



Trend Evaluation Consumer Insights Food
Gekühlte Fertigdesserts 2024 - Inhalte
Kaufverhalten • Potenziale • Erwartungen und Wünsche

FERTIGDESSERTS - NEUE ZIELGRUPPEN IDENTIFIZIEREN UND NEUES WACHSTUM GENERIEREN

mafowerk untersucht das Verbraucherverhalten bei Fertigdesserts 2024

*Der Markt für Fertigdesserts hat sich in Umsatz und Absatz in den letzten Jahren deutlich positiv entwickelt.**

Vor allem Desserts aus pflanzlichen Quellen sowie funktionale Desserts mit einem hohen Proteingehalt waren die Wachstumstreiber.

Doch die Nachfrage nach Fertigdesserts unterliegt auch stark den Gesundheitsbedürfnissen sowie geänderten Einkaufsgewohnheiten und einer derzeit generell höheren Preissensibilität der Konsumenten.

Was sind die Wachstumstreiber bei Fertigdesserts?

Welche zusätzlichen Wachstumsmöglichkeiten existieren?

Welche Erwartungen und offenen Wünsche der Verbraucher gibt es?

Die mafowerk Trend Evaluation „Consumer Insights Fertigdesserts 2024“ zeigt den Einfluss und die Wirkung der Faktoren „Produkt, Konsument und POS“ und untersucht die Entwicklungspotenziale

Für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in diesem Markt.

Nürnberg/Fürth, im Juli 2024

* Quelle: Rundschau für den Lebensmittelhandel, Ausgabe 02/2024

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen mit den „white spots“ bei Fertigdesserts

1

Kernfragen



1

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Geschmacksrichtung, Preis, etc.)?
- Wie ist der Entscheidungsbaum? Was sind Kauf-Motivatoren und -Barrieren?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Konzepte, Flavours, Darreichungsformen und Verpackungen?
- Welche Wünsche sind bis jetzt unberücksichtigt?

3

- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Welche Marken sind bekannt und welche werden gekauft?

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung bei Fertigdesserts

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucherbedürfnisse

Produktpolitik

Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei Fertigdesserts transparent und zeigt damit die Potenziale auf

1

Kernfragen

Produkt:

- Was wird gekauft? Wie häufig wird gekauft?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Art, Packungsgröße, Verpackung, Geschmacksrichtung, Haltbarkeit, Preis, etc.)? Was ist der entscheidende Kaufgrund?
- Welche Verpackungsart wird gewünscht?
- Welche Informationen/Kennzeichnungen werden erwartet?
- Wie stark ist das Potenzial von Geschmackskombinationen?
- Wie stark ist das weitere Potenzial von pflanzlichen Alternativen? Wer kauft? Was sind die Kaufgründe?
- Wie interessant sind Mischprodukte?
- Wer verwendet Protein-Dessert?
- Was sind die Produkt-Attribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Dessert-Marken sind bekannt? (gestützt/ungestützt)
- Welche Marken werden gekauft/konsumiert?
- Welchen Einfluss haben die Inhaltsstoffe auf den Kauf bzw. Nichtkauf?
- Wie wichtig sind Nachhaltigkeitsaspekte für die Vermarktung und welche werden gefordert?

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Fertigdesserts deutlich und zeigt damit neue Marktchancen auf

1

Kernfragen

Consumer:

- Wer verwendet im Haushalt und wie oft?
- Zu welchen Anlässen werden Fertigdesserts konsumiert?
- Make or buy – warum, wann und wie viel wird selbstgemacht?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Nach welchen Kundentypologien kann man Fertigdessert-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren nach Zielgruppen?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche saisonalen Unterschiede existieren?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?

Trend Evaluation macht die Shoppergewohnheiten beim Einkauf von Fertigdesserts transparent und zeigt damit zusätzliche Chancen am POS auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung:

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo wird eine Platzierung von Fertigdesserts im Geschäft erwartet (hauptsächlich, zusätzlich)?
- Wonach bzw. wie sollten Fertigdesserts im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Fertigdessert im Geschäft zu finden?
- Welche Arten von POS-Promotion werden gewünscht/erwartet?
- Welche Promotion-Aktionen sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?

