



**Trend Evaluation Consumer Insights Food**

# Müsli und Cerealien 2024 - Inhalte

Potenziale • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

# MÜSLI UND CEREALIEN SIND EINE FESTE GRÖSSE AUF DEM FRÜHSTÜCKSTISCH

mafowerk untersucht das Einkaufs- und Konsumverhalten bei Müsli und Cerealien

*Cerealien und Müsli sind eine feste Größe auf dem Frühstückstisch. Doch die Nachfrage nach Cerealien und Müslis unterliegt auch den Gesundheits- und Lifestyle-Bedürfnissen der Konsumenten sowie geänderten Einkaufsgewohnheiten.*

*Die Hersteller bedienen dies mit originellen Geschmacksinnovationen und neuen Kreationen. Der Markt für Cerealien und Müsli wird bunter und deutlich vielfältiger.*

Was sind die Verbrauchergewohnheiten und Wachstumstreiber beim Konsum von Cerealien und Müsli?

Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?

Wie ist die Einstellung zu Müsli und Cerealien/Cornflakes?

Welche Auswirkungen hat die aktuelle Preisentwicklung im Handel auf den Kauf ?

Die Trend Evaluation Consumer Insights „Müsli und Cerealien 2024“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Konsument“ – aktuell und im Vergleich zu 2020 auf – getrennt nach Müsli-Verwendern und Cerealien/Cornflakes-Verwendern - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im Juni 2024



# Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen bei Cerealien und Müsli

1

Kernfragen



1

- **Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ der potenziellen Zielgruppe?**
- **Welche Käufertypologie kann gebildet werden?**

2

- **Wie ist der Entscheidungsbaum beim Kauf?**
- **Welche Wünsche sind bis jetzt unberücksichtigt?**

3

- **Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?**
- **Was sind die wichtigen Produkt-Attribute aus der Sicht des Käufers?**

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

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucherbedürfnisse

Produktpolitik

## AUSGEWÄHLTE ERGEBNISSE

mafowerk hat das Einkaufs- und Konsumverhalten bei Müsli und Cerealien/Cornflakes untersucht

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:

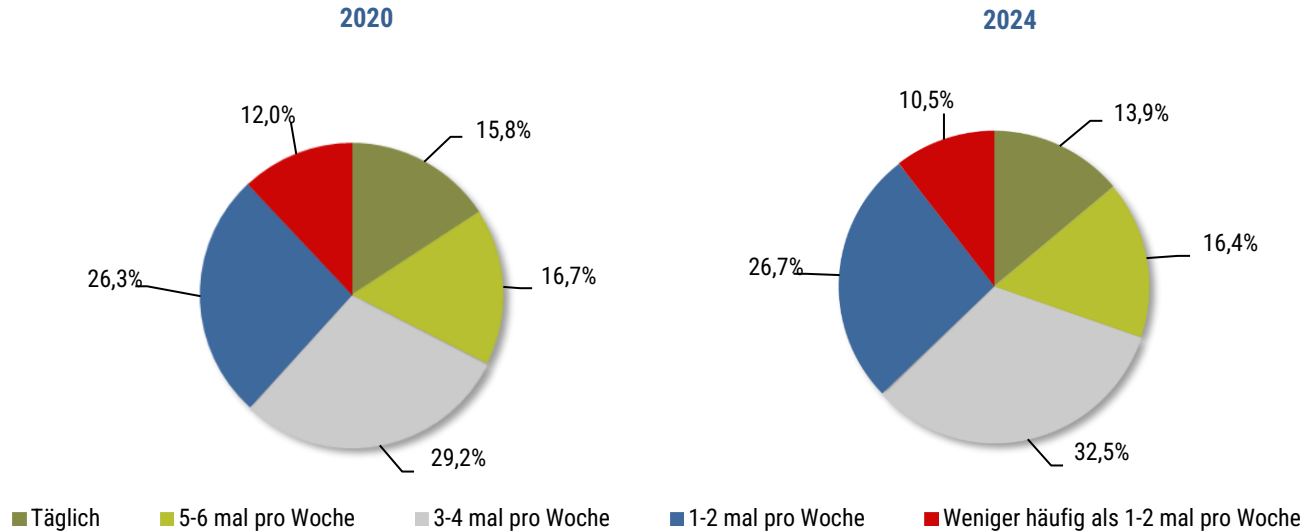
# STUDIENERGEBNISSE - Müsli-Verwender

im Detail

1. **Wie häufig wird gekauft/konsumiert? Wer kauft/konsumiert?**
2. **Anlässe. Kaufgründe**
3. **Begriffsassoziationen. Einkaufs-/Verwendungsverhalten**
4. **In welchen Einkaufsstätten wird gekauft?**
5. **Plankauf versus Spontankauf**
6. **Wie werden Käufer aufmerksam?**
7. **Kaufkriterien. Beurteilung der Situation am POS**
8. **Markenbekanntheiten, Markenverwendung**
9. **Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?**
10. **Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten**

