



Trend Evaluation Consumer Insights Food

Consumer Insights „Proteinreiche und High Protein-Molkereiprodukte 2025“

STUDIENINHALTE

PROTEINANGEREICHETERTE LEBENSMITTEL SIND IM TREND

mafowerk untersucht das Einkaufs- und Konsumverhalten bei proteinreichen und High Protein-Molkereiprodukten

Die meisten Verwender von proteinreichen/High Protein-Molkereiprodukten führen einen Lebensstil mit gesunder Ernährung und gesundheitlicher Vorsorge: sie treiben regelmäßig Sport, besitzen einen Fitnesstracker oder eine SmartWatch und sind meist zwischen 30 und 39 Jahre alt. *



Proteinreiche/High-Protein-Molkereiprodukte sind eine deutlich wachsende Warengruppe: zahlreiche Produkte werden inzwischen mit Protein angereichert - Proteine liegen im Trend.

Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ der potenziellen Zielgruppe, wer kauft bereits?

Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?

Welche Informationswege werden benutzt? Welche offenen Wünsche gibt es?

Die mafowerk Trend Evaluation Consumer Insights „Proteinreiche und High Protein-Molkereiprodukte 2025“ zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS | Produkt | Konsument“ und untersucht die Entwicklungspotenziale - aktuell und im Vergleich zu 2022.

- für eine weitere erfolgreiche Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im April 2025

* Quelle: mafowerk Consumer Insights Proteinreiche und High Protein-Molkereiprodukte 2022

STUDIENAUFBAU

mafowerk untersucht das Konsumentenverhalten bei Protein-Molkereiprodukten

Trend Evaluation

Consumer Insights

„Proteinreiche und High Protein-Molkereiprodukte 2025“

Ziel der Studie ist die Untersuchung des Konsum- und Kaufverhaltens bei Protein-Molkereiprodukten

VORGEHENSWEISE

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 984 Interviews
- Screening: Verbraucher, die Protein-Molkereiprodukte kaufen
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter und Geschlecht vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

ERHEBUNGSZEITRAUM

7.03.2025 (Feldstart) bis 12.03.2025 (Feldende)

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen bei proteinreichen und High Protein-Molkereiprodukten

1

Kernfragen



1

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

2

- **Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Konzepte?**
- **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 macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum transparent und zeigt damit die Potenziale und Marktchancen auf

1

Kernfragen



Consumer:

- Wer kauft?
- Wer verwendet/konsumiert und wie oft?
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Was sind die Verzehranlässe?
- Welche Chancen haben bestehende klassische Marken als Line- Extension bei proteinreichen Produkten?
- Wie hoch ist die Empfehlungsbereitschaft?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten bei der Auswahl transparent und zeigt damit die Potenziale und Marktchancen auf

1

Kernfragen



Produkt:

- Was wird gekauft? Wie viel wird gekauft und wie häufig? (Wiederkauf/Erstkauf)
- Welche Informationen/Kennzeichnungen werden erwartet?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Produktart, Betextung: Proteinreich/High-Protein, Proteingehalt, Packungsgröße, Zusatznutzen, 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)
- Wie wichtig sind zusätzliche Inhaltsstoffe?
- Wie stark ist das Potenzial von neuen Konzepten?

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf transparent und zeigt damit die Potenziale und Marktchancen auf

1

Kernfragen



POS-Vermarktung:

- Wo und wie oft wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wo macht eine Platzierung von proteinreichen Produkten am POS aus Sicht der Shopper Sinn? (Stamm- und Zweitplatzierung)
- Wonach bzw. wie sollte im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Welche Arten von POS-Promotion bei proteinreichen Produkten werden gewünscht/erwartet?
- Welche Promotion-Aktionen zu proteinreichen Produkten sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen und im Gedächtnis geblieben?



