



Trend Evaluation Inhome Use Spirituosen 2024
Spirituosen Pur, Cocktails und Longdrinks
Kaufverhalten • Potenziale • Präferenzen und Wünsche

TREND EVALUATION

Consumer Insights “Inhome Use Spirituosen 2024”

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Inhalte und Design

3

Honorar

Kontakt

DIE DEUTSCHEN HABEN LUST AUF NEUE, WERTIGE SPIRITUOSEN UND AUF SELBERMIXEN ZUHAUSE

mafowerk untersucht das Einkaufs- und Konsumverhalten beim Inhome Use von Spirituosen

Während der deutsche Pro-Kopf-Jahreskonsum von Bier stark zurückgegangen ist, bleibt der Konsum an Spirituosen sehr stabil bei 5,2 Litern pro Jahr. *

Ein großer Teil davon entfällt auf den privaten Bereich.

Deutsche haben Lust auf neue, wertige Spirituosen und auf Selbermixen. Bei Grillevents, Gartenparties mit Freunden und Bekannten oder auch zu zweit: ob pur, als shot oder als selbst zubereitete Cocktails und Longdrinks bereichern Spirituosen private Veranstaltungen und gemütliche Abende in den eigenen vier Wänden.

Die mafowerk Trend Evaluation Consumer Insights „Inhome Use Spirituosen 2024“ zeigt die Entwicklungspotenziale und Wachstumsmotoren für den Inhome Use von Spirituosen - aktuell und im Vergleich zu 2020.

Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im Januar 2024

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Selbermixen transparent und zeigt die Potenziale auf

1

Kernfragen



1

- **Wie sind die Häufigkeiten von inhome use für pur oder gemixt?**
- **Wann bzw. zu welchen Anlässen wird konsumiert/getrunken?**
- **Was sind die Produktattribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?**

2

- **Make or buy ? Verwendung von Convenience-Produkten wie Premix-Cocktails/ Longdrinks?**
- **Welche Marken sind bekannt, welche werden gekauft?**

3

- **Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ der Zielgruppe(n)**
- **Welche Kommunikationswege werden benutzt?**
- **Wo sind die bevorzugten Einkaufsstätten online und offline?**

Trend Evaluation erfasst und bewertet alle wichtigen Aspekte beim Inhome Use von Spirituosen

1

Kernfragen



- Was wird verwendet, wie oft und in welcher Kombination (pur oder gemixt)?
- Wann wird konsumiert bzw. verwendet? Bei welchem Anlass?
- Welche Spirituosen werden wie häufig pur getrunken und wie (auf Eis/bei Zimmertemperatur/als Shot/gekühlt/gefrosten)?
- Welche Spirituosensorten werden wie häufig zum Mixen verwendet?
- Verwendung von Mixzutaten bzw. Filler, wie z. B.: Sirup, Limonaden, Säften, Schaumwein, Verwendung von Früchten und Kräutern
- Welches Potenzial haben Craft-Spirituosen, regionale Produkte, alkoholfreie Destillate, etc.?
- Welche Marken bei „Tonic & Filler“ und Spirituosen sind bekannt? Welche Marken werden gekauft?
- Welche Haupt- „touchpoints“ gibt es für Spirituosen aus Shoppersicht?
- Was sind die bevorzugten Einkaufsstätten – online und offline?
- Welche Promotion-Aktivitäten sind aufgefallen?
- Welche Informationsquellen werden zum Thema Spirituosen/Cocktails/Longdrinks genutzt?
- Welche soziodemografischen Unterschiede (Alter/Geschlecht/Einkommen) gibt es bei der pur-Verwendung und beim Mixverhalten?
- Welche regionalen und saisonalen Unterschiede existieren?
- Welche zusätzlichen Angebote von Handel und Industrie werden gewünscht?

Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Inhalt und Design

Gegenstand

Erkenntnisse zum deutschen Inhome Use-Markt bei Spirituosen.
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche.

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Befragung (online) von 1.000 deutschen Verbrauchern, die Spirituosen kaufen und zuhause verwenden.

Ergebnisse

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

Bericht

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen.

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 |
| 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 |

Trend Evaluation liefert Insights, verbessert die Interaktion mit den Kunden und unterstützt den Verkauf

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „Inhome Use Spirituosen 2024“ können Sie bestellen:
per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights 2024 ist:
3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Consumer Insights 2024 inklusive der Vergleichsdaten 2020 ist:
4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Ende März 2024 vor und werden nach der Reihenfolge des Eingangs 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 19.02.2024

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