# Die hochfrequente tägliche Verzehrhäufigkeit, täglich Müsli zu essen, sinkt leicht. Die Mehrheit isst nach wie vor 3 - 4 mal pro Woche Müsli

Wie oft essen Sie Müsli? 2020 n=1.012, 2024 n=1.015



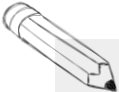
Die Verzehrhäufigkeit von weniger als 1-2 mal pro Woche sinkt von 12 % auf 10,5 %, damit kommt das Wachstum für Müsli nicht aus den intensiven Verwendern, sondern von den Durchschnittsverwendern

# Geschmack, Gesund und Genuss sind die häufigsten Begriffe, die spontan mit Müsli in Verbindung gebracht werden

Welche der folgenden Begriffe würden Sie spontan mit Müsli verbinden? Bitte wählen Sie 5 Begriffe aus, die am besten Ihrer Meinung nach zutreffen. n=1.015

Top 15 (Schriftgröße in der Relation des Anteils der Nennungen):

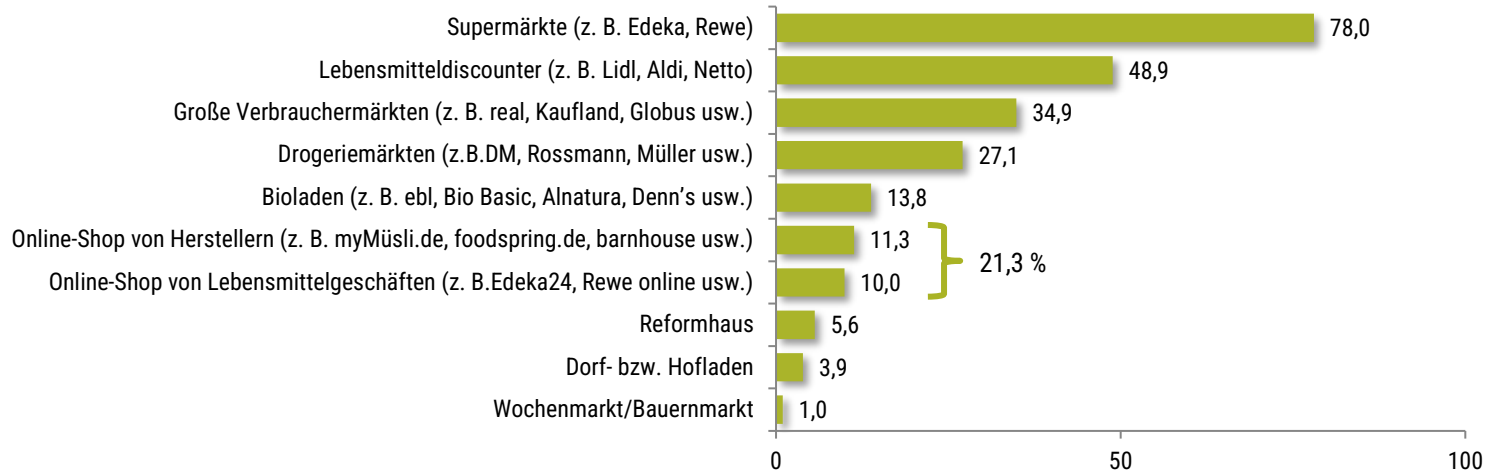


 Schnelligkeit und Fitness folgen



# Die klassischen Supermärkte der Vollsortimenter sind führend beim Einkauf von Müsli

Wo kaufen Sie Müsli ein? n=1.015



Angaben in %

Jeder Zweite kauft auch im Discounter sein Müsli und 27 % bzw. 14 % kaufen in Drogeriemärkten oder in Bio-Märkten  
Bereits 21 % kaufen Müsli über Online-Kanäle

