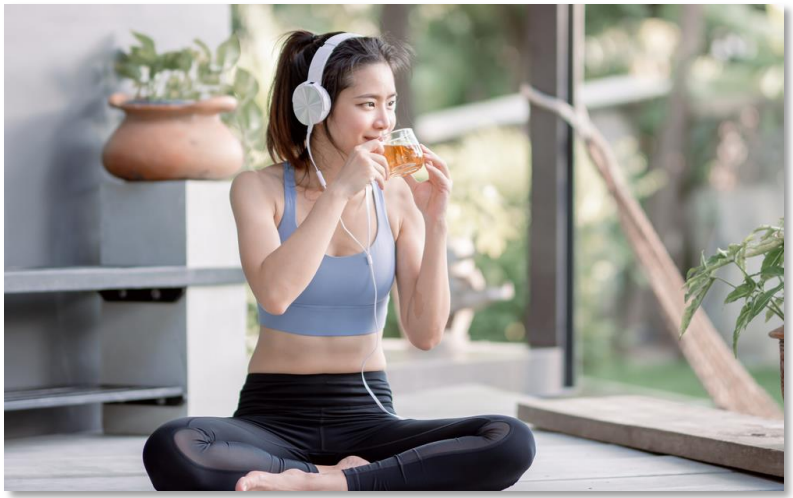
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.



Trend Evaluation - Consumer Insights Getränke

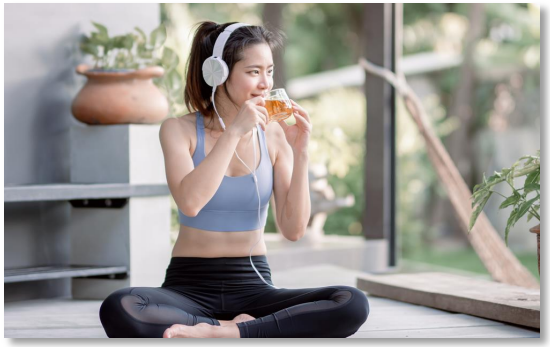
Functional / Wellness Drinks 2022

• Studieninhalte •

mafowerk | Marktforschung | Beratung

Nürnberg/Fürth | im September 2022

Der Markt für Functional / Wellness Drinks wächst



Ernährung dient nicht mehr nur allein der Nahrungsaufnahme, sondern ist in vielen Fällen auch Mittel zur Selbstoptimierung. Ernährung und Getränke sollen zum Beispiel gesundheitsfördernd oder anregend sein.
Mix-Getränke auf Basis von Tee, Wasser oder Saft mit Wellness-/Functional-Anspruch finden immer mehr Käufer, insbesondere in der jungen Zielgruppe.

Die Produktnamen sind oft ebenso exotisch wie die Mischungen, der Kreativität scheinen keine Grenzen gesetzt: Cocos-Water, Birkensaft, Mate z. B. gemischt mit Ingwer, Ginseng, Aloe Vera oder Algen und andere Sorten und Produkte versprechen mehr Energie für den Tag oder andere belebende oder stress-reduzierende Wirkung auf den Körper.

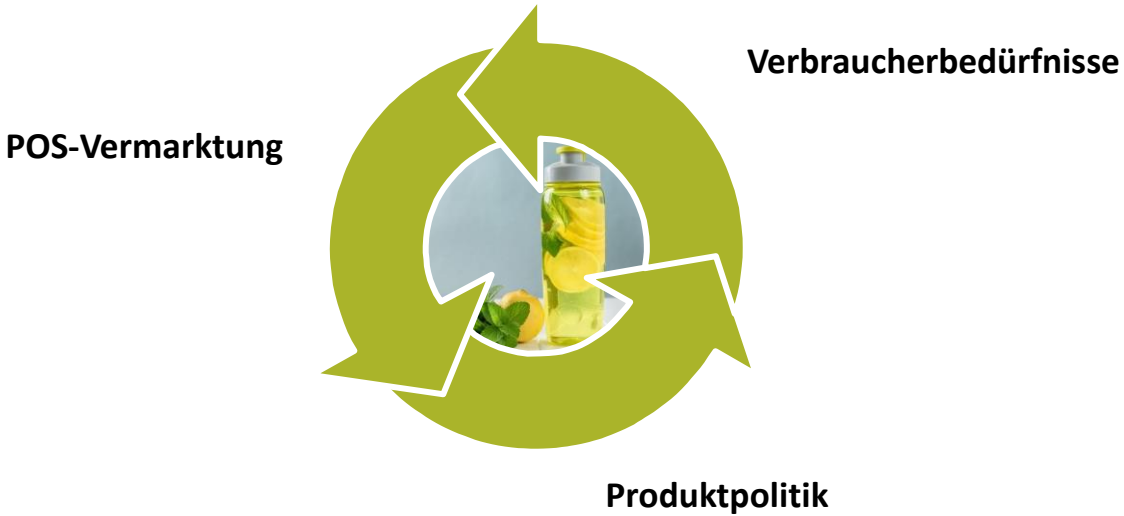
mafowerk untersucht nun detailliert das Verbraucher- und Entscheidungs-verhalten beim Einkauf und beim Konsum von Wellness / Functional Drinks sowie die Potenziale für ein weiteres Wachstum.

