



**Trend Evaluation** Consumer Insights Food Convenience

# Wurst- und Fleisch-Snacks 2024

Potenziale • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

# Inhalte **Trend Evaluation** – Consumer Insights Wurst- und Fleisch-Snacks 2024

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Studieninhalte und Studiendesign

3

Honorar

4

Kontakt

# WURST- UND FLEISCH-SNACKS SIND EIN WERTSCHÖPFUNGSFAKTOR FÜR DEN HANDEL

mafowerk untersucht das Einkaufsverhalten bei herzhaftem Snacking

*Convenience ist ein Wachstumsmarkt im Bereich „Food“, bei Wurst und Fleisch wird „SB Snacking“ immer beliebter.*

*Doch die Nachfrage nach Snacks unterliegt auch stark den geänderten Gesundheitsbedürfnissen der Verbraucher: Herzhaftes konkurriert mit High Protein-Produkten oder veganen Ersatzprodukten mit Erbsenprotein. „Healthy Snacking“ und „Mindful Snacking“ sind die neuen Schlagworte. \**

*Die Bereitschaft der Verbraucher, Neues auszuprobieren ist hoch – echte Chancen für erfolgreiche Innovationen bei Wurst- und Fleisch-Snacks.*

- Wer kauft Wurst- und Fleisch-Snacks? Wie häufig wird gekauft?
- Was sind die Kaufmotivatoren und Kaufbarrieren?
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten? Welche Veränderungen gibt es bei den Verbrauchereinstellungen?
- Welches weitere Potenzial haben pflanzliche Alternativen?

Die Trend Evaluation Consumer Insights „Wurst- und Fleisch-Snacks 2024“ von mafowerk beleuchtet diese Entwicklungen - aktuell und im Vergleich zu den Jahren 2013 und 2020. Wir untersuchen die Möglichkeiten von weiteren Wachstumsfeldern - für eine erfolgreiche weitere Vermarktung bei Wurst- und Fleisch-Snacks.

Nürnberg/Fürth, im August 2024

# **Trend Evaluation** macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf und beim Verzehr von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt die Potenziale auf

1

Kernfragen



1

- Was wird gekauft? Wie häufig wird gekauft?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse?

2

- Wie stark ist das weitere Potenzial von pflanzlichen Alternativen?
- Wer kauft? Was sind die Kaufgründe?

3

- Welche Marken sind bekannt? (gestützt/ungestützt)
- Welche Marken werden gekauft/konsumiert?

# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Wurst- und Fleisch-Snacks

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

## Consumer:

- Nach welchen Kundentypologien kann man Wurst- und Fleisch-Snacks-Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft für Wurst- und Fleisch-Snacks?
- Welche Preis- und Ausgabenbereitschaft für Wurst- und Fleisch-Convenience-Produkte existiert?
- Wie hoch ist die Substitution zur regulären Ware (anlassbezogen, dauerhaft)?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten bei der Auswahl von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

1

Kernfragen



## Produkt:

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse bei Wurst und Wurst- und Fleisch-Snacks (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Zusatznutzen, etc.)?
- Wie kommen die Produkte in das relevant set des potenziellen Käufers?
- Wie stark ist das Potenzial von Sorten und Varianten?
- Wie stark ist das weitere Potenzial von pflanzlichen Alternativen? Wer kauft? Was sind die Kaufgründe?
- Welche Marken sind bekannt? Welchen Kompetenzstatus haben die bekannten Marken gegenüber den Handelsmarken?
- Welche Marken werden gekauft?
- Was sind die Anlässe des Verzehrs (zu Hause, unterwegs)?
- 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 Einkauf von Wurst- und Fleisch-Snacks transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

## POS-Vermarktung:

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Wurst- und Fleisch-Snacks im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wo wird eine Platzierung von Wurst- und Fleisch-Snacks im Geschäft erwartet (hauptsächlich, zusätzlich)?
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Welche Promotionaktionen zu Wurst/Wurst- und Fleisch-Snacks sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

**Gegenstand**

Erkenntnisse zum Einkaufsverhalten bei Wurst- und Fleisch-Snacks im LEH.  
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Verbrauchern, die Wurst bzw. Wurst- und Fleisch-Snacks kaufen bzw. konsumieren

**Ergebnisse**

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

**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 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

**Kinder:**

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

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

3

Honorar



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

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

Das Honorar für die Consumer Insights 2024 inklusive der Vergleichsdaten 2013 und 2020 ist:  
4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Anfang Oktober 2024 vor. 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

