mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation - Spirituosen

Consumer und PoS Insights RTD Premix-Longdrinks 2022

Inhalte und Ergebnisse

mafowerk | Marktforschung | Beratung

Nürnberg | im Januar 2022

RTD Premix-Longdrinks: ein Wachstumsmarkt

Ausgangssituation
Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

RTD Premix-Longdrinks beleben mit zweistelligem Wachstum den Spirituosen-Markt.

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

Mit der Neuauflage der **Trend Evaluation** Consumer Insights **„ Spirituosen RTD Premix 2022“** hat mafowerk den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS, Produkt und Konsument**“ im Vergleich zu 2019 sowie die Entwicklungspotenziale untersucht - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser wachsenden Warengruppe.

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

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

Kernfragen
Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

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?

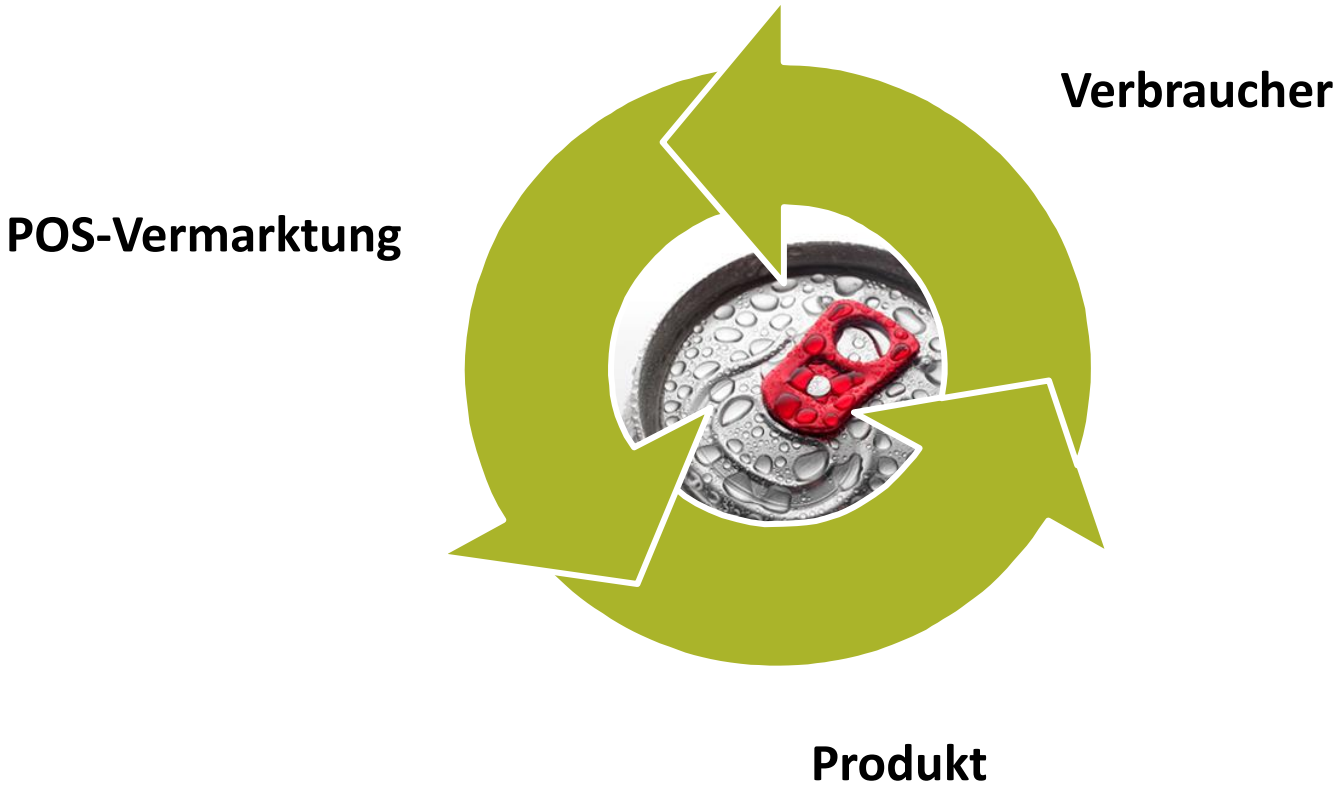
3
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Was sind die wichtigen Produkt-Attribute aus der Sicht des Käufers?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