Die **Trend Evaluation** Consumer Inisghts **„Functional / Wellness Drinks 2022“** von mafowerk hat die Entwicklungspotenziale untersucht und zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „**POS - Produkt - Konsument**“ - für eine erfolgreiche weitere Vermarktung in dieser Warengruppe.

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Functional / Wellness Drinks



© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen mit den „*white spots*“

1

- Wer ist die potenzielle Zielgruppe, wer kauft ?
- Welche Käufertypologie kann gebildet werden?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsformen und Verpackungen?
- Wie hoch ist die Austauschbeziehung: Funktional / Wellness Drinks zu anderen AfG Segmenten?

3

- Wie definiert der Konsument “Functional / Wellness Drinks”?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei Functional / Wellness Drinks transparent und zeigt damit die Potenziale und neue Marktchancen auf

Produkt

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Name, Mischung, Nutzen, Preis, etc.)?
- Welche Marken sind bekannt? (gestützt und ungestützt)
- Welche Mischungen bzw. Nutzen werden bevorzugt?
- Welche Chancen haben Saisonkonzepte?
- Was sind die Produktattribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Preisbereitschaft existiert bei Functional / Wellness Drinks (Preisober- bzw. -untergrenzen)?
- Wie stellt sich der Verbraucher das für Ihn am besten passende Functional- / Wellness-Getränk vor?

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Functional / Wellness Drinks transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

Consumer

- Wer trinkt wie oft und wie viel? Verwendungshäufigkeit und Verbrauch
- Warum werden Functional / Wellness Drinks gekauft?
- Nach welchen Kundentypologien kann man Functional / Wellness Drinks-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Zu welchen Anlässen werden Functional / Wellness Drinks gekauft und getrunken?
- Make or Buy: Wie häufig werden Functional / Wellness Drinks selbergemacht?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Wann werden Functional / Wellness Drinks verwendet („inhome“, „out of home“)?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Functional / Wellness Drinks transparent und zeigt damit neue Marktchancen auf

POS-Vermarktung

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wie schwierig bzw. einfach ist es für den Shopper, das geeignete Produkt am POS zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Functional / Wellness Drinks im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wo sollten Functional / Wellness Drinks zusätzlich am POS platziert sein?
- Welche Preisbereitschaft existiert nach Vertriebsschienen?
- Welche Promotion-Aktionen zu Functional / Wellness Drinks sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienaufbau sichert repräsentative Ergebnisse

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufs- und Verwendungsverhaltens beim Kauf von Functional/Wellness Drinks
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.040 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Functional / Wellness Drinks kaufen bzw. 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**
  - 12.08.2022 (Feldstart)
  - 17.08.2022 (Feldende)

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien bei Functional / Wellness Drinks

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

Sportliche Aktivität:
Ja / Nein

Sportarten: Welche Sportarten werden betrieben?

