

mafowerk
Grillstudie 2023



Trend Evaluation – Consumer Insights Grillen
Aktuelle Grilltrends 2023

Potenziale • Kaufmotive • Präferenzen und Wünsche

Inhalte Trend Evaluation – Aktuelle Grilltrends 2023

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Inhalte und Design

3

Honorar

4

Kontakt

„Classic meets Vielfalt“: deutsche Grillfans suchen neben Altbewährtem immer stärker auch Abwechslung und Bereicherung

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

1

Ausgangssituation



Fleischloses Grillen ist längst nicht mehr nur eine Beimischung beim Grillen, sondern inzwischen fester Bestandteil des Grill-Speiseplans und weiterhin auf dem Vormarsch: auf 35 % belief sich bereits 2022 der Anteil an Fleischlosem am gesamten Grillgut, jeder zweite befragte Griller verwendete mehr Fleischloses als in den Vorjahren. Dies waren nur einige Ergebnisse aus der Consumer Insights Veggie-Grillen 2022. ¹⁾

Neben fleischlosem Grillen werden von Marktexperten weitere Trends wie die neuen Hybridprodukte, Produkte aus regionaler Herstellung, aber auch eine gewisse Renaissance gutbürgerlicher und altbewährter Grillware prognostiziert. Immer vor dem Hintergrund einer gestiegenen Preissensibilität, die angesichts der momentanen Preissteigerungen in vielen Warengruppen zu beobachten ist.

mafowerk untersucht die Grilltrends auf ihre Tragfähigkeit hin und die aktuellen Grillgewohnheiten der Deutschen - in einer Neuauflage der Trend Evaluation Studien von 2011, 2013, 2015, 2017, 2019 und 2021. Aufgrund der langen Zeitreihe und der damit möglichen 2-Jahresvergleiche ist die mafowerk Trend Evaluation „Consumer Insights Grillen“ die wohl umfassendste Grill-Studie zur Bewertung der deutschen Grilltrends.

Aktualisieren Sie Ihr Wissen mit der **mafowerk Trend Evaluation** Consumer Insights „Grilltrends 2023“ - für sichere Entscheidungen und neue Ideen.

1) Quelle: mafowerk Consumer Insights „Veggie-Grillen 2022“ aus dem August 2022

Trend Evaluation macht das Grillverhalten der Deutschen transparent und zeigt die Potenziale auf

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

1

Kernfragen



1

- Wer ist die potenzielle Zielgruppe, wie sind Häufigkeiten und Grillverhalten?
- Was sind die beliebtesten Grillobjekte?

2

- Make or buy ? Verwendung von Salaten, Saucen, Marinaden und anderen Beilagen?
- Welche Angebote von Handel und Hersteller werden gewünscht?

3

- Welche Informationskanäle werden genutzt?
- Wo sind die bevorzugten Einkaufsstätten?

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Bereiche zum Thema Grillen

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

1

Kernfragen



- Wie hoch ist die Grillpenetration und der Grillbesitz nach Art des Grills?
- Wie häufig und wann wird gegrillt? Änderung der Grillfrequenz? Wie ist die Einstellung zum Grillen (Motive, Beweggründe)? Welche Grillanlässe werden bevorzugt?
- Was wird gegrillt (Fleischarten, Gemüse, Fischarten, fleischlose Alternativen)?
- Wer ist die Zielgruppe für Veggie-Produkte, wer kauft bereits? Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- *NEU*: Welche Potenziale haben Hybrid-Produkte?
- Was ist beim Einkauf des Grillfleisches wichtig? (Preis, artgerechte Tierhaltung, regionale Herstellung, Transparenz, Gütesiegel, etc.)
- Wie wird mariniert („make or buy“)?
- Welche Gewürze werden bevorzugt? Welche Beilagen (Salate, Brot) werden bevorzugt?
- Welche Saucen werden verwendet? (nach Art und Marken) Was sind die präferierten Geschmacksrichtungen bei Grill-Saucen?
- Was wird beim bzw. zum Grillen getrunken?
- Welche Einkaufsstätten werden präferiert?
- Wie hoch ist die Aktions-Awareness zum Thema Grillen?
- Wie hoch ist die Marken-Awareness zum Thema Grillen?
- Was sind die wichtigsten Informationskanäle?
- Welche Wünsche der Verbraucher an Industrie und Handel gibt es?
- Welche soziodemografischen Unterschiede gibt es?
- Einstellungen: die Verbraucher-Typologie der deutschen Griller