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 2022



mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

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 2022

- 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?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

Studienaufbau

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

- **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**
  - 22.11.2021 (Feldstart)
  - 01.12.2021 (Feldende)

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

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

Soziodemografien
Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

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

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

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

Einige ausgewählte Beispiele

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

1.	Warum wird konsumiert? Wie wird konsumiert?
2.	Wie häufig wird gekauft?/verwendet?
3.	Wie viel wird konsumiert? Wo wird eingekauft?
4.	Zu welchen Anlässen wird konsumiert?
5.	Sortenpräferenzen? Grössenpräferenzen
6.	Wie werden Käufer aufmerksam?
7.	Einkaufsverhalten. Was ist beim Kauf wichtig?
8.	Plankauf versus Spontankauf
9.	Beurteilung der Situation am POS
10.	Markenbekanntheiten
11.	Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?
12.	Wünsche und generelle Einstellungen

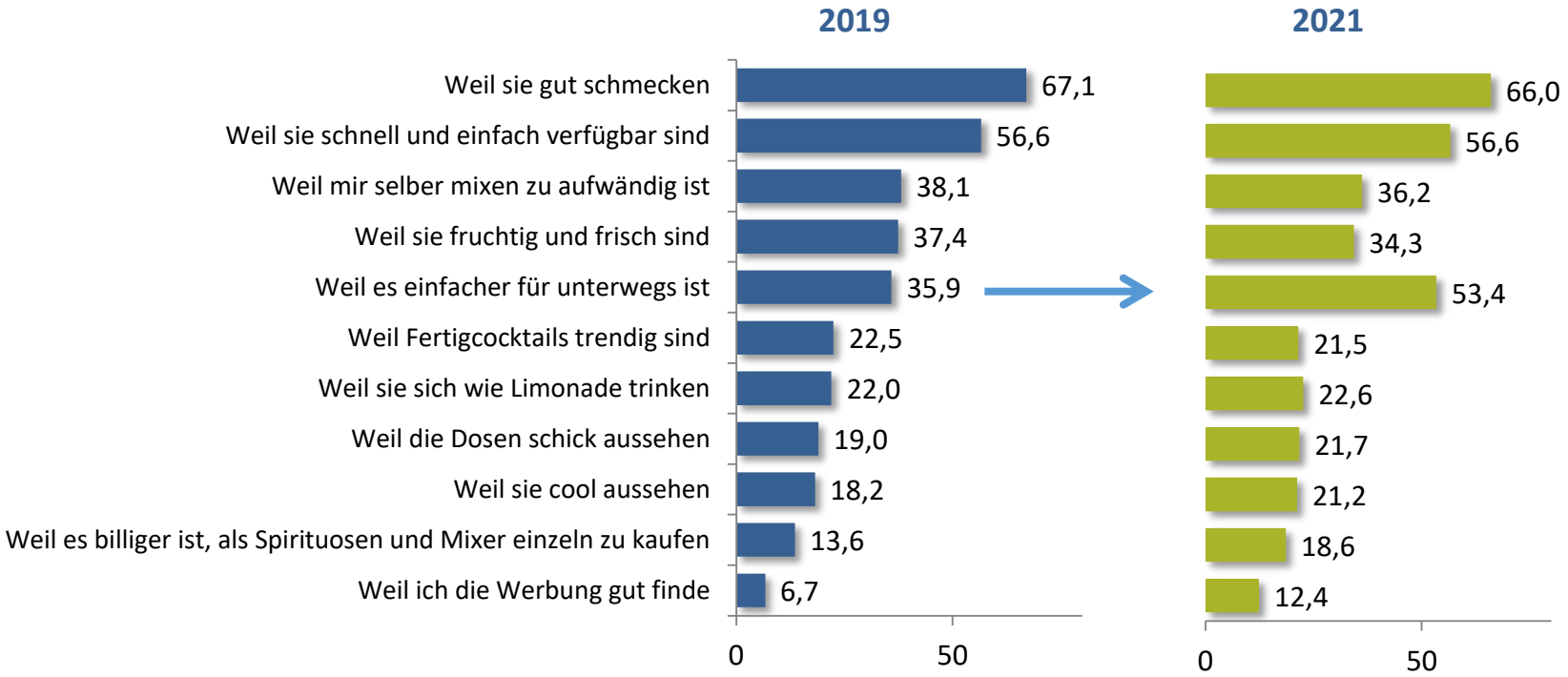
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

