



**Trend Evaluation Consumer Insights Getränke**

# Functional- / Wellness- / isotonische Getränke 2024

Verwendungsverhalten • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

# FUNKTIONALE UND ISOTONISCHE GETRÄNKE SIND EIN WACHSENDES SEGMENT BEI GETRÄNKEN

mafowerk untersucht das Konsumverhalten bei funktionalen / isotonischen Getränken

*Waren funktionale Getränke bisher eher Nischenprodukte, so werden diese heute von immer mehr Verbrauchern konsumiert. Besonders Sportgetränke und isotonische Fitnessdrinks treiben derzeit den Markt.*

*Funktionale und isotonische Getränke - ein Markt, in dem das Angebot ständig größer und immer vielfältiger wird.*

Was sind die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von funktionalen Getränken und isotonischen Getränken?

Wer verwendet funktionale Getränke und isotonische Getränke (Käufertypologie)?

Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten bei funktionalen Getränken?

Wie kommen die Produkte in das "relevant set" des Shoppers?

Welche Marken sind bekannt und welche werden gekauft?

Die Trend Evaluation Consumer Insights „Functional / Wellness und isotonische Getränke 2024“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Konsument“ – für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im Juli 2024

# Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen bei funktionalen Getränken und isotonischen Getränken

1

Kernfragen



1

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

2

- **Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsformen und Verpackungsarten?**
- **Wie stark ist die Markenbindung und wie hoch ist die Markensympathie?**

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 von funktionalen Getränken und isotonischen Getränken

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucherbedürfnisse

Produktpolitik

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von funktionalen und isotonischen Getränken deutlich und zeigt damit neue Marktchancen auf

1

Kernfragen

## Consumer:

- Was wird verwendet?
- Wer verwendet (Verwendungshäufigkeit und Verbrauch)?
- Warum wird verwendet? Was sind die Erwartungen?
- Bei welchen anderen Gelegenheiten werden funktionale und isotonische Getränke verwendet?
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche saisonalen Unterschiede existieren?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?
- Welche alternativen Produkte gibt es aus der Sicht der Konsumenten?

# Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei funtionalen und isotonischen Getränken transparent und zeigt damit die Potenziale auf

1

## Kernfragen

### Produkt:

- Wie viel wird gekauft und wie häufig?
- Welche Informationen/Kennzeichnungen werden erwartet?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, Geschmacksrichtung, Zuckergehalt etc.)?
- Was ist der entscheidende Kaufgrund?
- Welche Verpackungsart wird gewünscht?
- Welcher Zusatznutzen wird akzeptiert?
- Welche Marken sind bekannt? (gestützt/ungestützt)
- Welche Marken werden gekauft/verwendet?
- Wie werden diese Marken bewertet? (Nachkaufs-Potenzial)

# Trend Evaluation macht die Shoppergewohnheiten beim Einkauf von funktionalen und isotonischen Getränken transparent und zeigt damit zusätzliche Chancen am POS auf

1

Kernfragen

## POS-Vermarktung:

- Wo und wie oft wird gekauft? (online oder offline)
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo macht eine Platzierung am POS aus Sicht der Shopper Sinn? (Stamm- und Zweitplatzierung)
- Wonach bzw. wie sollte im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt 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?

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Inhalte und Design

**Gegenstand**

Erkenntnisse zu Verwendung und Einkäufen von funktionalen und isotonischen Getränken: Potenziale, Verwendungs- und Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Befragung (online) mit 1.000 Befragten, die funktionale Getränke / isotonische Getränke 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 Teilbereiche

2

Inhalte und Design

## Teilbereiche:

- Aqua Drinks (Wasser mit Vitaminzusatz)
- Aqua Drinks (Wasser mit Kräuterzusatz)
- Fruchtsäfte angereichert mit Kräutern/Mineralstoffen
- Smoothies
- Shots (z. B. mit Ingwer, Aronia, Kurkuma usw.)
- Sportgetränke
- Protein Drinks

# 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

**Kinder:**

mit Kindern / ohne Kinder

**Ernährungstyp:**

Vegetarier/Veganer/Flexitarier/keines von diesen

**Sportarten:**

Welche Sportarten werden betrieben und wie häufig

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

3

Honorar



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

Das Honorar für die Consumer Insights ist:

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

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Mitte September 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](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