Trend Evaluation steht für eine Gewinnung repräsentativer Ergebnisse

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

2

Inhalt und Design

Gegenstand

Erkenntnisse zum deutschen Grillverhalten: Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Befragung (online) von 1.000 deutschen Verbrauchern, die grillen

Ergebnisse

Auswertung für Deutschland gesamt sowie nach:
Altersklassen | Geschlecht | Haushalts-Nettoeinkommen | Regionen | Kinder

Bericht

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

2

Inhalt und Design



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

Wohnverhältnisse:

Haus / Wohnung mit Balkon / Wohnung ohne Balkon

Ortsgrößen: Großstadt > 100.000 Einwohner

Mittelstadt 50.000 – 100.000 Einwohner

Kleinstadt 5.000 – 20.0000 Einwohner

Landgemeinde < 5.000 Einwohner

Trend Evaluation Studienergebnisse

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Einige ausgewählte Beispiele aus den
Consumer Insights **2021**:



Trend Evaluation Studienergebnisse im Detail

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

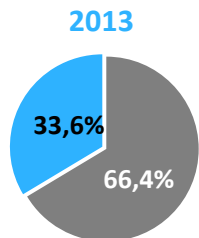
1. Wie häufig wird gegrillt? Wann wird gegrillt? Grillbesitz?
2. Sonderthema: Wintergrillen - Häufigkeit und Likeabilities
3. Was wird gegrillt bzw. konsumiert? Hauptkomponenten und Additives
4. Make or Buy: selbst marinieren oder fertig kaufen?
5. Wo wird gekauft? Was ist beim Einkauf wichtig?
6. In welchen Medien sind Aktivitäten zum Thema Grillen aufgefallen?
7. Welche Promotionaktivitäten / Produktneuheiten wurden wahrgenommen?
8. Markenbekanntheiten
9. Wie informiert sich der Konsument?
10. Wünsche an Hersteller und Handel?
11. Generelle Einstellungen: die Grilltypologien

Beispiel: die Studieninhalte der
Consumer Insights 2021

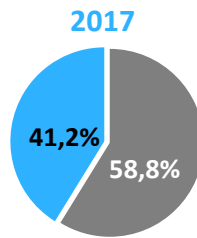
Der Trend zum „Winter-Grillen“ nimmt nach seinem Höchstwert in 2017 auch im Jahr 2021 deutlich ab

Trend Evaluation Consumer Insights Grillen 2021

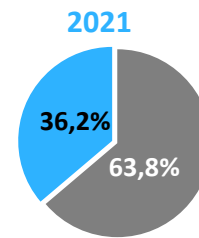
Bitte bewerten Sie jeweils die folgenden Aussagen zum Thema Grillen. 2013 n=1.011, 2015 n=1.004, 2017 n=1.006, 2019 n=1.030, 2021 n=1.027