Besitz Fitness Tracker/SmartWatch:
Ja / Nein

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Teilkategorien bei Functional / Wellness Drinks

Warengruppendefinition:

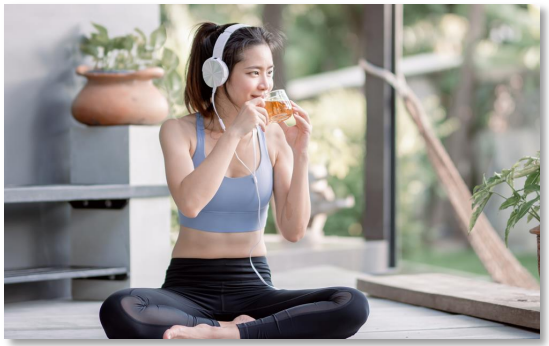
- Aqua Drinks (Wasser mit Vitaminzusatz)
- Aqua Drinks (Wasser mit Kräuterzusatz)
- Relaxation Drinks (z. B. Kombucha, Kefir, etc.)
- ACE-Getränke (Fruchtsäfte angereichert mit Kräutern/Mineralstoffen/Vitaminen)
- Smoothies
- Shots (z. B. mit Ingwer, Aronia,Kurkuma usw.)
- Probiotische Joghurt-Drinks
- Sportgetränke und Protein Drinks
- Energy Drinks
- Gemüsesäfte (keine Smoothies)

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Ergebnisse im Detail

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022



Ergebnisse • ready to use:

Management Summary: 15 Seiten fundierte Kernaussagen, 5 Seiten aussagekräftige Insights

Deep Dive: 120 Seiten klar kommentierte pptx-Charts für Einzelergebnisse zur tieferen Analyse on demand

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

© mafowerk GmbH I 2022

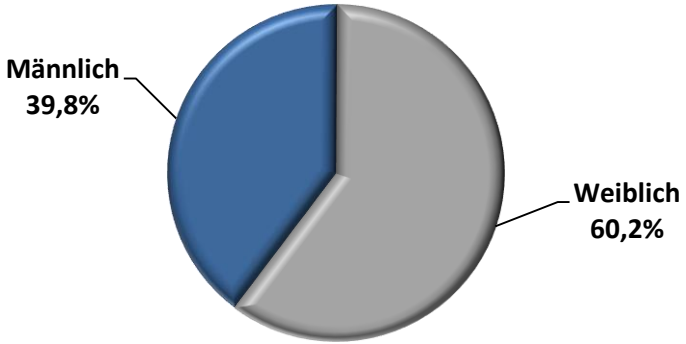
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Die Verwender von Functional/Wellness-Getränken sind mehrheitlich weiblich

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Wer kauft Functional / Wellness Drinks? n=1.040

Geschlecht



Angaben in %

Kommentar

– 60 % sind weibliche Verwender und 40 % der Verwender sind männlich

© mafowerk GmbH I 2022

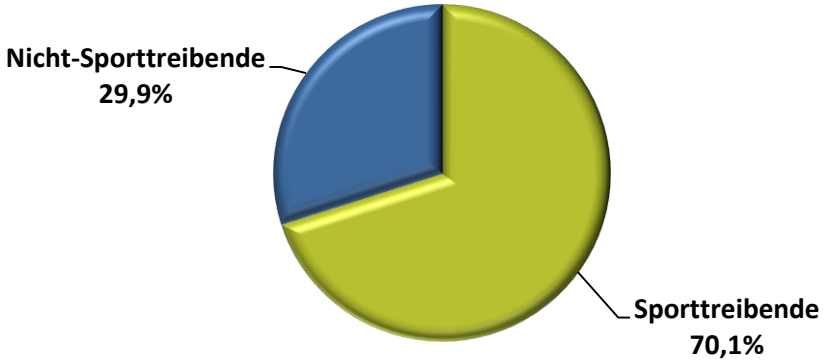
mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

70 % der Functional/Wellness-Drinks-Verwender treiben regelmäßig Sport

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Wer kauft Functional / Wellness Drinks? n=1.040