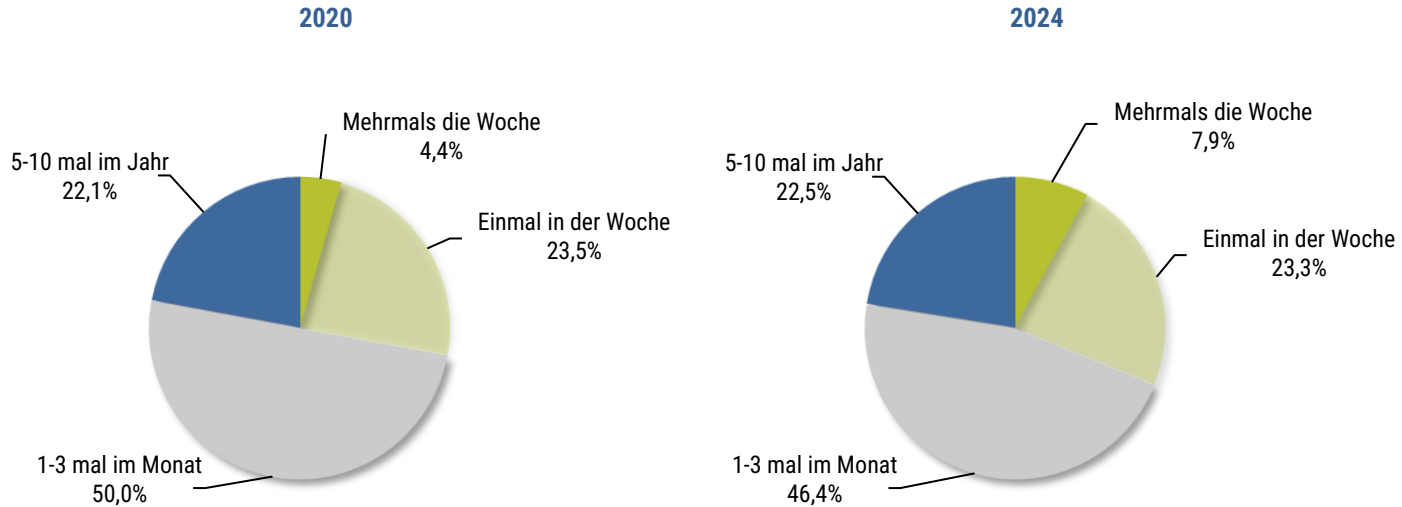
# STUDIENERGEBNISSE - Cerealien-Verwender

im Detail

1. **Wie häufig wird gekauft/konsumiert? Wer kauft/konsumiert?**
2. **Anlässe. Kaufgründe**
3. **Begriffsassoziationen. Einkaufs-/Verwendungsverhalten**
4. **In welchen Einkaufsstätten wird gekauft?**
5. **Plankauf versus Spontankauf**
6. **Wie werden Käufer aufmerksam?**
7. **Kaufkriterien. Beurteilung der Situation am POS**
8. **Markenbekanntheiten, Markenverwendung**
9. **Welche Werbemaßnahmen wurden wahrgenommen?**
10. **Generelle Einstellungen und Wünsche der Konsumenten**

# Die Einkaufsfrequenzen bleiben im Vergleich zu 2020 sehr stabil: circa jeder zweite Verwender kauft Cornflakes/Cerealien ein- bis dreimal im Monat

Wie oft kaufen Sie Cornflakes/Cerealien? 2020 n=1.027, 2024 n=1.015

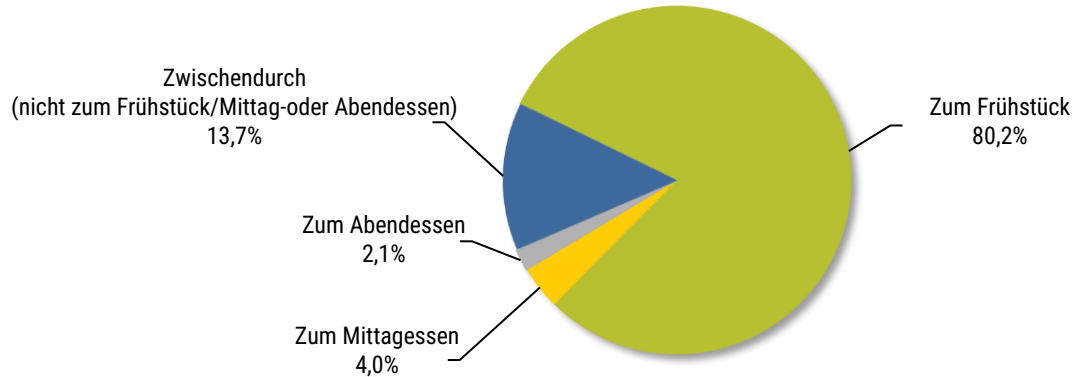


Angaben in %

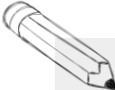
Nachwievor um die 30 % kaufen sogar jede Woche (mehrmals oder einmal)