Ergebnisse - ready to use:

Executive Summary:

Dashboard | One Pager | Erkenntnisse
und Insights | Kernaussagen

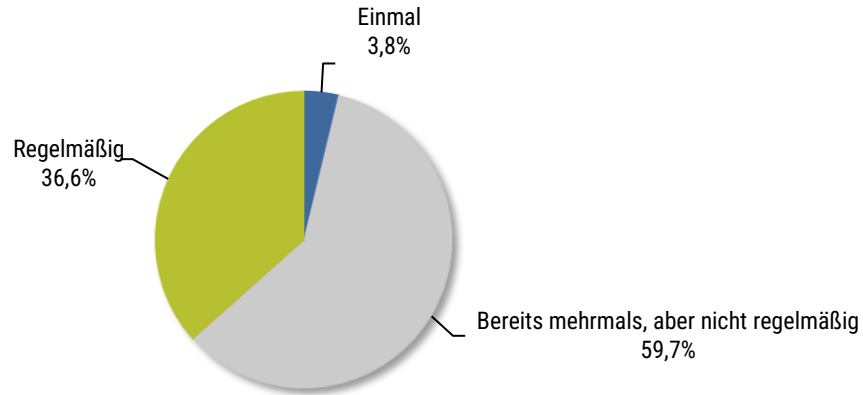
Deep Dive:

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

Einige ausgewählte Ergebnisbeispiele:

37 % kaufen bereits regelmäßig Mopro-Protein-Produkte

Wie oft haben Sie schon Proteinreiche/High Protein-Molkereiprodukte gekauft? n=984



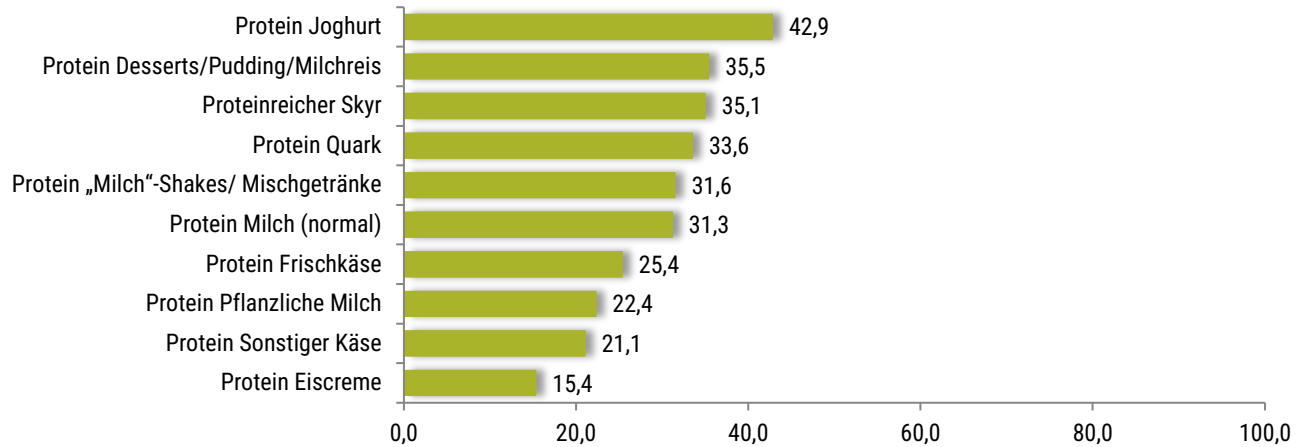
Angaben in %



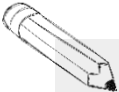
60 % haben bereits mehrmals gekauft, bezeichnen sich nicht als regelmäßige Käufer und 4 % haben bisher nur einmal gekauft

Auch die regelmäßigen und Mehrmals-Käufer kaufen am häufigsten Protein-Joghurt

Welche der folgenden Produkte haben Sie bei Proteinreichen / High Protein-Molkereiprodukten gekauft/verwendet? Basis: Alle befragten Teilnehmer, welche mehrmals oder regelmäßig Proteinreiche / High Protein-Molkereiprodukte gekauft haben. Top 2 Boxes „Sehr häufig/häufig – gesamt“. n=947



