



Trend Evaluation - Shopper Insights E-Food
Quick-Commerce • E-Food 2023: Wie ist das Shopperverhalten bei Schnell-
Lieferdiensten?

Inhalte und ausgewählte Ergebnisse

Inhalte Trend Evaluation – Quick-Commerce 2023

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Studieninhalte und Studiendesign

3

Honorar

4

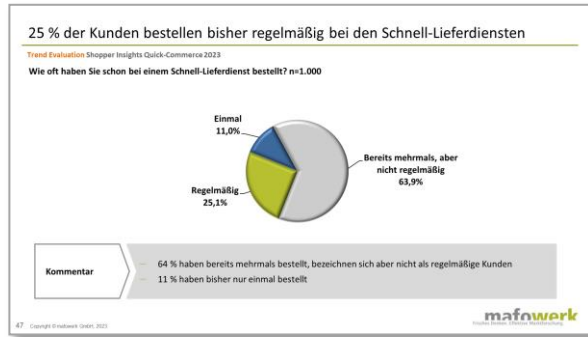
Kontakt

Wie entwickelt sich Quick-Commerce beim Online-Kauf von Lebensmitteln?

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

1

Ausgangssituation



89 % der Quick-Commerce-Shopper kaufen bereits regelmäßig bzw. haben schon mehrmals bei Quick-Commerce-Lieferdiensten gekauft. Bei 35 % der Befragten hat der Kauf bei Schnell-Lieferdiensten einen negativen impact auf den Kauf von Lebensmitteln in stationären Lebensmittelgeschäften: sie kaufen jetzt stationär weniger.*

Dies sind nur einige Ergebnisse der aktuellen Shopper Insights von mafowerk. Seit der letzten Untersuchung im Vorjahr ging die Expansion der Schnell-Lieferdienste für Lebensmittel weiter. Unter anderem stieg der bisherige ausschliessliche Getränke-Lieferdienst Flaschenpost auch in die Lebensmittel-Schnelllieferung ein.

Was hat sich durch den Markteintritt von Flaschendienst geändert? Wer kauft? Welche Lebensmittel und Getränke (Marken und Arten) werden am häufigsten gekauft? Wie häufig wird gekauft? Wie viel wird ausgegeben, wie hoch ist die zukünftige Ausgabenbereitschaft? Welche Substitutionseffekte zu anderen Einkaufsstätten gibt es?

In einer Neuauflage der Trend Evaluation Shopper Insights aus dem Vorjahr hat mafowerk Quick-Commerce Schnell-Lieferdienste aktuell untersucht. WER, WAS, WANN und WARUM bei Schnell-Lieferdiensten kauft und wie sich dieser entwickelt hat - das beantwortet die aktuelle **Trend Evaluation** Shopper Insights von mafowerk. Aktuell und im Vergleich zu 2022.

* Quelle: mafowerk Shopper Insights Quick-Commerce/E-Food 2023

Trend Evaluation bewertet das Potenzial von E-Food / Quick-Commerce

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

1

Kernfragen



- Wer kauft? Wo wird gekauft? Wie häufig wird gekauft (Kaufhäufigkeit und Wiederkauf)
- Wie viel wird bei Quick-Commerce für Lebensmittel ausgegeben, wie hoch ist die zukünftige Ausgabenbereitschaft?
- Wie viel wird generell online für Lebensmittel ausgegeben?
- Welche Substitutionseffekte zu anderen Einkaufsstätten gibt es? In welchen stationären Geschäften kaufen diese Verbraucher bisher ein, welche Ausgaben verlagern sich?
- Wie ist die Einschätzung der künftigen Ausgabenverteilung zwischen online-normal (traditionell), online Quick-Commerce und offline (stationär)?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren für den Quick-Commerce-Kauf von Lebensmitteln?
- Welche Lebensmittel und Getränke (Marken und Arten) werden bevorzugt gekauft?
- Gibt es das Bedürfnis für neue bzw. alternative Packungsgrößen?
- Welches Image/welche Wahrnehmung haben Schnelllieferdienste aus Shoppersicht (gesamt und nach Accounts)? Beeinflusst das Image das Shopperverhalten?
- Was sind Kaufanreize (monetäre, nicht-monetäre)?
- Preis-Awareness und Einschätzung des Preisniveaus im Vergleich zu stationären Geschäften

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien beim Thema Quick-Commerce