AUSGEWÄHLTE ERGEBNISSE

mafowerk hat das Einkaufs- und Konsumverhalten bei Fertigdesserts untersucht

Ergebnisse - ready to use:

Executive Summary:

Kernaussagen

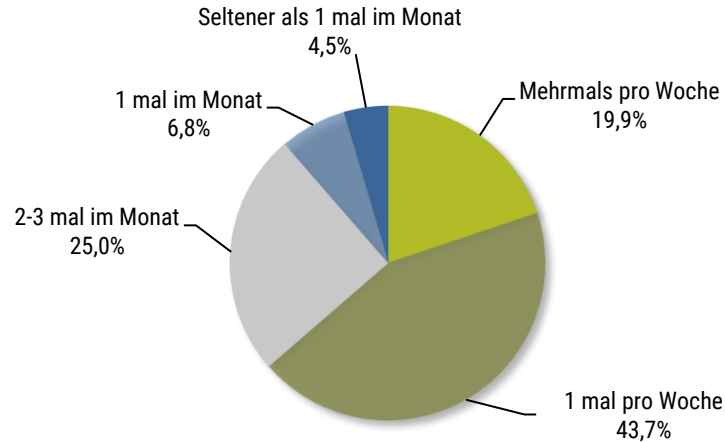
Dashboard | One Pager |
Erkenntnisse und Insights |

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

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

63 % der Befragten kaufen mindestens einmal pro Woche gekühlte Fertigdesserts

Wie oft kaufen Sie gekühlte Fertigdesserts? n=1.022

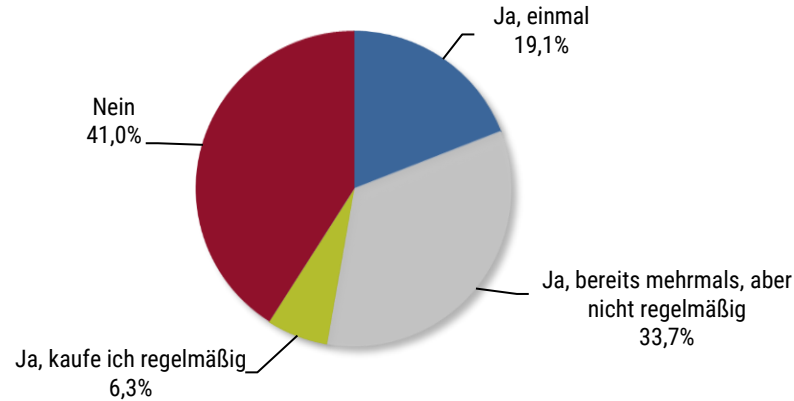


Angaben in %

Die Mehrheit mit 44 % kauft einmal pro Woche und rund jeder Fünfte kauft sogar mehrmals pro Woche. Damit sind gekühlte Fertigdesserts eine hochfrequente Warengruppe.

59 % haben bereits vegetarische bzw. Veggie-Fertigdesserts aus pflanzlichen Milchalternativen gekauft

Haben Sie auch bereits vegetarische bzw. Veggie-Fertigdesserts aus pflanzlichen Milchalternativen wie Hafer-, Soja- oder Mandel-Milch gekauft? n=1.022

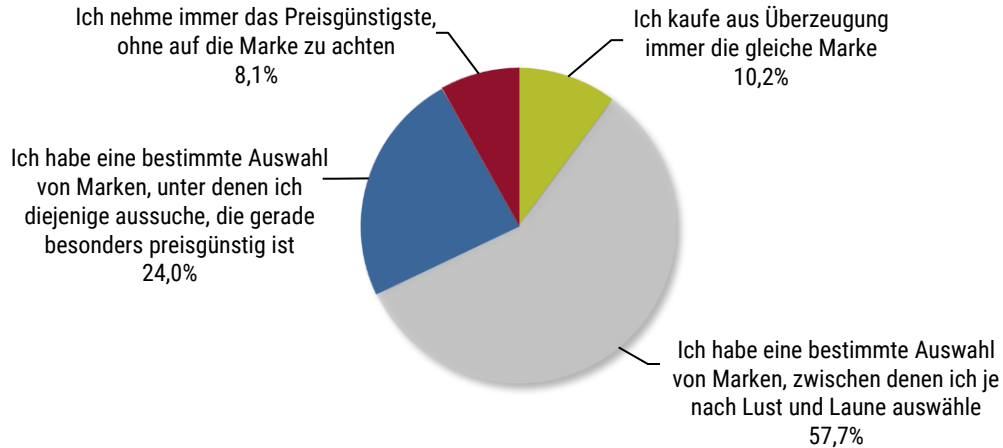


Angaben in %

34 % bereits mehrmals, aber nur 6 % kaufen diese auch regelmäßig

Die Markentreue ist bei gekühlten Fertigdesserts nicht besonders stark ausgeprägt

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten bei Fertigdesserts bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten bei Fertigdesserts am meisten zu? n=1.022

