mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation – Consumer Insights Grillen

Aktuelle Grilltrends 2023

Inhalte und ausgewählte Ergebnisse

mafowerk | Marktforschung | Beratung
Nürnberg/Fürth | im Juni 2023

Inhalte Trend Evaluation – Grilltrends 2023

1 Ausgangssituation und Kernfragen

2 Studieninhalte und Studiendesign

3 Honorar

4 Kontakt

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Grillfans suchen nach Anlässen

1 Ausgangssituation

Grillen verliert als Freizeitbeschäftigung an Attraktivität: 21 % aller Befragten - der höchste Wert seit 2011 - geben an, weniger zu grillen als in den Vorjahren und dies unabhängig vom Alter oder vom Geschlecht der Befragten. Beim großen Trend des fleischlosen Grillens sind Gemüse und Grillkäse die klaren Favoriten und dies deutlich vor Veggie-Bratwürsten, Veggie-Burgern und anderen Fleischersatzprodukten zum Grillen.

Das Grillverhalten hat sich gegenüber den Vorjahren deutlich verändert, nicht zuletzt vor dem Hintergrund einer gestiegenen Preissensibilität, die angesichts der momentanen Preis-steigerungen in vielen Warengruppen zu beobachten ist.

mafowerk hat die aktuellen Grillgewohnheiten in Deutschland untersucht - in einer Neuauflage der Trend Evaluation von 2011, 2013, 2015, 2017, 2019 und 2021. Aufgrund der langen Zeitreihe und der damit möglichen 2-Jahres-Vergleiche ist die mafowerk Trend Evaluation „Consumer Insights Grillen“ die wohl umfassendste Grill-Studie zur Bewertung der Grilltrends in Deutschland.

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

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht das Grillverhalten in Deutschland transparent und zeigt die Potenziale auf

1 Kernfragen

1
- Wer ist die potenzielle Zielgruppe, wie sind Häufigkeiten und Grill-verhalten?
- 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?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Bereiche zum Thema Grillen

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)?
- *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 Geschmacks-richtungen 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

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

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

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Studienaufbau

- **Hintergrund der Studie**
  - Ziel der Studie ist die Untersuchung der aktuellen Grillgewohnheiten der deutschen Verbraucher
- **Vorgehensweise**
  - Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung in Deutschland mit insgesamt 1.028 Interviews
  - Screening: Verbraucher, die Grillen zu ihren Lieblingsfreizeitbeschäftigungen zählen
  - 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: 08.05.2023
  - Feldende: 14.05.2023

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation Studienergebnisse

Ergebnisse - ready to use:

Management Summary: 20 Seiten fundierte Kernaussagen, 5 Seiten aussagekräftige Insights

Deep Dive: 160 Seiten klar kommentierte pptx-Charts für Einzelergebnisse zur tieferen Analyse on demand

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Studienergebnisse im Detail

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.	Welche Promotionaktivitäten / Produktneuheiten wurden wahrgenommen?
7.	Markenbekanntheiten
8.	Wie informiert sich der Konsument?
9.	Wünsche an Hersteller und Handel?
10.	Generelle Einstellungen: die Grilltypologien

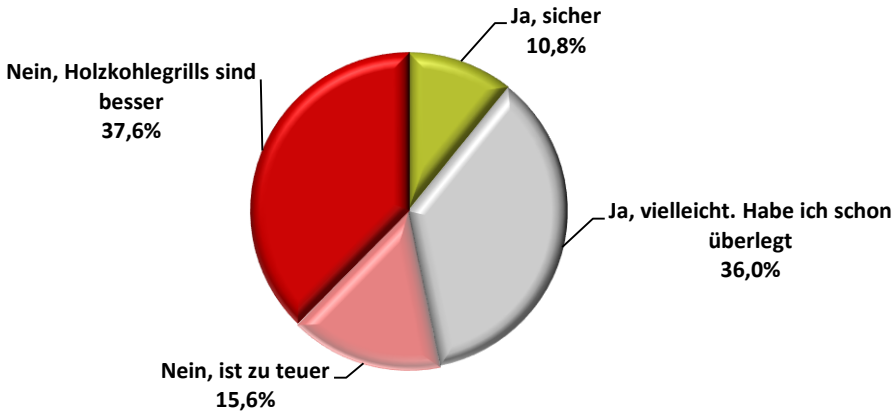
Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

11 % der befragten Holzkohlegrill-Besitzer haben fest vor, sich einen Gasgrill zu kaufen

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Wenn Sie einen Holzkohlegrill besitzen: haben Sie die Absicht, sich zusätzlich oder anstatt einen Gasgrill in nächster Zeit zu kaufen?
Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche einen Holzkohlegrill und keinen Gasgrill besitzen. n=372



