



TREND EVALUATION CONSUMER UND POS INSIGHTS GETRÄNKE
EISTEE 2023
STUDIENINHALTE

EISTEE IST EIN WACHSTUMSMARKT IM WANDEL

mafowerk untersucht das Einkaufsverhalten bei Eisteegetränken

Eistee ist eine Wachstumswarengruppe im Wandel: eine Reihe von neuen, „hippen“ Produkten haben in den letzten Jahren den Markt besetzt und für einen neuen „Eistee-Hype“ gesorgt. Mit modernisiertem Image und neuen Wegen des Vorverkaufs über social media und Influencer.



Wie sind die Verbrauchergewohnheiten beim Eistee-Konsum? Was sind Kauf-Motivatoren und -Barrieren?

Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?

Welche Veränderungen gibt es bei den Verbrauchereinstellungen?



BRAND

Die mafowerk Trend Evaluation Studie „Consumer und POS Insights Eistee 2023“ zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Konsument“ und untersucht die Entwicklungspotenziale im Vergleich zu 2020 und 2021 - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im Dezember 2023



STUDIENAUFBAU

mafowerk untersucht das Einkaufsverhalten bei Eistee

Trend Evaluation

Consumer und POS Insights

Eistee 2023

Ziel der Studie ist die Untersuchung des Einkaufsverhaltens bei Eistee

VORGEHENSWEISE

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.085 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Eistee-Getränke 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

24.11.2023 (Feldstart) bis 03.12.2023 (Feldende)

STUDIENERGEBNISSE

im Detail

1. Wie häufig wird gekauft/verwendet?
2. Wie viel wird ausgegeben? Wo wird eingekauft?
3. Wann wird gekauft/verwendet? Zu welchen Anlässen wird konsumiert?
4. Verpackungs- und Sortenpräferenzen
5. Was ist bei einem Eistee am wichtigsten?
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

STUDIENINHALTE

Ergebnisse - ready to use:

Executive Summary:

Dashboard | One Pager | Erkenntnisse
und Insights | Kernaussagen

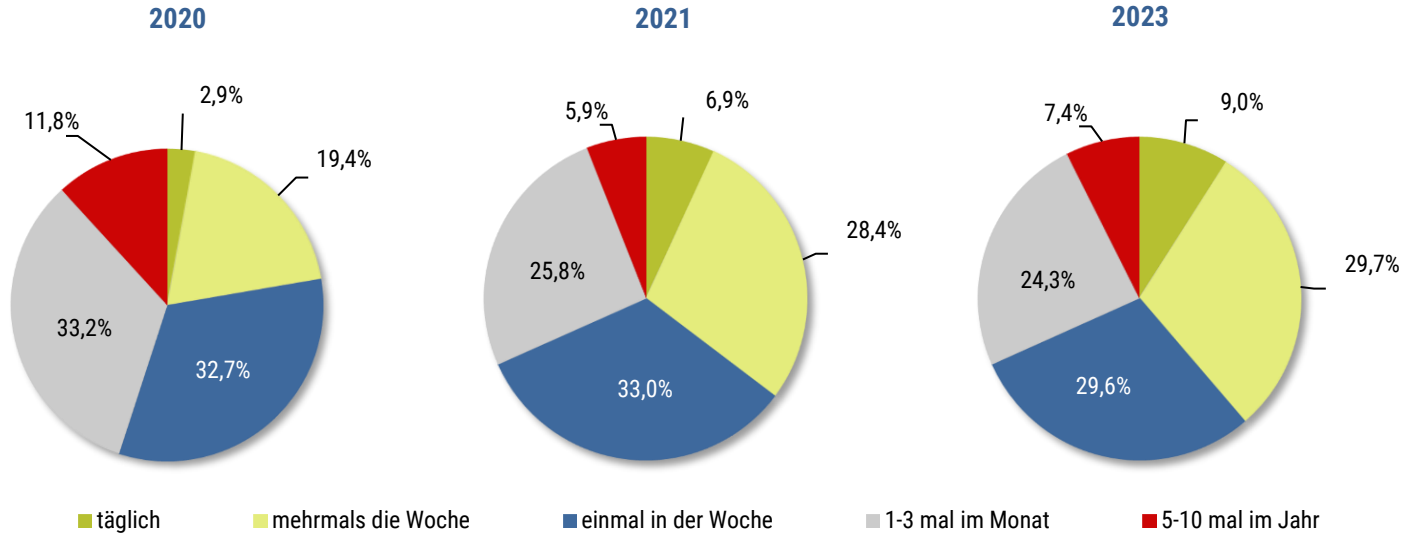
Deep Dive:

Klar kommentierte pptx-Charts für
Einzelergebnisse zur tieferen Analyse
on demand

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

Die kurzfristige Kauffrequenz mehrmals pro Woche und täglich steigt bei Eistee im Zeitvergleich

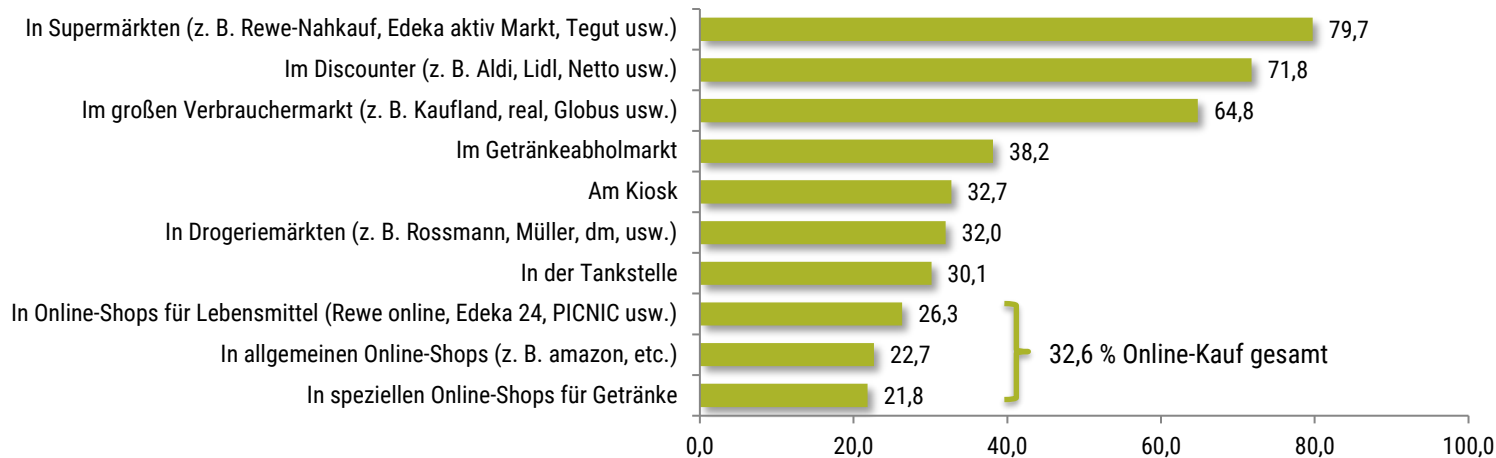
Wie häufig kaufen Sie Eisteegetränke ein? 2020 n=1.033, 2021 n=1.000, 2023 n=1.085



Kauften 2020 noch 22,3 % aller Befragten mehrmals pro Woche oder täglich Eistee, so sind es in 2021 35,3 % und in 2023 bereits 38,7 %, der tägliche Kauf steigt sogar von 2,9 % auf 9 % in 2023

Am häufigsten werden Eisteegetränke in Supermärkten und Discountern eingekauft

Wo kaufen Sie Eisteegetränke wie häufig ein? Top 2 Boxes „sehr oft/oft gesamt“ n=1.085

