



Trend Evaluation Consumer Insights Getränke

Limonaden und Cola-Getränke 2025

Kaufverhalten • Potenziale • Substitution • Wünsche

LIMONADEN UND COLA-GETRÄNKE ZWISCHEN GENUSS UND GESUNDEM LIFESTYLE

mafowerk untersucht das Kauf- und Trinkverhalten bei Limonaden und Cola/Cola-Getränken

Limonaden und Cola-Getränke entwickeln sich trotz der Konkurrenz durch andere Getränke zur Durstlöschung im Bereich der Erfrischungsgetränke positiv.

*So stieg im Jahr 2023 der deutsche Pro-Kopf-Verbrauch an Limonaden inklusive Cola-Getränken auf 30,2 Liter (nach 26,1 Litern in 2022) *.*

Derzeit drängen neue Produkte und Hersteller in diesen interessanten Markt, in dem bereits heute ein großes Produktangebot - auch mit kalorienfreien und kalorienreduzierten Alternativen - vorherrscht.

- Wer ist die Zielgruppe, wer kauft, wer trinkt?
- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsformen und Verpackungsarten?
- Wie hoch ist die Austauschbeziehung zu anderen AfG-Segmenten?
- Wie stark ist die Markenbindung und wie hoch ist die Markensympathie?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Welche Veränderungen gibt es bei den Verbrauchereinstellungen?

Die Trend Evaluation Consumer Insights „Limonaden und Cola-Getränke 2025“ von mafowerk zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren POS, Produkt und Konsument und untersucht die Entwicklungspotenziale - für eine erfolgreiche weitere Vermarktung in dieser Warengruppe.

Nürnberg/Fürth, im Februar 2025

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Limonaden und Cola-Getränken

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucherbedürfnisse

Produktpolitik

Trend Evaluation bewertet die Wachstumspotenziale und identifiziert die Zielgruppen mit den „white spots“

1

Kernfragen



1

- Wer ist die Zielgruppe, wer kauft, wer trinkt?
- Welche Verwendertypologie kann gebildet werden?

2

- Wie hoch ist die Kaufbereitschaft - für welche Flavours, Darreichungsformen und Verpackungsarten?
- Wie hoch ist die Austauschbeziehung zu anderen AfG-Segmenten?

3

- Wie stark ist die Markenbindung und wie hoch ist die Markensympathie?
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Limonaden und Cola-Getränken transparent und zeigt die Potenziale auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt



Consumer:

- Wer trinkt wie oft und wie viel? Verwendungshäufigkeit und Verbrauch
- Warum werden Limonaden oder Cola getrunken?
- Was wird nebenher oder anstatt getrunken?
- Verwendung von Instant-Getränkepulver, Sirup, etc.
- Verwendung von Wassersprudlern, Wasserfiltern, Kühlschränken mit Wasserspender, etc.
- Nach welchen Kundentypologien kann man Käufer einordnen?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen?
- Zu welchen Anlässen werden Limonaden getrunken?
- 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?
- **Käuferprofil-Analyse für Ihre Marke versus Wettbewerbsmarke(n) ***

* Markenausweisung auf Anfrage und nach Vorgabe

Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei Limonaden und Cola-Getränken transparent

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt



Produkt:

- Was sind die subjektiven Kaufimpulse (Marke, Verpackung, Packungsgröße, Name, Mischung, Nutzen, Preis, etc.)?
- Welche Marken sind bekannt und welche gekauft? (gestützt und ungestützt)
- Wie stark ist die Markenbindung und wie hoch ist die Markensympathie?
- Wie wird der Innovationsgrad von Marken eingeschätzt?
- Welche Chancen haben Saison- oder limited edition-Konzepte?
- Was sind die Produktattribute für Premium und Standard aus der Sicht des Käufers?
- Welche Preisbereitschaft existiert bei Limonaden und Cola (Preisober- bzw. -untergrenzen)?
- Welche Gebindegrößen werden bevorzugt?
- Welche Verpackung wird präferiert?

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf von Limonaden und Cola-Getränken deutlich und zeigt neue Vermarktungsansätze auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt



POS-Vermarktung:

- Wo und wie oft wird gekauft? (inhome und out-of-home)
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant?
- Wenn geplant: was wurde vorab geplant?
- Warum erfolgt ein Spontankauf am POS? Was sind die Hauptstimuli für Spontankauf?
- Wie schwierig bzw. einfach ist es für den Shopper, das geeignete Produkt am POS zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Limonaden und Cola im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Wo sollten Limonaden und Cola zusätzlich am POS platziert sein?
- Welche Preisbereitschaft existiert nach Vertriebschienen?
- Wie hoch ist die Werbeerinnerung und welche Promotion-Aktionen zu Limonaden oder Cola sind dem Verbraucher in letzter Zeit aufgefallen?

Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

Gegenstand

Erkenntnisse zu Verwendung, Einstellung und Kauf bei Limonaden und Cola.
Potenziale, Kaufverhalten, Präferenzen und Wünsche

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Verbrauchern, die Limonaden und Cola kaufen und trinken

Ergebnisse

Auswertung für Deutschland gesamt sowie unter anderem nach:
Altersklassen | Geschlecht | Generationen | 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 18-24 / 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:

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Konsumenten

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „Limonaden und Cola-Getränken 2025“ können Sie bestellen: per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights 2025 ist:

4.200,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights inklusive der Vergleichsdaten 2023 ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Anfang April 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)
- Das Honorar für ein zusätzliches Käuferprofil beträgt 650,- Euro (netto zzgl. MwSt.) pro Marke
- Einfach bestellen mit beiliegendem Bestellformular
- Die AGB der mafowerk GmbH finden Sie unter: www.mafowerk.de/impressum

Unser Angebot ist gültig bis zum 21.02.2025

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

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