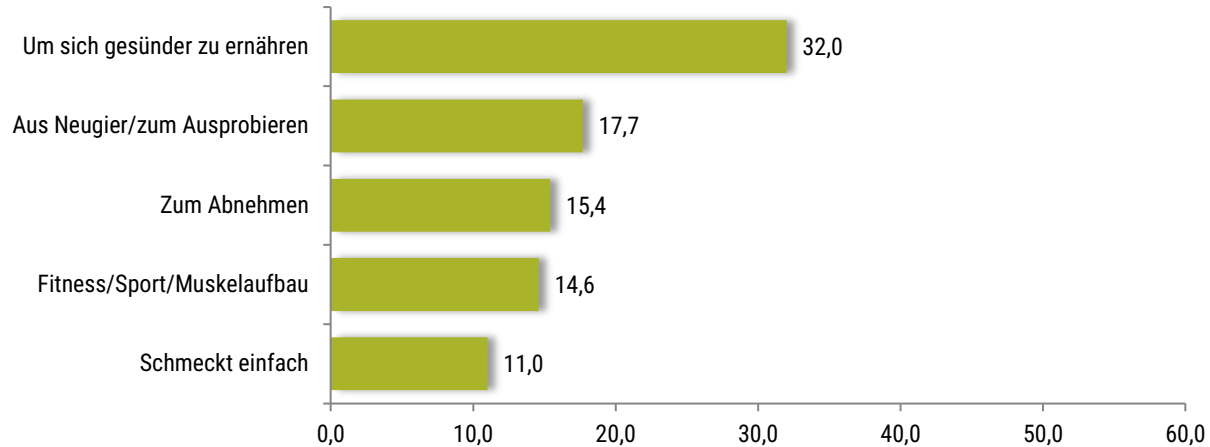
Angaben in %



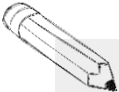
Gefolgt von Desserts/Pudding und: Skyr

„Um sich gesünder zu ernähren“ ist der Hauptgrund für den Kauf

Warum haben Sie Proteinreiche / High Protein-Molkereiprodukte gekauft? n=984 (offene Fragestellung)



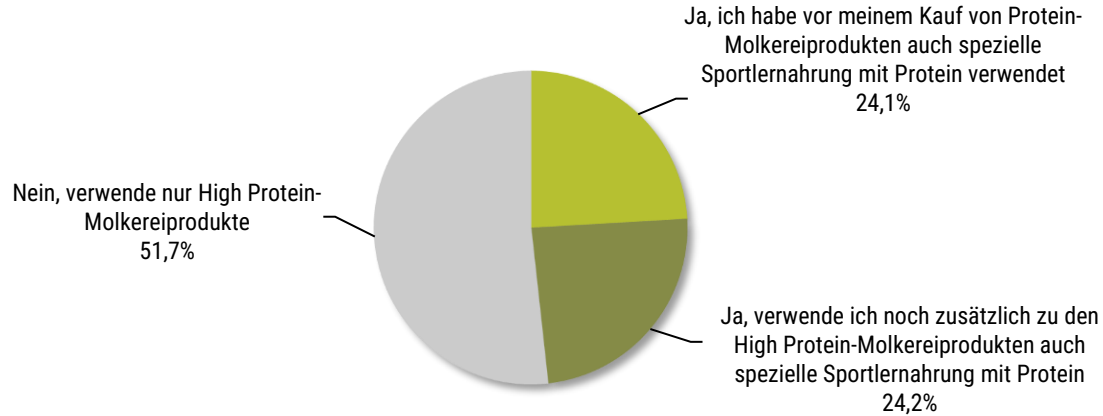
Angaben in %



Danach folgt die Neugier zum Ausprobieren, zum Abnehmen oder zum Muskelaufbau und 11 % geben an, dass ihnen diese Produkte einfach schmecken

52 % haben vorher noch keine speziellen Protein-Produkte aus der Sporternährungsindustrie verwendet

Verwenden Sie auch oder haben Sie spezielle Sportlernahrung mit Protein verwendet? n=984