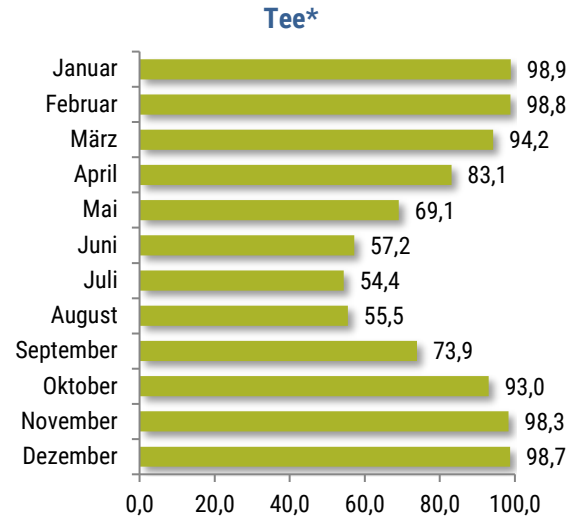
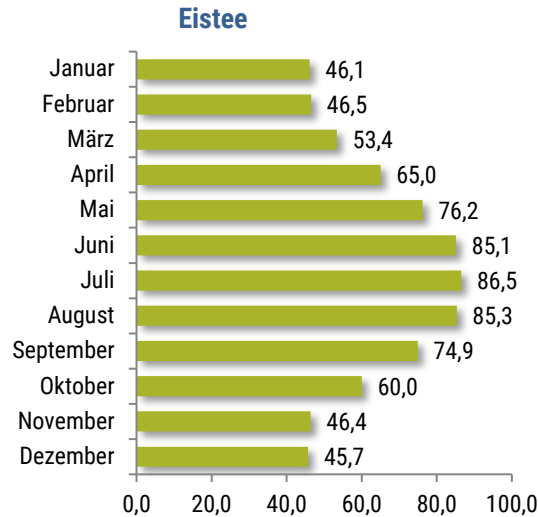


Angaben in %

Mehr als jeder dritte Befragte kauft bereits im Getränkeabholmarkt
Nach 12,2 % in 2021 kaufen in 2023 bereits 32,6 % Eistee auch online

Bei heißem Tee ist der Saison-Effekt nicht so deutlich ausgeprägt

In welchen Monaten trinken Sie wie häufig Eistee bzw. Tee? Top 2 Boxes „sehr häufig / häufig gesamt“. n=1.085/2.080

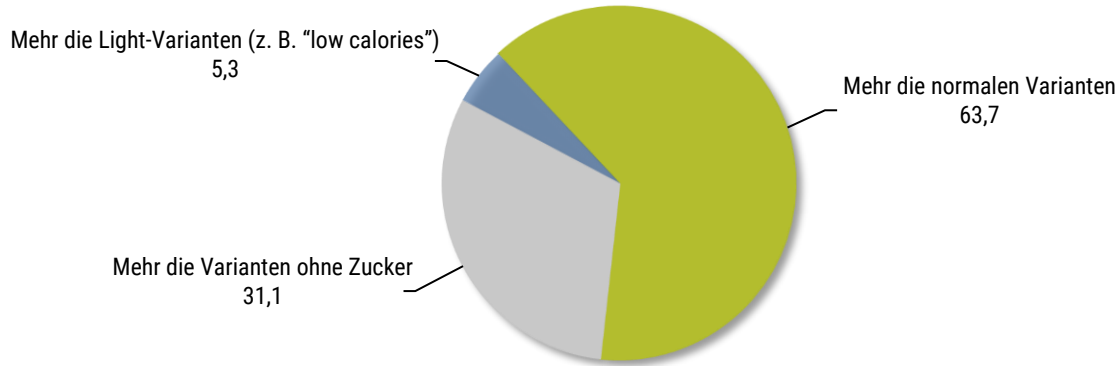


Angaben in %

... und dies bietet auch Chancen für Saisonprodukte

Mit 64 % nutzen die meisten Befragten die „normalen“ Varianten bei Eistee

Welche Eisteegetränke bevorzugen Sie generell? n=1.085

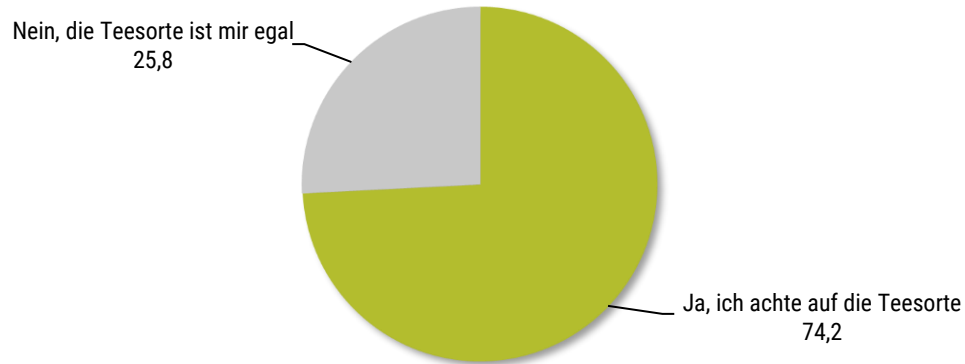


Angaben in %


Allerdings nutzen 31 % auch die Varianten ohne Zucker und nur 5 % nutzen die „light“ Varianten