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

2

Studieninhalte und Studiendesign



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:	5 Ballungsräume bzw. Großstädte
Haushaltsgröße:	1-PHH / 2-PHH / 3 PHH / 4-PHH
Haushalte mit/ohne Kinder:	Haushalte ohne Kinder / Haushalte mit Kinder

Studienaufbau

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

- **Hintergrund der Studie**
 - Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufs- und Verwendungsverhaltens beim Kauf in Schnell-Lieferdiensten (Quick-Commerce)
- **Vorgehensweise**
 - Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.000 Interviews
 - Screening: Verbraucher, die bereits bei Schnell-Lieferdiensten 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**
 - 19.04.2023 (Feldstart)
 - 26.04.2023 (Feldende)

Trend Evaluation Studienergebnisse

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023



18 Seiten fundierte Kernaussagen sowie
5 Seiten aussagekräftige Insights
Ca. 200 Seiten kommentierte pptx-Charts
für Einzelergebnisse - ready to use

Einige ausgewählte Beispiele:

Studienergebnisse im Detail

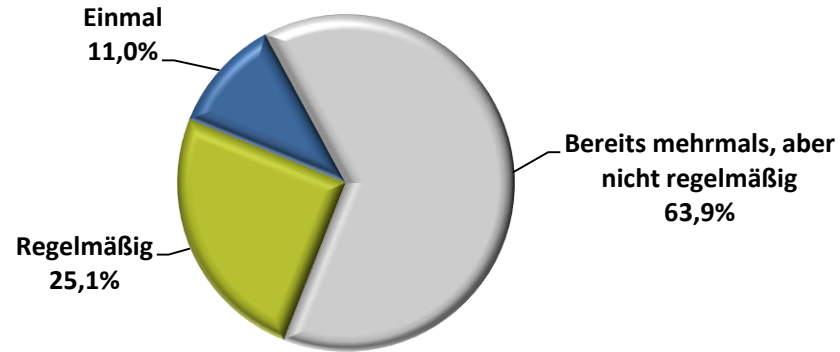
Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

1.	Bei welchen Schnell-Lieferdiensten wird gekauft? Wie häufig?
2.	Wer kauft bei Schnell-Lieferdiensten?
3.	Wie viel wird von Käufern für Lebensmittel wo ausgegeben?
4.	Kaufkriterien für den Kauf bei Schnell-Lieferdiensten
5.	Wann/zu welchen Anlässen wird beim Schnell-Lieferdienst bestellt?
6.	Substitutionseffekte zu anderen Einkaufsstätten
7.	Kauf bei Schnell-Lieferdiensten: nach Produktgruppen
8.	Kauf bei Schnell-Lieferdiensten: nach Marken
9.	Erwartungen an den Schnell-Lieferdienst
10.	Beurteilung des Einkaufsverhaltens - derzeit und zukünftig
11.	Polaritätenprofil Schnell-Lieferdienst vs normaler Online-Shop
12.	Generelle Einstellungen

25 % der Kunden bestellen bisher regelmäßig bei den Schnell-Lieferdiensten

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Wie oft haben Sie schon bei einem Schnell-Lieferdienst bestellt? n=1.000