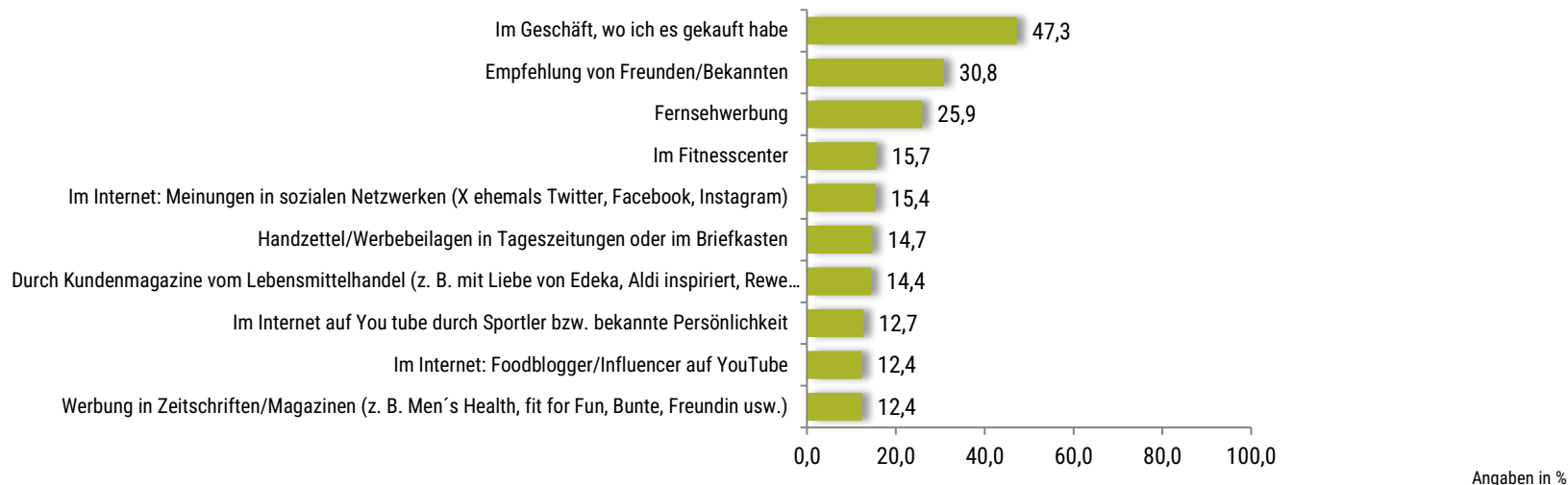
Angaben in %

24 % der jetzigen Mopro-Protein-Produkte-Verwender haben vorher spezielle Sportlernahrung verwendet und 24 % verwenden dies immer noch zusätzlich

Jedem zweiten Befragten sind Mopro-Protein-Produkte erst im Geschäft aufgefallen

Wie wurden Sie auf das Proteinreiche / High Protein-Molkereiprodukt, das Sie verwenden, aufmerksam? n=984

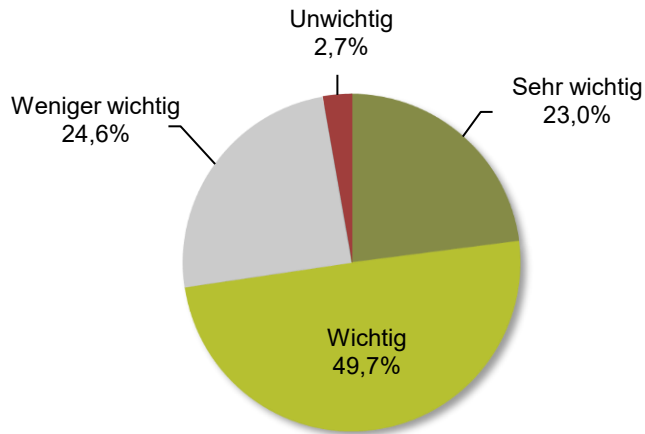
Rang 1-10



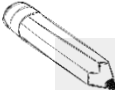
Jedem dritten Befragten wurden diese Produkte von Freunden/Bekannten empfohlen und jeder vierte wurde durch einen Fernsehspot auf die Produkte aufmerksam

Für 73 % ist es sehr wichtig/wichtig, dass auf der Verpackung der Prozentsatz von Protein ausgewiesen wird

