

LEBENSMITTEL & GENUSS

Biokost

Trend Evaluation Shopper Insights Food

# Lebensmittelkauf in Drogeriemärkten 2025

Kaufverhalten • Potenziale • Präferenzen und Wünsche

# Inhalte **Trend Evaluation** – Shopper Insights Lebensmittelkauf in Drogeriemärkten 2025

1

Ausgangssituation und Kernfragen

2

Studieninhalte und Studiendesign

3

Honorar

4

Kontakt

# LEBENSMITTEL SIND EINE WACHSTUMSWARENGRUPPE IN DROGERIEMÄRKTEN

mafowerk untersucht das Shopperverhalten beim Kauf von Lebensmitteln in Drogeriemärkten

*Drogeriemärkte werden für Lebensmittelhersteller als Absatzkanal immer interessanter - das Angebot an Lebensmitteln in Drogeriemärkten vergrößert sich ständig und hat sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Umsatzfaktor innerhalb des Sortiments entwickelt.*

*Besonders interessant scheinen Drogeriemärkte für kleinere, spezialisierte Foodhersteller und für start-ups bevorzugt aus dem Biobereich zu sein: hier ist das Angebot in den letzten Jahren förmlich explodiert.*

- Wer kauft? Was wird gekauft? Wer kauft was?
- Warum wird gekauft?
- Wie häufig wird gekauft, wie viel wird ausgegeben?
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?
- und: Wie wird das Lebensmittelangebot der einzelnen Drogeriemärkte beurteilt?

Die neue Trend Evaluation Shopper Insights „Lebensmittelkauf in Drogeriemärkten 2025“ von mafowerk untersucht den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS | Produkt | Shopper“.

Diese Shopper Insights schaffen eine wichtige Grundlage für Hersteller und Händler zur weiteren erfolgreichen Vermarktung von Lebensmitteln in diesem Vertriebskanal.

Nürnberg/Fürth, im Januar 2025



# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Lebensmitteln in Drogeriemärkten

1

Kernfragen



# Trend Evaluation macht die Shoppergewohnheiten transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

1

Kernfragen u. a.

- Wer kauft?
- Nach welchen Kundentypologien kann man die Verwender einordnen?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?
- Wer kauft was?
- Warum wird gekauft?
- Welche Marken oder Handelsmarken werden gekauft, in welchen Warengruppen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant? Was wird bei einem Plankauf vorab festgelegt? Was aktiviert den Spontankauf?
- Wie ist die Austauschbeziehung zu anderen Vertriebschienen? Wo wird noch gekauft?
- Online versus Offline-Kauf
- Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Shopper?
- **Special: Wie wird das Lebensmittelangebot in den einzelnen Drogeriemarktschienen bewertet?**



# Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Teilkategorien beim Thema Lebensmittelkauf in Drogeriemärkten

## Lebensmittel

Cerealien und Müsli  
Süße Brotaufstriche  
Herzhafte Brotaufstriche  
Milch und Milch-Alternativen  
Fleischersatz und Tofu  
Saaten/Körner und Nüsse  
Trockenfrüchte  
Riegel  
Mehle, Backmischungen und Backzutaten  
Öle und Fette  
Nudeln und Reis  
Getreide und Hülsenfrüchte  
Saucen und Gewürze  
Fertiggerichte und Konserven

## Getränke

Kaffee  
Tee  
Milchmisch- und Kaffee Kaltgetränke  
Trinkmahlzeiten  
Smoothies, Säfte und Shots  
Energy Drinks  
Wellness- und Functional Drinks

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

**Gegenstand**

Erkenntnisse zum Einkaufsverhalten von Lebensmitteln in Drogeriemärkten  
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Shoppern, die Lebensmittel in Drogeriemärkten kaufen

**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 / Alter der Kinder



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

3

Honorar



Die Ergebnisse der Trend Evaluation „Shopper Insights Lebensmittelkauf in Drogeriemärkten 2025“ können Sie bestellen:

per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Shopper Insights ist:

4.200,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Shopper Insights liegen Anfang März 2025 vor. 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)
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: [www.mafowerk.de/impressum](http://www.mafowerk.de/impressum)

Unser Angebot ist gültig bis zum 31.01.2025

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