74 % aller Befragten achten beim Kauf auch auf die Teesorte

Achten Sie beim Kauf auf die Teesorte, die beim Eistee verwendet wird? n=1.085



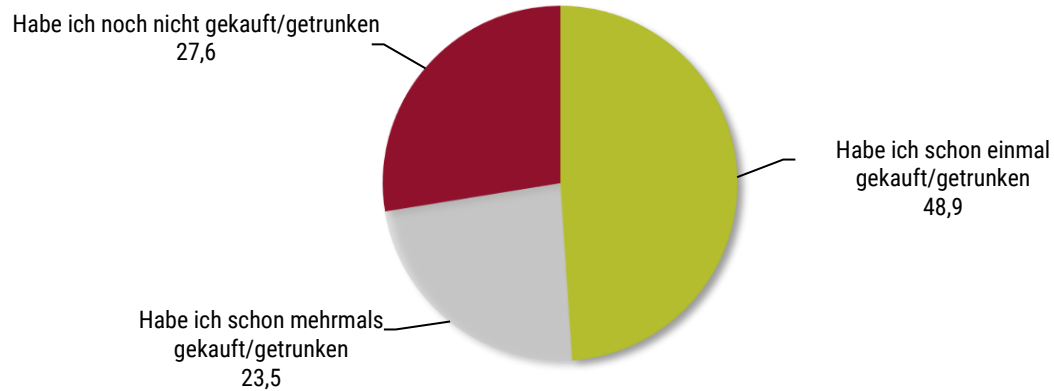
Angaben in %




26 % ist die Teesorte beim Eistee allerdings egal

72 % haben schon „sparkling“ Eistee getrunken

Normalerweise ist Eistee ein Getränk ohne Kohlensäure, mittlerweile gibt es auch Eistee mit Kohlensäure (sogenannter Sparkling Eistee).
Haben Sie diesen schon gekauft oder getrunken? n=1.085



Angaben in %

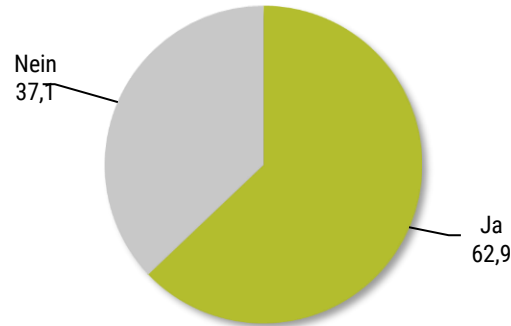


49 % bisher nur einmal und 24 % bereits mehrmals

Die Mehrheit mit 63 % achtet beim Kauf eines kalorienreduzierten Eistees darauf, welcher Zuckersatzstoff enthalten ist

Wenn Sie kalorienreduzierte Eisteeprodukte kaufen, achten sie darauf, welche Zuckerersatzstoffe verwendet werden?

Basis: Alle Befragte, die sehr oft/öfter/Manchmal kalorienreduzierten Eistee gekauft haben. n=780