# Frühstückszeit ist Cornflakes/Cerealien-Zeit

Zu welcher Tageszeit/welchem Anlass essen Sie Cornflakes/Cerealien bevorzugt? n=1.015



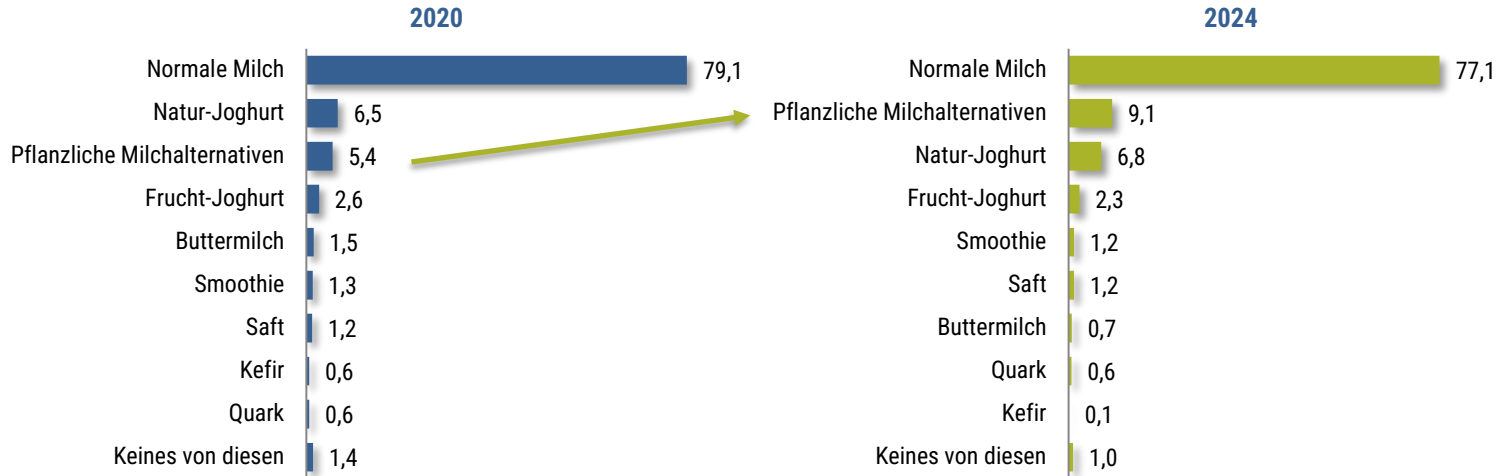
Angaben in %



„Zum Frühstück“ ist mit Abstand der bevorzugte Anlass zum Konsum und wird von 80 % der Befragten genannt  
„Zwischendurch“ nennen immerhin knapp 14 % als bevorzugten Verzehranlass

# Cornflakes/Cerealien werden mit normaler Milch bevorzugt, allerdings haben pflanzliche Milchalternativen als „Filler“ im Vergleich zu 2020 zugelegt

Womit mixen Sie Ihre Cornflakes/Cerealien bevorzugt? 2020 n=1.027, 2024 n=1.015



Angaben in %

Fast 10 % mischen inzwischen ihre Cornflakes/Cerealien mit pflanzlichen Milchalternativen

Hinweis: Aussagen nur mit Einschränkung möglich aufgrund geringer Fallzahlen

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Inhalte und Design

**Gegenstand**

Erkenntnisse zu Verwendung und Einkäufen für Müsli und Cerealien. Potenziale, Verwendungs- und Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Befragung (online) mit 2.000 Befragten, davon 1.000 Befragte, die Cerealien kaufen und 1.000 Befragte, die Müsli kaufen und verwenden

**Ergebnisse**

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

**Bericht**

Ergebnislieferung mit PowerPoint-Charts inklusive aussagefähiger Kommentierungen und Ergebnisinterpretationen

# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

2

Inhalte und Design



**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

**Kinderbesitz:**

mit Kindern 3-6 Jahre/ 7-12 Jahre / 13-17 Jahre / ohne Kinder

**Ernährungstyp:**

Vegetarier/Veganer/Flexitarier/keines von diesen

# Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden

3

Honorar



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

Das Honorar für die Consumer Insights ist:

**3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)**

Das Honorar für die Consumer Insights 2024 inklusive dem Vergleich zu 2020 ist:

**4.700,- 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](http://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](mailto:info@mafowerk.de)

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

[www.mafowerk.de](http://www.mafowerk.de)

[info@mafowerk.de](mailto:info@mafowerk.de)

tel 0911 2001 840

mafowerk GmbH

Gustav-Weißkopf-Straße 12

D - 90768 Fürth