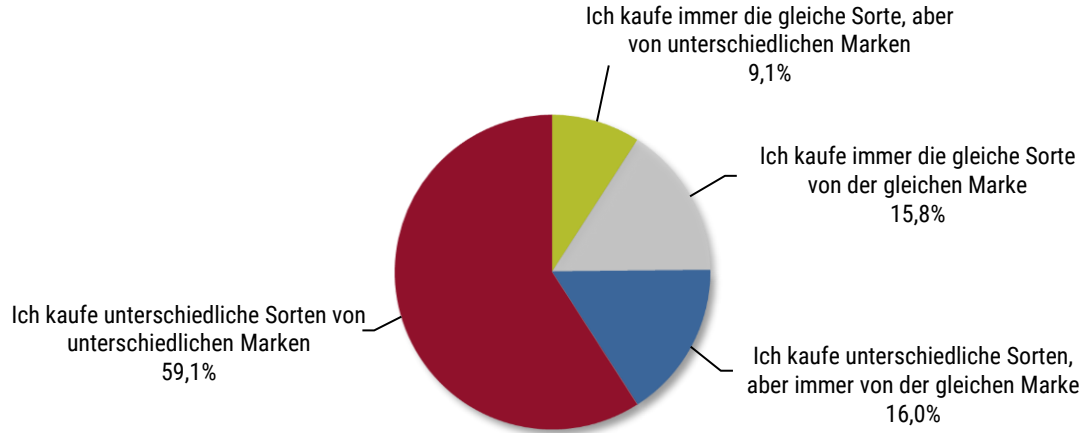


Angaben in %

Nur 10 % kaufen immer die gleiche Marke, 58 % wechseln in ihrem Marken-relevant set die Marken ab: Abwechslung ist Trumpf beim Kauf von gekühlten Fertigdesserts

Bei gekühlten Fertigdesserts ist die Sorte entscheidend und weniger die Marke

Wie beurteilen Sie Ihr Einkaufsverhalten bei den Sorten für Fertigdesserts, welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten am meisten zu? n=1.022

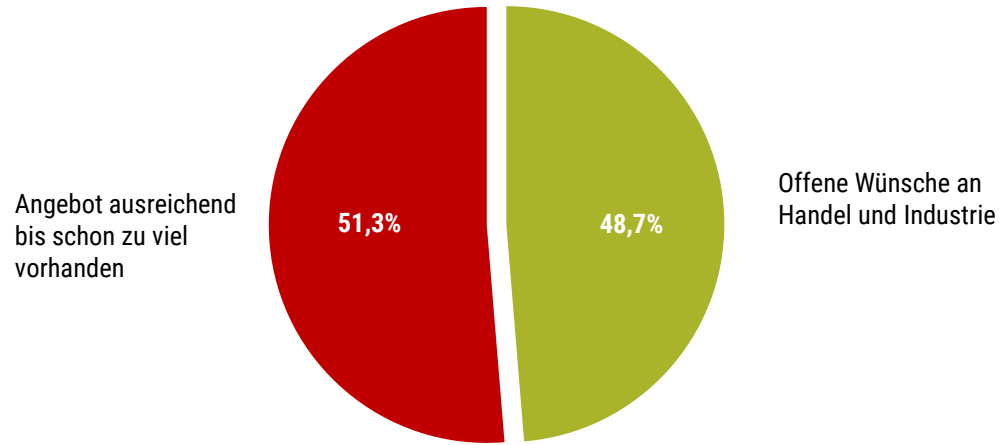


Angaben in %

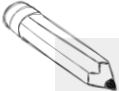
59 % der Befragten kaufen unterschiedliche Sorten von unterschiedlichen Marken. 32 % bleiben einer Marke treu und 9 % kaufen immer die gleiche Sorte

Fast jeder zweite hat Wünsche an Hersteller und Handel

Welche zusätzlichen Angebote und Leistungen zum Thema Fertigdesserts würden Sie sich wünschen? n=1.022



Angaben in %



Während knapp 52 % der Befragten mit dem vorhanden Dessert-Angebot offenbar rundum zufrieden sind, können sich 49 % noch weitere Angebote von Handel und Industrie vorstellen

Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

Gegenstand

Erkenntnisse zum Kauf- und Verwendungsverhalten bei Fertigdesserts.
Kaufverhalten, Potenziale, Präferenzen und Wünsche.

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Verbrauchern, die Fertigdesserts konsumieren und kaufen

Ergebnisse

Auswertung für Deutschland gesamt sowie unter anderem nach:
Altersklassen | Geschlecht | Haushalts-Nettoeinkommen | Generationen

Bericht

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

2

Studieninhalte und Studiendesign



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 Konsumenten

3

Honorar



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

Das Honorar für die Consumer Insights ist:

4.200,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

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

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