Sport



Angaben in %

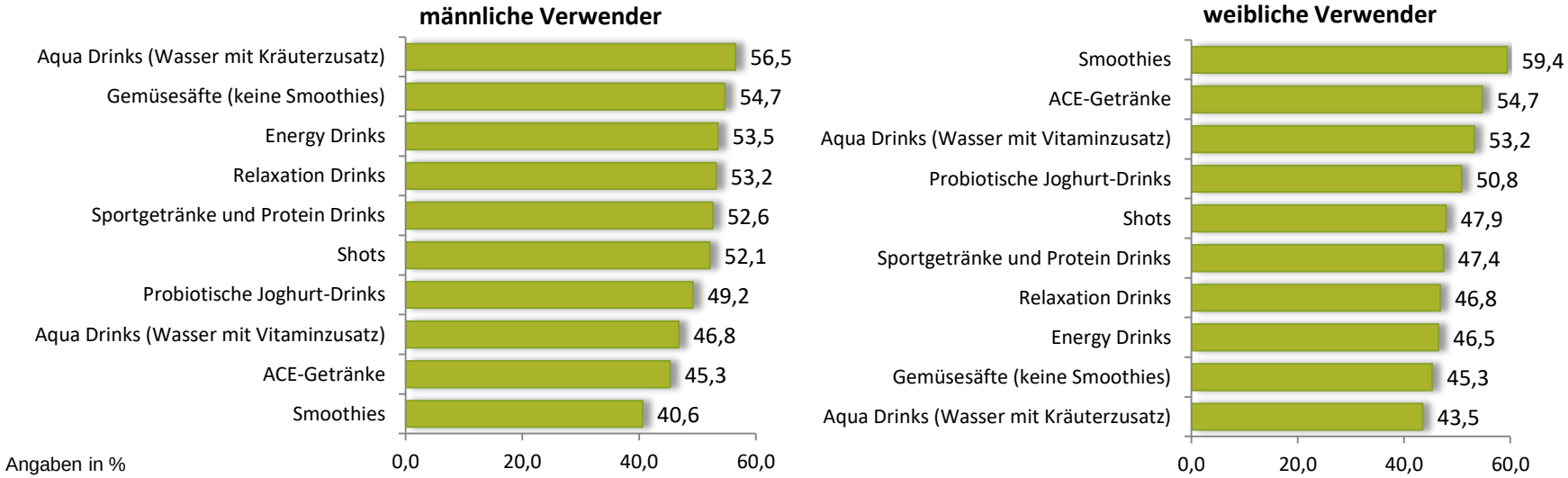
Kommentar

– 30 % der Verwender treiben nicht regelmäßig Sport

Männer und Frauen haben unterschiedliche Geschmäcker: während bei Smoothies die Frauen dominieren, sind Aqua Drinks mit Kräutern mehr eine männliche Domäne

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Welche Art von Wellness-Functional-Getränken kaufen bzw. verwenden Sie? n=1.040 Gesamt



Angaben in %

Kommentar

- Smoothies werden zu 59,4 % von Frauen und zu 40,6 % von Männern verwendet. Damit haben Smoothies einen deutlich höheren Frauenanteil
- Aqua Drinks mit Kräutern hingegen werden zu 56,5 % von Männern verwendet und nur zu 43,5 % von Frauen

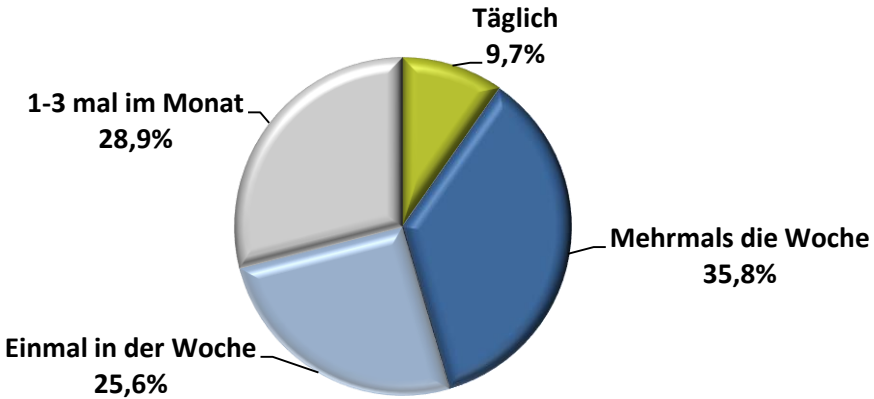
© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Nur 10 % trinken täglich Wellness-/Functional-Getränke

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Wie häufig trinken Sie Wellness-Functional-Getränke? n=1.040



Angaben in %

Kommentar

– Die Mehrheit mit 36 % trinkt mehrmals in der Woche und 26 % einmal in der Woche, damit trinken 62 % mindestens einmal in der Woche Wellness-/Functional-Getränke