Besonders „für unterwegs“ steigt die Verwendung von RTD-Spirituosen

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

Warum konsumieren Sie „Premix-Spirituosen ready to drink“? 2019+2021 n=1.000



Kommentar

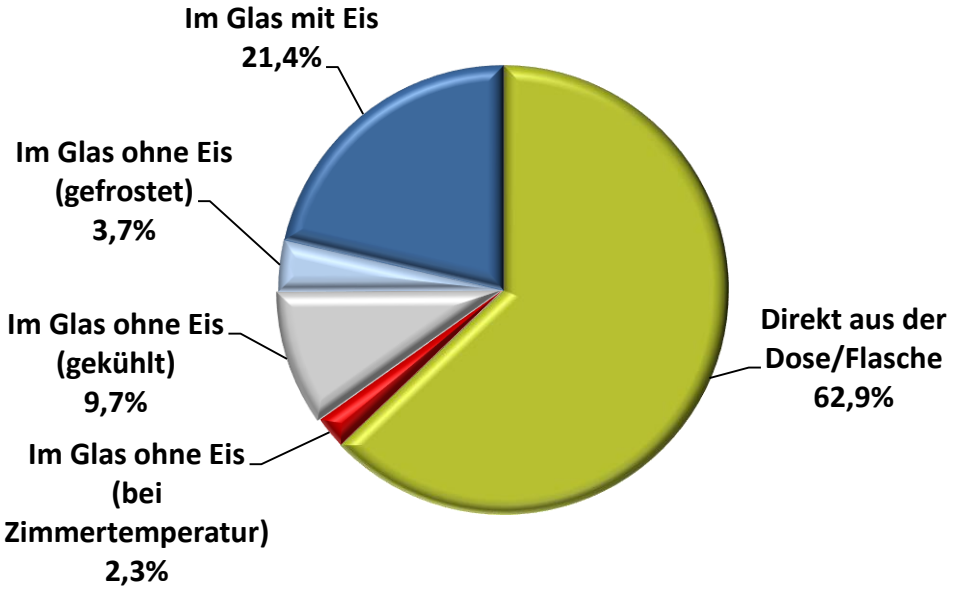
- Der Grund der einfacheren Unterwegs-Verwendung steigt signifikant im Vergleich zu 2019

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

63 % aller Befragten trinken RTD-Spirituosen direkt aus der Dose

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
- 21 % der „Umfüller“ trinken mit Eis und 19 % trinken ohne Eis