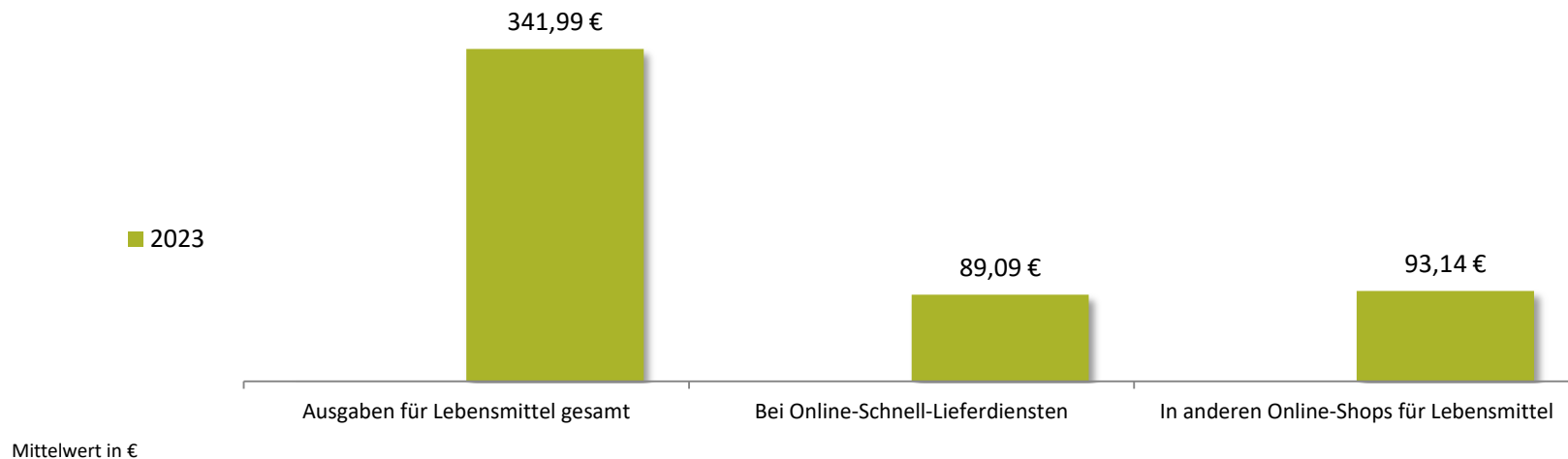
Kommentar

- 64 % haben bereits mehrmals bestellt, bezeichnen sich aber nicht als regelmäßige Kunden
- 11 % haben bisher nur einmal bestellt

Die Befragten geben bereits mehr als die Hälfte ihres Budgets für Lebensmittel pro Monat online aus

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Wie viel geben Sie für Lebensmittel in Online-Shops für Lebensmittel in einem Monat aus? n=1.000



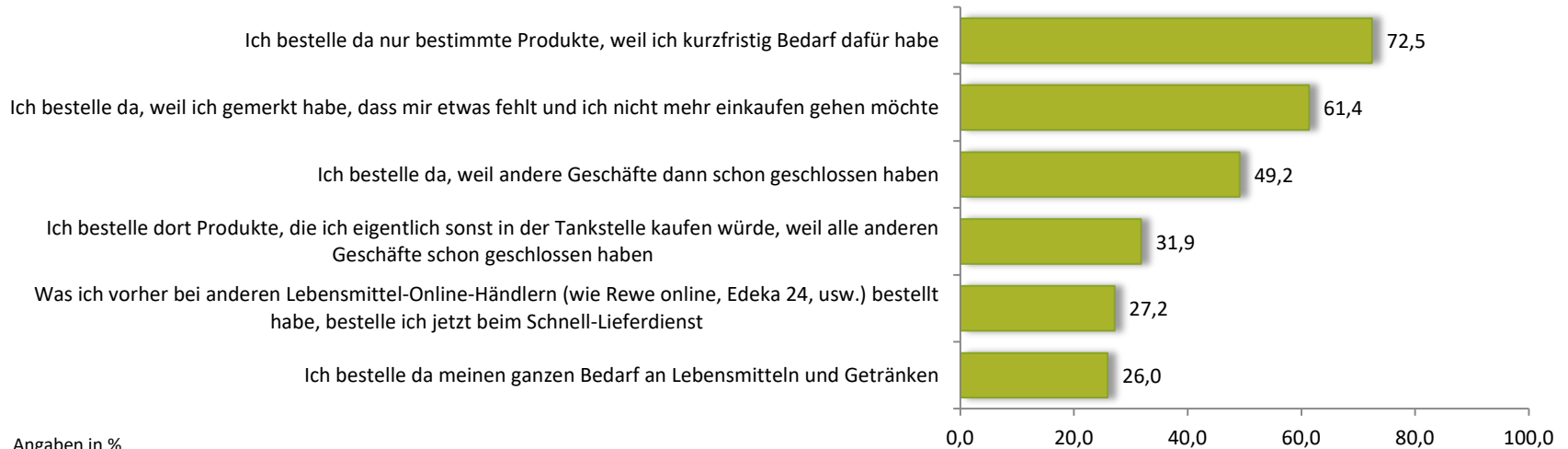
Kommentar

- Mit rund 182 Euro geben die Befragten mehr als die Hälfte des Budgets bereits online für Lebensmittel aus
- Wobei sich die Ausgaben zwischen Schnell-Lieferdiensten und anderen Online-Shops in etwa die Waage halten

„Spontaner/kurzfristiger Bedarf“ oder „etwas vergessen beim Einkauf“ sind die häufigsten Gründe für den Kauf bei Schnell-Lieferdiensten

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Ihren Einkäufen bei Online-Schnell-Lieferdiensten?
Top 2 Boxes „Stimme voll und ganz zu/stimme zu – gesamt“. n=1.000



