kommentar

- Dagegen ist für 55 % der Befragten eine Back-Station nur ein weniger wichtiges oder unbedeutendes Auswahlkriterium bei der Wahl der Einkaufsstätte

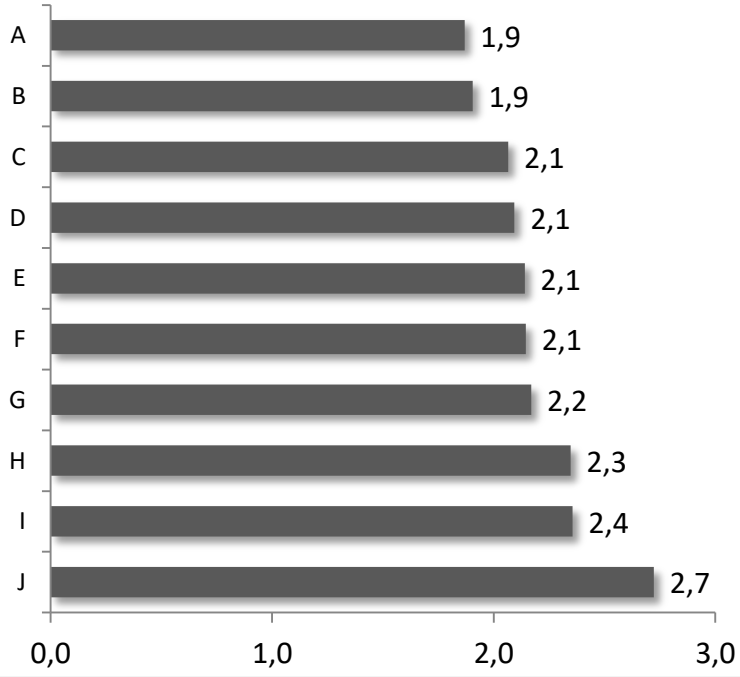
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

In 2021 bekommen die Handelsaccounts A und B in der Gesamtbetrachtung die besten Zensuren bei den Back-Stationen

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

Wie beurteilen Sie die Back-Station in den von Ihnen genannten Lebensmittelmärkten? Bitte vergeben Sie Schulnoten von 1 bis 6 (1 = sehr gut, 6 = ungenügend) Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche im jeweiligen Lebensmittelgeschäft kaufen n=1.125



Daten anonymisiert

Kommentar

- Handelsaccount D wird gleich wie E bewertet
- H, I und vor allem J erhalten die schlechteren Bewertungen

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

Bewertung der Accounts nach Einzelkriterien

Bei der Bewertung der Einzelkriterien wurden die Handels-Accounts herangezogen, die eine für eine Einzelanalyse ausreichende Fallzahl der Nennungen aufwiesen.

Analysierte Handels-Accounts:

- Aldi Nord
- Aldi Süd
- Lidl
- Netto
- Penny
- Kaufland
- real,-
- Rewe
- Edeka
- *(Norma)* *geringe Fallzahl*

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Bewertung der Accounts nach Einzelkriterien

Die Befragten konnten die Back-Stationen der Accounts nach folgenden Einzelkriterien bewerten:

- **Warenpräsentation** (Ordnung, Übersichtlichkeit, Art der Entnahme, Zusatzleistungen)
- **Frische /Geschmack** (Geschmack / Frische der Ware)
- **Auswahl** (Sortiment/Vielfältigkeit/Vorratslücken)
- **Preis-/Leistungsverhältnis** (günstig, billig, teuer)

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Trend Evaluation SB Brot- und Backwaren

- Die Ergebnisse der Consumer Insights „Brot- und Backwaren 2021“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Consumer Insights ist:

  3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.) für 2021 *
- Das Honorar der aktuellen Consumer Insights inklusive der Vergleichsdaten der Consumer Insights 2013/2015/2017/2019 ist:

  5.100,- Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Die Ergebnisse der Studie liegen vor und können innerhalb von zwei Arbeitstagen nach Bestellung geliefert werden
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Persönliche Ergebnispräsentation optional (gegen Aufpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

* Für Kunden, die diese Consumer Insights in 2019 bezogen haben: inklusive Vergleichsdaten
Unser Angebot ist gültig bis zum 31.10.2021

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2021

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, 2021

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.