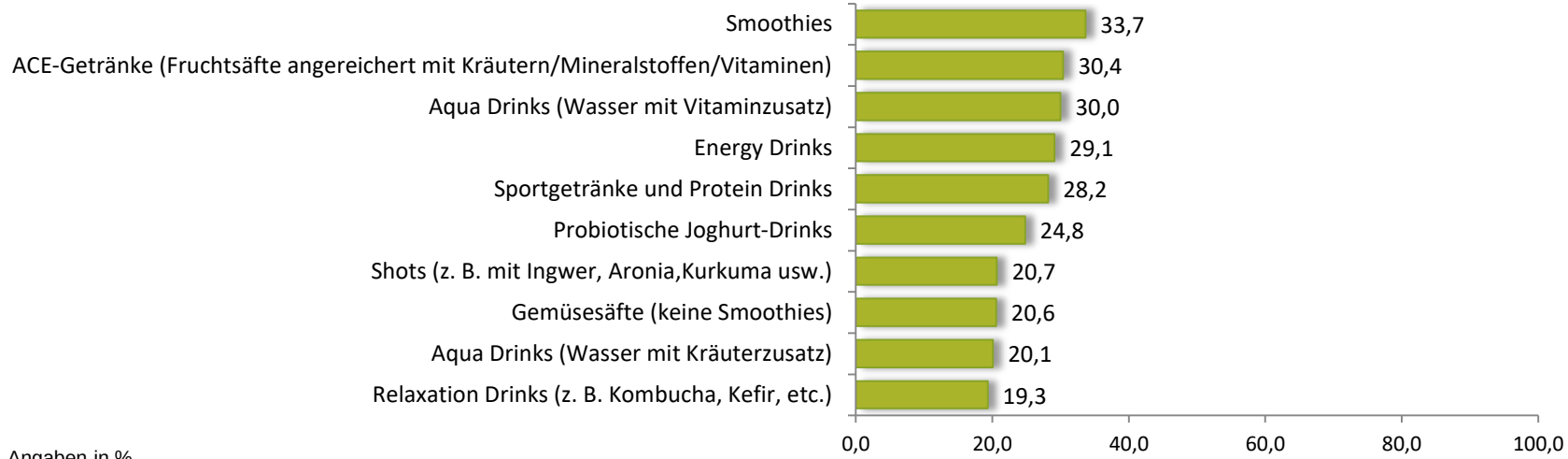
© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Smoothies, ACE-Getränke und Aqua Drinks mit Vitaminzusatz werden am häufigsten getrunken

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Welche Art von Wellness-Functional-Getränken kaufen bzw. verwenden Sie? Top 2 Boxes „sehr häufig/ häufig – gesamt“. n=1.040



Angaben in %

Kommentar

– Relaxation Drinks (wie z. B. Kombucha oder Kefir) werden seltener getrunken

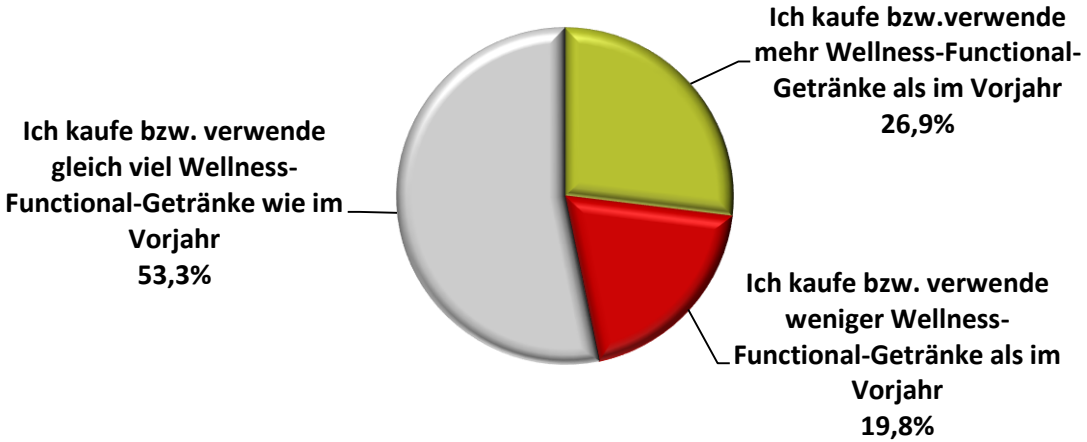
© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

53 % kaufen/verwenden gleich viel Wellness-Functional-Getränke gegenüber dem Vorjahr