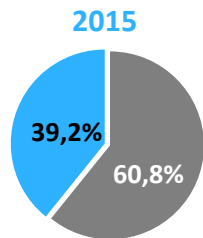
80,4% = 100%



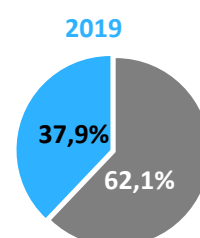
88,4% = 100%



86,6% = 100%



82,2% = 100%



85,6% = 100%

■ Ich grille, wenn es warm ist

■ Ich grille auch im Winter

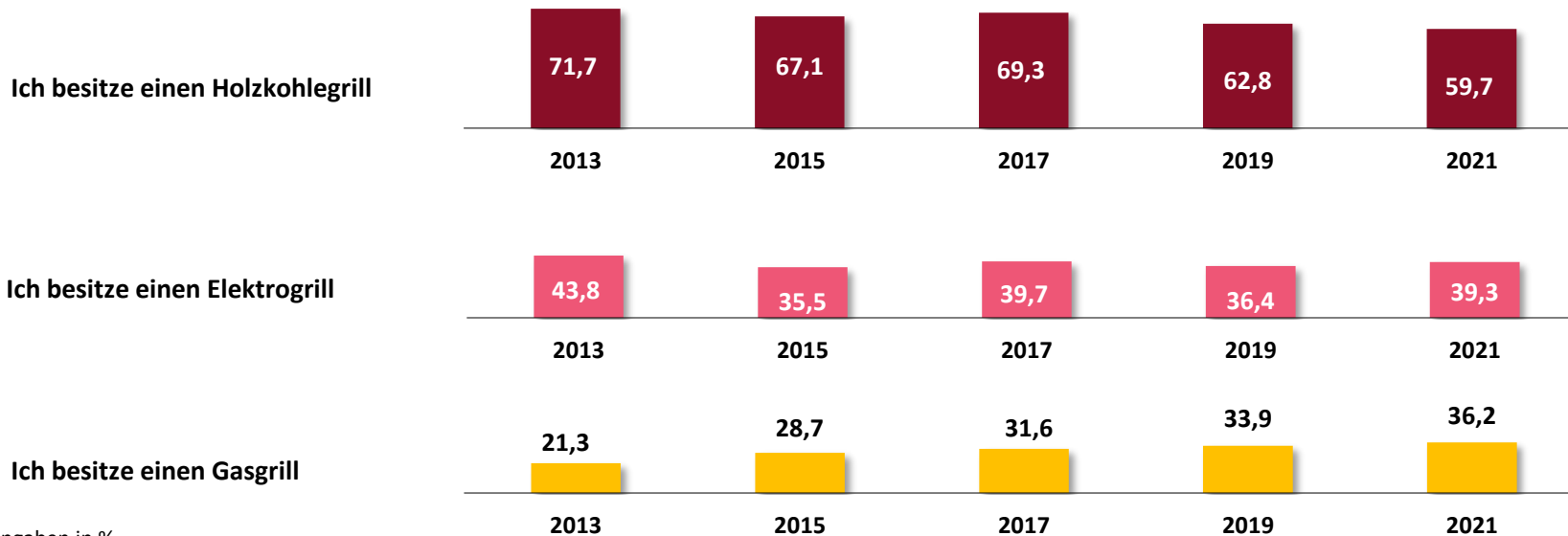
Kommentar

- Während die Ganzjahres-Griller in 2017 auf 41 % angestiegen sind, sinkt dieser Wert auf 38 % in 2019 und auf 36 % in 2021

Der Besitz von Gasgrills steigt im Zeitverlauf an, auf nunmehr 36 %

Trend Evaluation Consumer Insights Grillen 2021

Besitzen Sie einen eigenen Grill? 2013 n=1.011, 2015 n=1.004, 2017 n=1.006, 2019 n=1.030, 2021 n=1.027



Angaben in %

Kommentar

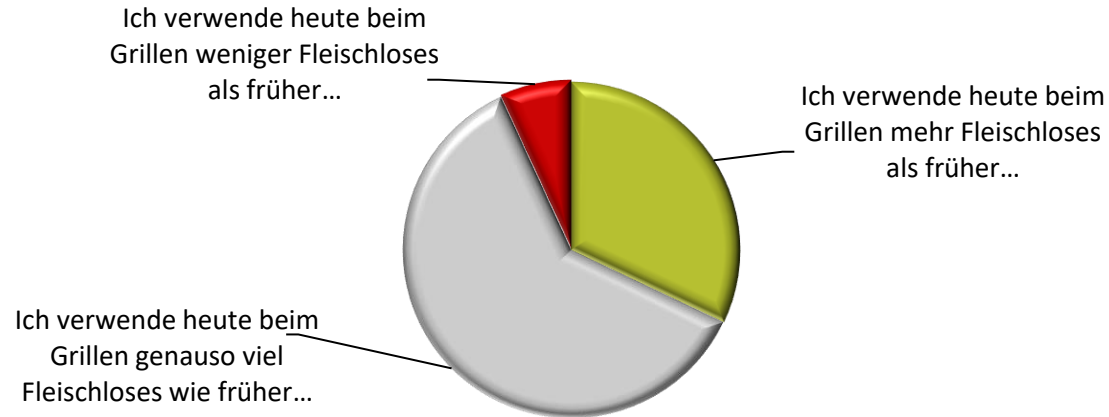
Der Besitz von Holzkohlegrills sinkt weiter und der Besitz von Elektrogrills bleibt konstant

32 % verwenden heute mehr fleischloses Grillgut als in den Vorjahren

Trend Evaluation Consumer Insights Grillen 2021

Wie beurteilen Sie Ihr derzeitiges Grillverhalten in Bezug auf Fleischloses im Vergleich zu den Vorjahren?

Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Fleischloses und Gemüse sehr häufig oder häufig oder selten grillen. n=964



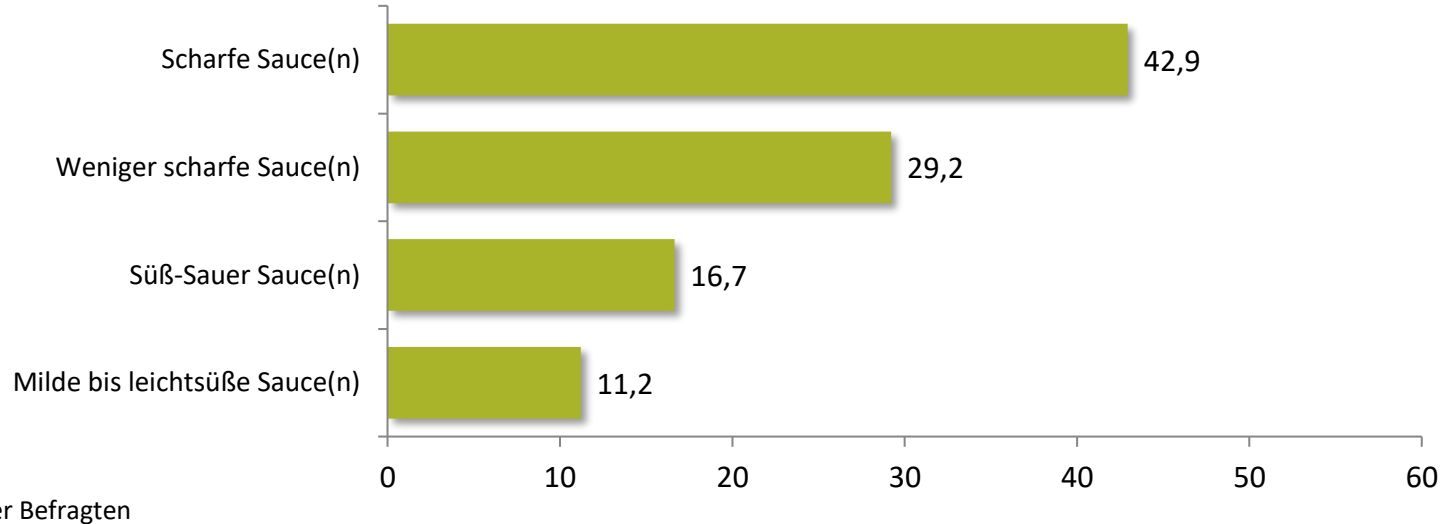
Kommentar

- Nur 7 % verwenden weniger Fleischloses zum Grillen
- Die Mehrheit mit 61 % verwendet gleich viel Fleischloses wie vorher

„Scharf“ schlägt deutlich „weniger scharf“ bei den Saucen

Trend Evaluation Consumer Insights Grillen 2021

Welche Geschmacksrichtung bevorzugen Sie bei Saucen zum Grillen? n=1.027



Kommentar

— Beim Grillen darf es scharf sein: am meisten werden weiterhin scharfe Saucen verwendet

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „Grilltrends 2023“ können Sie bestellen:
per Fax, per Telefon oder per Email

Das Honorar für die Consumer Insights „Grillen 2023“ ist:

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

Das Honorar für die Studie inklusive der Vergleichsdaten 2013/2015/2017/2019/2021 ist:

- 4.100,- Euro (netto zzgl. MwSt.)
- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Anfang Juni 2023 vor und werden 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 finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 28.04.2023

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.
Sie können uns jederzeit erreichen - per email oder telefonisch

4

Kontakt

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
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.