Angaben in %

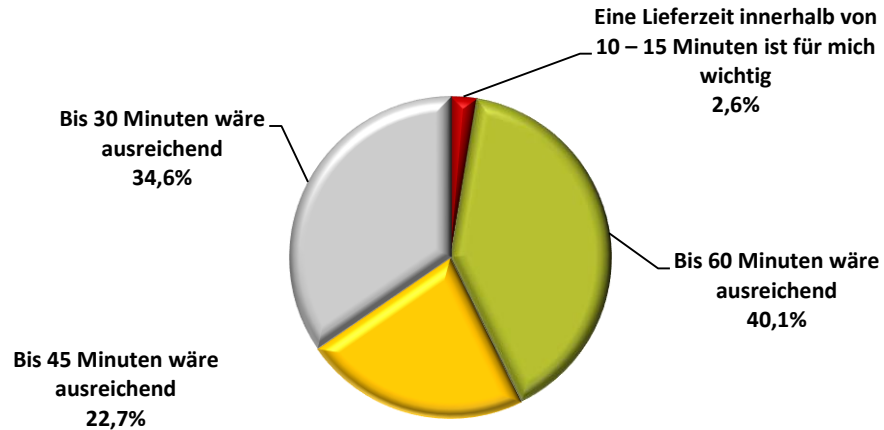
Kommentar

- 73 % der Befragten kaufen, weil sie einen kurzfristigen Bedarf haben oder beim Einkauf etwas vergessen haben
- Für 32 % sind Schnell-Lieferdienste eine Konkurrenz-Einkaufsstätte zu Tankstellen-Shops

Die propagierte Lieferzeit von 10 Minuten ist für die Mehrheit gar nicht wichtig

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Die Online-Schnell-Liefersdienste werben damit, innerhalb von 10 – 15 Minuten nach Hause zu liefern. Welche Lieferzeiten sind für Sie bei Online-Schnell-Liefersdiensten ausreichend? n=1.000



Angaben in %

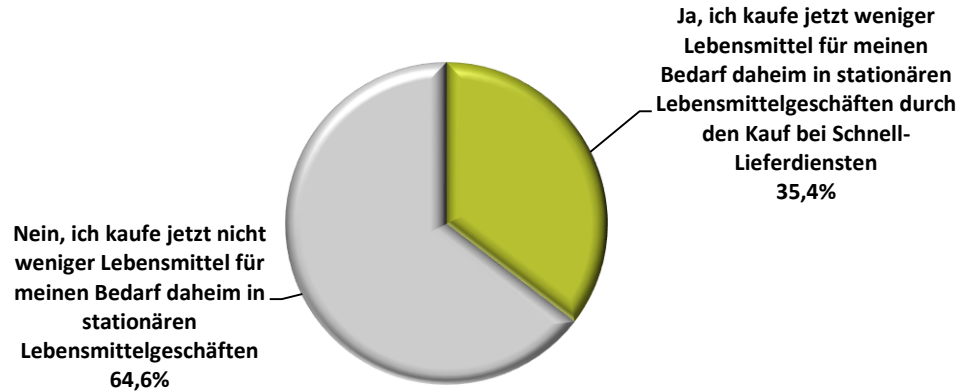
Kommentar

- Nur für knapp 3 % der Befragten ist sie wichtig, für 97 % ist sie aber nicht zwingend
- Für 35 % wäre eine Lieferzeit bis 30 Minuten ausreichend, für 63 % sogar zwischen 45 Minuten und einer Stunde

35 % der Befragten kaufen jetzt weniger Lebensmittel in stationären Lebensmittelgeschäften

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Kaufen Sie durch Ihren Lebensmittel Online-Kauf bei den Schnell-Lieferdiensten jetzt weniger Lebensmittel in stationären Lebensmittelgeschäften? n=1.000