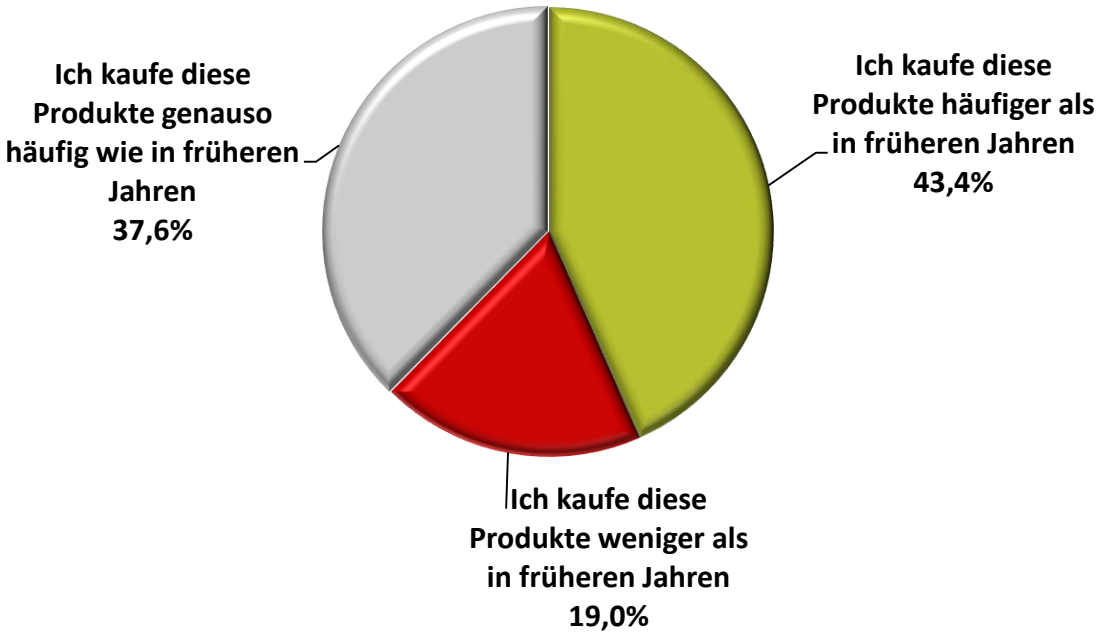
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

43 % aller Befragten kaufen häufiger als in den Vorjahren

Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

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



Angaben in %

Kommentar

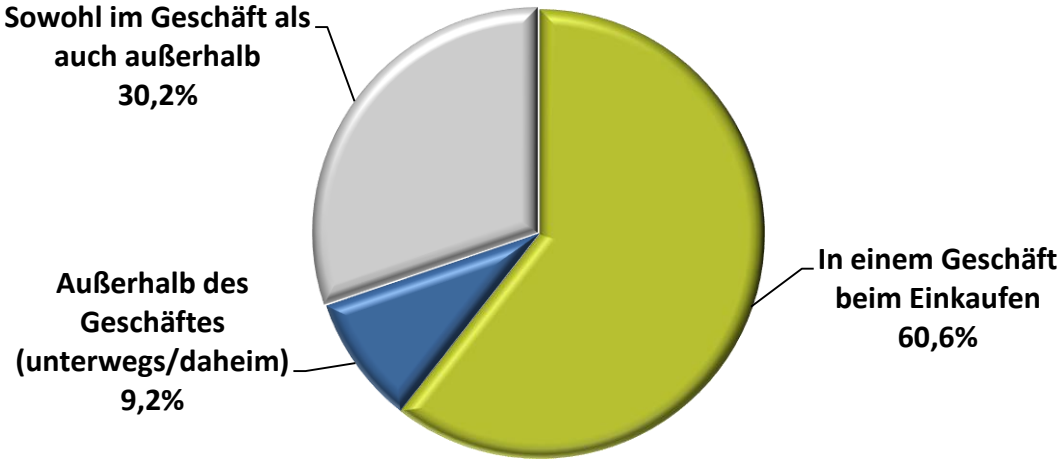
- Nur 19 % kaufen weniger als in den Vorjahren, damit sind RTD-Spirituosen eine steigende Warengruppe

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

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

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



Angaben in %

Kommentar

- Nur 9 % werden ausserhalb eines Geschäftes auf RTD-Spirituosen aufmerksam
- Damit sind die Platzierung und Maßnahmen am POS die wichtigsten Voraussetzungen für einen Kaufentscheid

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2022

Trend Evaluation erhöht den Erkenntnisgewinn

Honorar
Trend Evaluation Spirituosen RTD Premix 2022

- Die Ergebnisse der Consumer Insights **„Spirituosen RTD Premix 2022“** können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per Email
- Das Honorar für die Consumer Insights für 2022 ist:
  - **3.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)
- Das Honorar für die Consumer Insights 2022 inklusive der Vergleichsdaten von 2019 ist:
  - **4.900,- Euro** (netto zzgl. MwSt.)

  Die Ergebnisse der Studie liegen vor und werden innerhalb von 1 bis 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

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.06.2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

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

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH 2022

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.