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Wie würden Sie Ihr Einkaufsverhalten gegenüber dem Vorjahr bei Wellness-Functional-Getränke beurteilen? n=1.040



Angaben in %

Kommentar

– 27 % verwenden mehr gegenüber dem Vorjahr und 20 % verwenden weniger. Das bedeutet eine konstante Nachfrage nach Wellness-Functional-Getränken mit einer leicht steigenden Tendenz

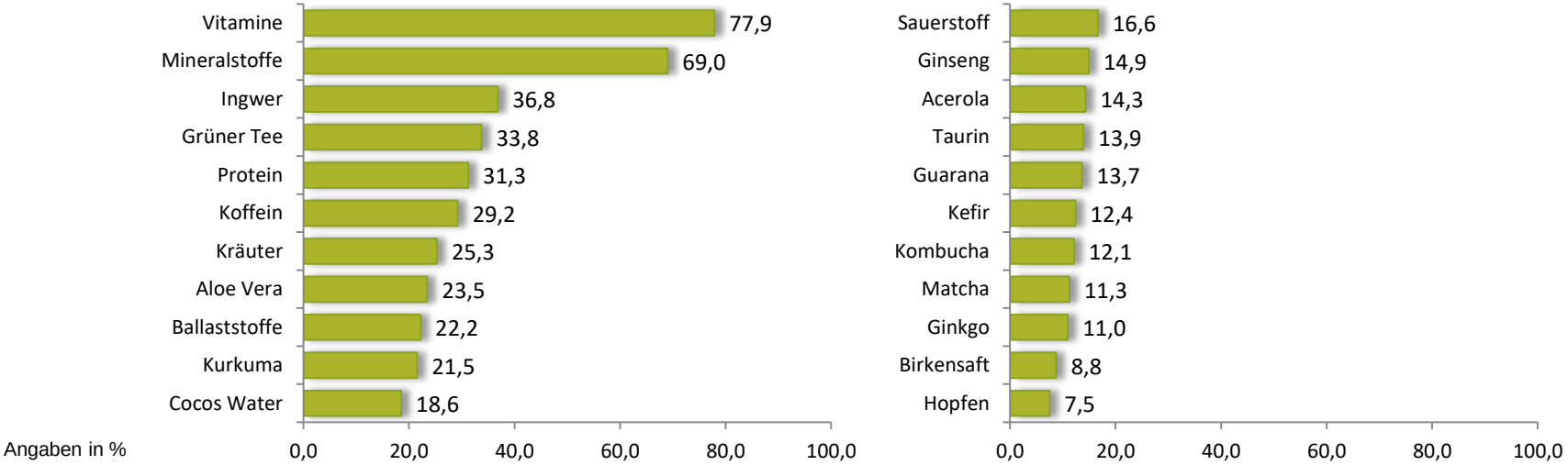
© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Vitamine und/oder Mineralstoffe sind die beliebtesten Beimischungen

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Welche Beimischung(en) bzw. Wirkstoffe bevorzugen Sie bei Wellness-Functional-Getränken? n=1.040



Kommentar

- Wobei die Vielfalt der Beimischung die meisten Konsumenten überfordert und man gerne auf das „Bekannte“ zurückgreift

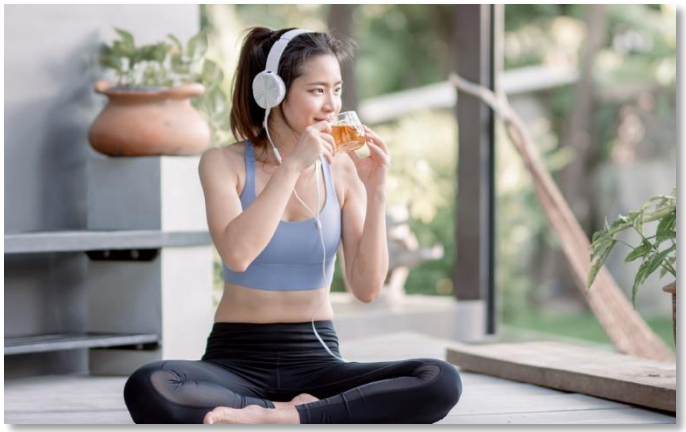
© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