Wie wichtig ist für Sie bei einem Proteinreichen / High Protein-Molkereiprodukt die Angabe „x % Protein“? n=984



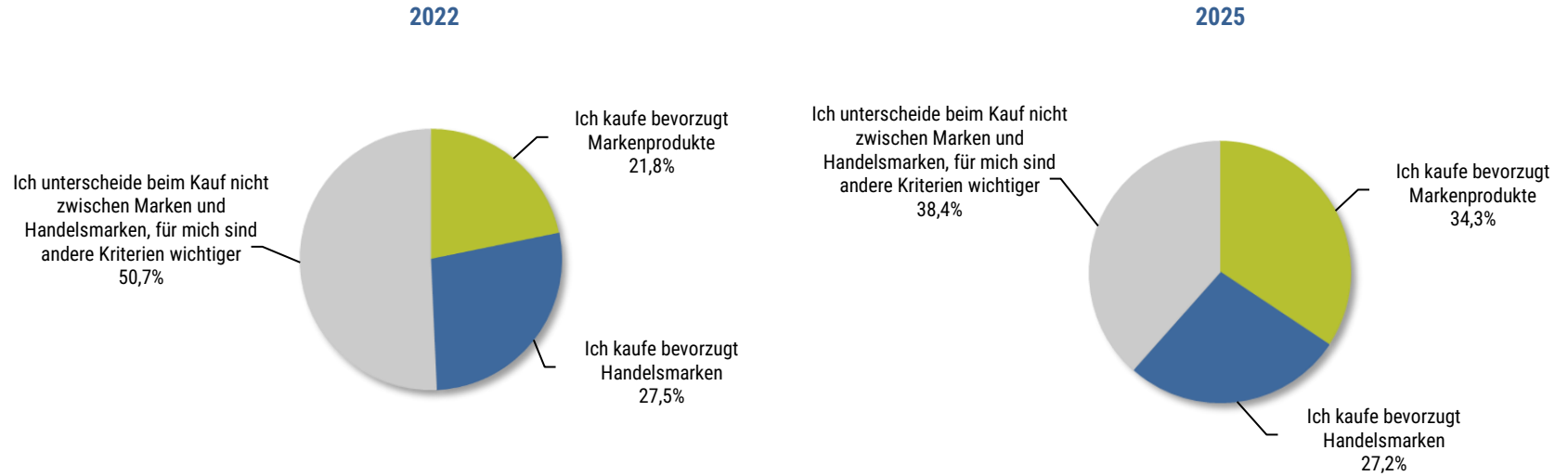
Angaben in %



Nur für 27 % ist dies nicht wichtig

Die Marke wird beim Kauf von proteinreichen bzw. High Protein-Molkereiprodukten wichtiger

Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Ihren Einkaufsgewohnheiten bei Proteinreichen / High Protein-Molkereiprodukten bzw. welche der folgenden Aussagen trifft auf Ihr Kaufverhalten am meisten zu? 2022 n=982 / 2025 n=984



Nach 21,8 % in 2022, die bevorzugt Markenprodukte kaufen, sind es in 2025 34,3 %, die bevorzugt Markenprodukte bei Mopro-Protein-Produkte kaufen
Die Handelsmarken-Käufer bleiben konstant

Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Inhalt und Design

Gegenstand

Erkenntnisse zu Einkäufen für proteinreiche Molkereiprodukte im LEH.
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche.

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppen-Befragung (online) mit 984 Befragten (Käufer von proteinreichen Molkereiprodukten).

Ergebnisse

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

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

Kinder:

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

Sportverhalten:

Intensität / Sportart(en)

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

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „Proteinreiche und High Protein-Molkereiprodukte 2025“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights 2025 ist:

3.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Consumer Insights 2025 inklusive der Vergleichsdaten 2022 ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Lieferung der kompletten Studienergebnisse in elektronischem pptx-Format auf deutsch und inklusive fundierter Ergebnisinterpretationen
- Eine Online-Präsentation der Ergebnisse und Insights bieten wir Ihnen für Euro 400,- an (eine ca. einstündige Videokonferenz mit Microsoft Teams)
- 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