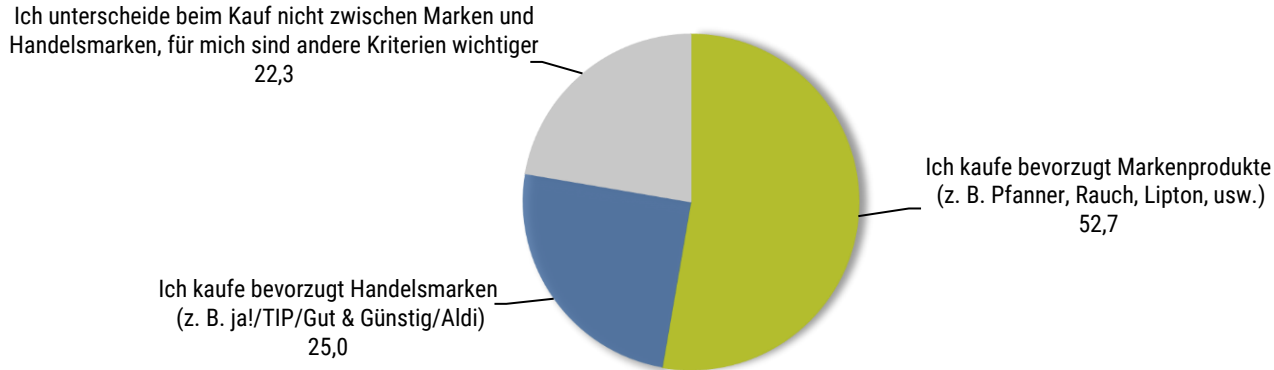
Angaben in %



37 % achten nicht auf die Art des Zuckerersatzstoffes

Mehr als jeder Zweite bevorzugt bei Eisteegetränken Markenprodukte

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Ihren Einkaufsgewohnheiten bei Eisteegetränken bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten bei Eisteegetränken am meisten zu? n=1.085



Angaben in %

Das ist die klare Mehrheit. Lediglich 25 % entscheiden sich bevorzugt für Handelsmarken und 22,3 % machen beim Kauf keinen Unterschied zwischen Marken und Handelsmarken

Männer achten mehr auf Plakate am Parkplatz oder auf Gewinnspiele und Angebote in Kundenzeitschriften bei Eisteemarken

Wie werden Sie im Geschäft auf Eistee aufmerksam? Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche im Geschäft auf Eistee aufmerksam werden. n=472

2/2	Gesamt	Geschlecht		Altersklassen				
		männlich	weiblich	16 - 24	25 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59
Durch Plakate am Parkplatz oder am Eingang des Geschäftes	8,7	12,7	6,7	15,2	4,3	7,8	10,1	6,7
Durch eine Verkostung mit Personal	7,6	9,5	6,7	7,6	8,5	5,0	13,1	5,9
Gewinnspiele/Preisausschreiben im Geschäft	7,2	10,8	5,4	12,1	4,3	5,7	8,1	6,7
Kundenzeitschrift	7,2	11,4	5,1	4,5	14,9	5,0	7,1	8,4
Werbung über QR-Code, Smartphone oder Tablet-PC	6,4	8,9	5,1	3,0	10,6	7,8	9,1	2,5
Durch Bodenaufkleber	5,5	5,1	5,7	4,5	6,4	5,7	11,1	0,8
Spendenaktion (z. B. „Spenden Sie mit Ihrem Kauf für ...“)	4,4	4,4	4,5	6,1	4,3	5,0	6,1	1,7
Durch Instore-Radiowerbung im Geschäft	3,4	6,3	1,9	1,5	2,1	4,3	5,1	2,5

Angaben in %

Je jünger die Befragten, desto häufiger wird neben den Plakaten auch auf Gewinnspiele/Preisausschreiben geachtet

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien der Consumer

Ausweis von folgenden Soziodemografien:



Geschlecht:

männlich, weiblich

Alter:

Jahre 16-24 / 25-29 / 30-39 / 40-49 / 50-59 / 60 - 69

Generationenzugehörigkeit:

Baby Boomers / Generation X / Generation Y / Generation Z

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

Haushaltsgröße:

1-Personen Haushalte / 2-Personen Haushalte / 3-Personen Haushalte / 4-Personen Haushalte und mehr

Kinder:

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden



Die Ergebnisse der Consumer und POS Insights „Eistee 2023“ können Sie bestellen:
per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights 2023 ist:

3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Consumer Insights 2023 inklusive der Vergleichsdaten 2020/2021 ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen vor und werden spätestens zwei Arbeitstage nach Eingang der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen. Ergebnispräsentation optional (gegen Mehrpreis)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular oder per Mail
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 30.12.2023

Bei weiteren Fragen zur Eistee-Studie 2023 wenden Sie sich bitte jederzeit an uns - per email oder telefonisch:



Kontaktieren Sie uns

Tel: +49 (0) 911 20 01 840

E-Mail: info@mafowerk.de

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

www.mafowerk.de

info@mafowerk.de

tel 0911 2001 840

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

D - 90768 Fürth