„Gesund“, „Geschmack“ und „natürlich“ sind die am häufigsten spontan genannten Begriffe in Verbindung mit Wellness-/Functional-Getränken

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

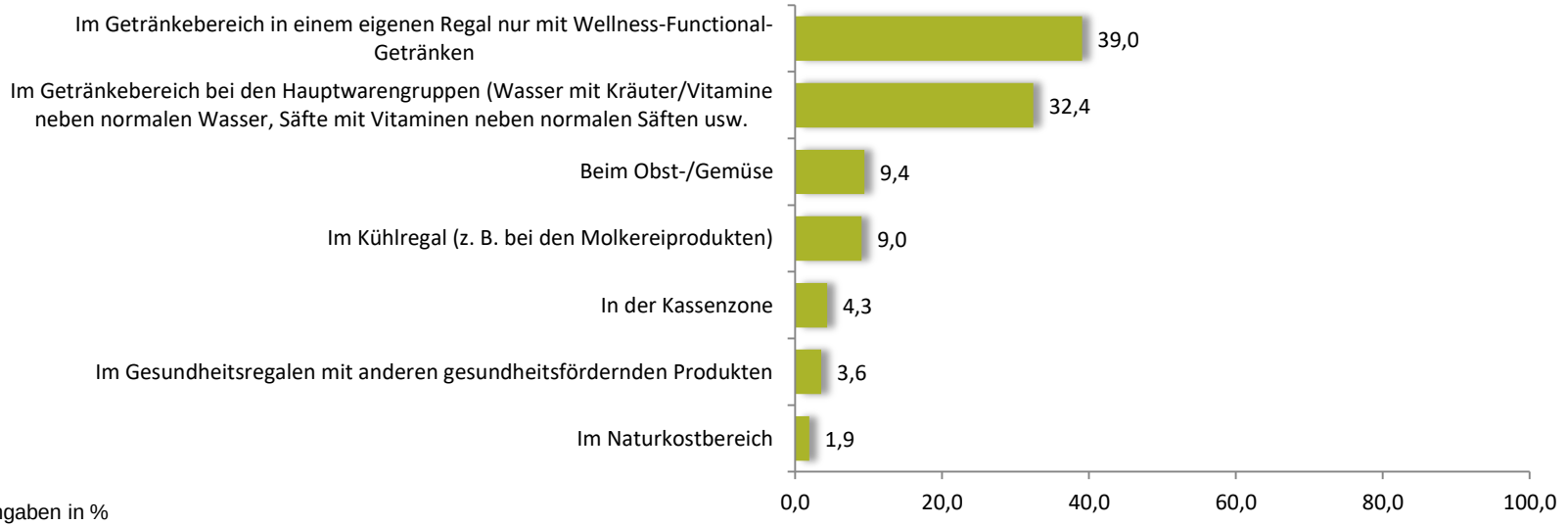
Welche der folgenden Begriffe würden Sie spontan Wellness-Functional-Getränken zuordnen? n=1.040
Die Top 15 der genannten Begriffe (Schriftgröße in der Relation des Anteils der Nennungen):



Die Meinungen nach dem idealen Regalplatz für Wellness-Functional-Getränke in einem Geschäft sind durchaus geteilt …

Trend Evaluation Functional / Wellness Drinks 2022

Wo sollten Ihrer Meinung nach Wellness-Functional-Getränke in einem Geschäft angeboten werden, damit Sie diese am leichtesten finden? n=1.040



Angaben in %

Kommentar

- 39 % würden am liebsten eine „Wellness-Getränke-Welt“ sehen, also die Produkte in einem eigenen Regal angeordnet
- Fast genauso viele, nämlich knapp 33 % sähen diese Getränke dagegen lieber bei den jeweiligen Hauptwarengruppen, als Aqua Drinks zu Wasser, ACE-Getränke zu Säfte und so weiter

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden

Die Ergebnisse der Consumer Insights „Functional / Wellness Drinks 2022“ können Sie bestellen:

- per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Consumer Insights ist:

- 3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen vor und werden innerhalb von 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 finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.11.2022

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

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 70 46 Email: leipold@mafowerk.de
Ansprechpartner	**Peter Mahn** Tel.: 0911-2001-841 Mobil: 0151 1481 70 45 Email: mahn@mafowerk.de

Fotos: mafowerk, shutterstock

© mafowerk GmbH I 2022

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.