Angaben in %

Kommentar

- Fast jeder zweite Besitzer eines Holzkohlegrills (36 %) hat schon darüber nachgedacht, rund 54 % lehnen den Kauf eines Gasgrills aber ab
- Damit sind 46 % der befragten Holzkohlegrill-Besitzer potenzielle Käufer eines Gasgrills

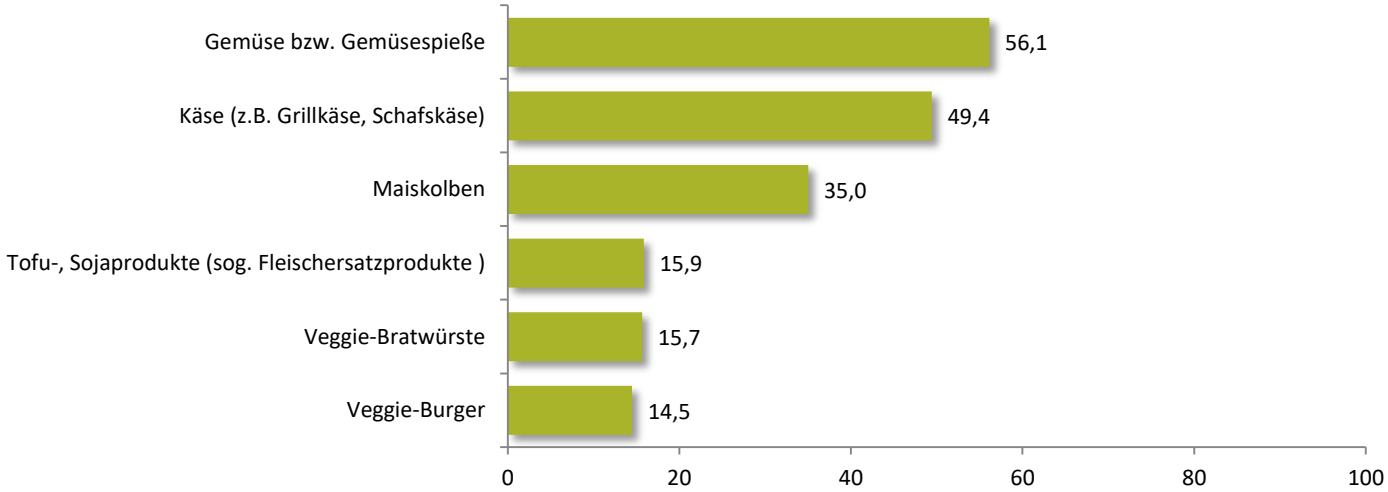
Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Gemüse bzw. Gemüsespieße sind der Favorit beim fleischlosen Grillen

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Wenn Sie grillen, wie häufig grillen Sie die folgenden Lebensmittel (Fleischloses)?
Top 2 Boxes „sehr häufig/häufig gesamt“. n=1.028



Angaben in %

Kommentar

- Jeder Zweite legt „sehr häufig/häufig“ Käse auf den Grill
- Immerhin haben rund 15 % auch Veggie-Produkte gegrillt

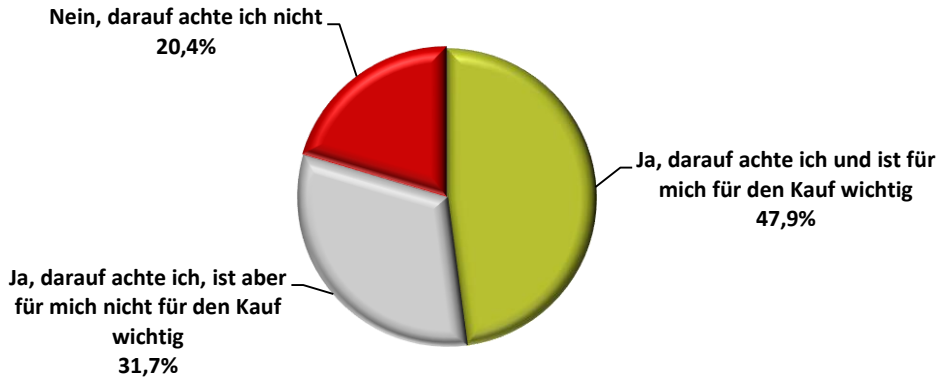
Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

80 % achten darauf, auf welcher Basis die Fleischersatz-Produkte entstehen

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Achten Sie beim Kauf von fleischlosen Fleischalternativen auf die Basis bzw. woraus diese Veggie-Produkte hergestellt sind? Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche Tofu-, Sojaprodukte (sog. Fleischersatzprodukte)/ Veggie-Burger/ Veggie-Bratwürste sehr häufig oder häufig oder selten grillen. n=426