Angaben in %

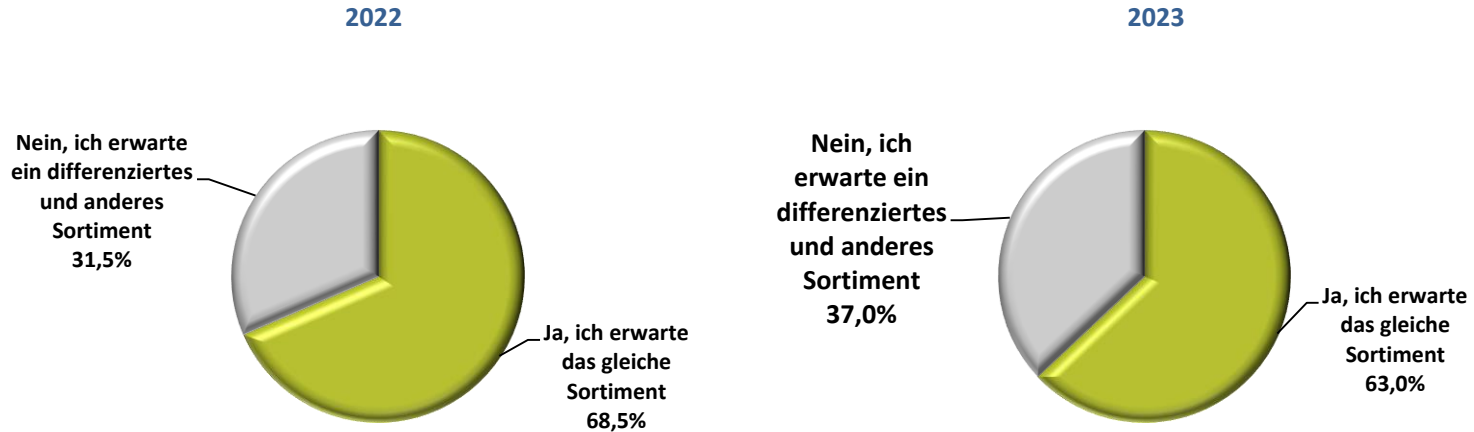
Kommentar

Bei 65 % der Befragten hat damit der Kauf bei Schnell-Lieferdiensten keinen negativen impact auf den Kauf von Lebensmitteln in stationären Lebensmittelgeschäften: sie kaufen dadurch jetzt stationär nicht weniger

Die Erwartungshaltung für ein differenziertes Sortiment in Online-Schnell-Lieferdiensten für Lebensmittel nimmt zu

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Erwarten Sie in Online-Schnell-Lieferdiensten für Lebensmittel und Getränke das gleiche Sortiment (z. B. Auswahl an Produkten/Angebotsformen/Marken/unterschiedlichen Packungsgrößen, usw.) wie in stationären Geschäften? n=1.000



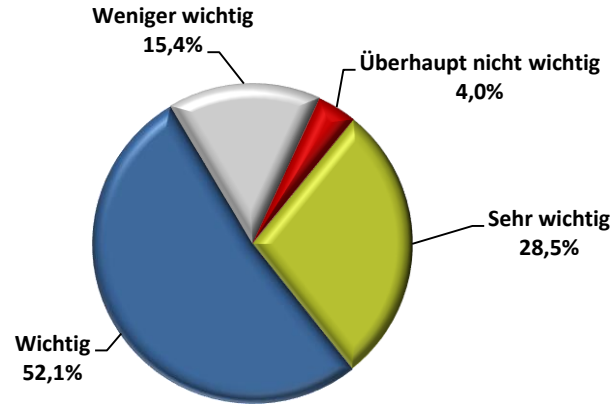
Kommentar

- Auch wenn immer noch die Mehrheit der Befragten in Online-Schnell-Lieferdiensten für Lebensmittel und Getränke das gleiche Sortiment wie in stationären Geschäften erwartet, würden nun schon 37 % ein differenziertes bzw. ein anderes Sortiment erwarten/wünschen (versus 31,5 % im Vorjahr)

Das Image und die soziale Nachhaltigkeitskompetenz des Schnell-Lieferdienstes ist für die allermeisten ein wichtiges Thema

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

Wie wichtig ist Ihnen das Image bzw. die Verhaltensweisen bezüglich Nachhaltigkeit, Behandlung von Mitarbeitern und Herkunft der angebotenen Produkte bei diesen Schnell-Lieferdiensten? n=1.000



Kommentar

- Insgesamt finden das über 80 % wichtig, davon ein großer Anteil sogar sehr wichtig, nämlich 28,5 %!

Trend Evaluation liefert neue Erkenntnisse zu E-Food bei Quick-Commerce

Trend Evaluation Shopper Insights Quick-Commerce 2023

3

Honorar



Die Ergebnisse der Shopper Insights „Quick-Commerce • E-Food 2023“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Shopper Insights für 2023 ist:

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

Das Honorar für die Shopper Insights 2023 inklusive der Vergleichsdaten von 2022 ist:

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

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen vor und werden nach Eingang der Bestellung innerhalb von 2 Arbeitstagen 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 29.12.2023

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.