Angaben in %

Kommentar

– … und für 48 % ist die auch für den Kaufentscheid wichtig

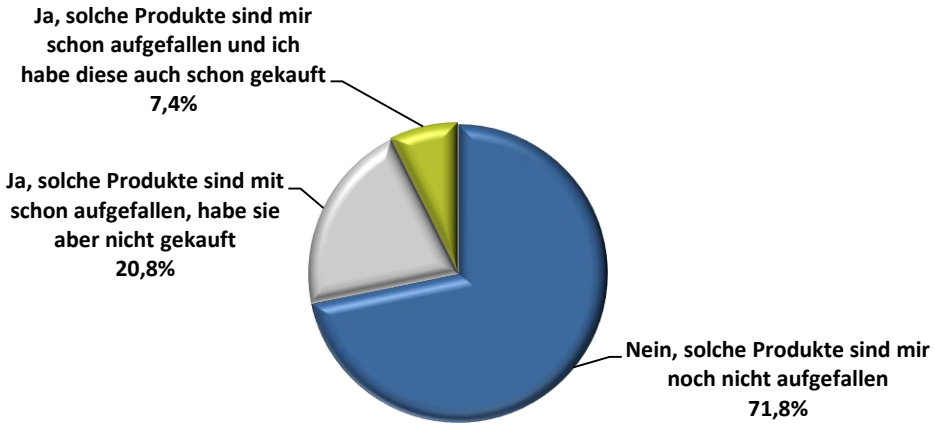
Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Hybrid-Produkte (Gemüse/Fleisch) sind für 72 % der Befragten gänzlich unbekannt

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Es werden neuerdings auch sogenannte Hybrid-Produkte beim Grillfleisch angeboten, diese Produkte sind eine Mischung aus Fleisch und Gemüse. Sind Ihnen solche Produkte schon aufgefallen oder haben Sie solche Produkte schon gekauft? n=1.028



Angaben in %

Kommentar

– 21 % sind solche Produkte schon aufgefallen und bis jetzt haben nur 7,4 % solche Produkte auch gekauft

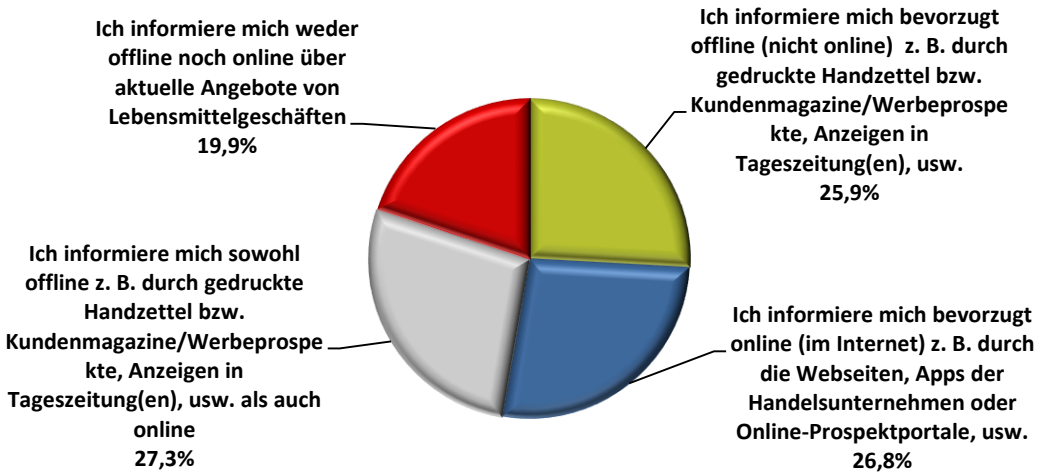
Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Online-Informationsquellen sind schon genauso beliebt wie Offline-Informationsquellen, um sich über aktuelle Angebote zum Thema Grillen zu informieren

Trend Evaluation Aktuelle Grilltrends 2023

Wie würden Sie Ihr Informationsverhalten generell beurteilen? Welche Informationsquellen nutzen Sie bevorzugt, um sich über aktuelle Angebote von Lebensmittelgeschäften zum Thema Grillen zu informieren? n=1.028



Kommentar

- Insgesamt 54 % informieren sich online über Angebote, davon 27 % sogar bevorzugt über die Internet-Informationsquellen. Aber 26 % informieren sich auch bevorzugt über offline
- 20 % informieren sich weder online noch offline über Lebensmittel

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden

3 Honorar

Die Ergebnisse der Consumer Insights „Grilltends 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 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 31.10.2023

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Copyright © mafowerk GmbH, 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.

Copyright © mafowerk GmbH, 2023

mafowerk

Frisches Denken. Effektive Marktforschung.