

**Trend Evaluation** Consumer Insights Food

# SB-Brot und -Backwaren 2025

Tiefgekühlt • SB-Regal • Backstation • Pre- und ready baked

Kaufverhalten • Potenziale • Erwartungen und Wünsche



# ÄNDERT SICH DAS VERBRAUCHERVERHALTEN BEI BROT UND BACKWAREN DAUERHAFT?

mafowerk untersucht das aktuelle Einkaufsverhalten bei Brot und Backwaren

*Angeichts der Krisen hat sich das Kaufverhalten für Waren des täglichen Bedarfs stark verändert: vor dem Hintergrund einer gestiegenen Inflation und finanzieller Mehrausgaben im Haushaltsbudget achten die meisten Verbraucher weiterhin stärker auf den Preis der Produkte.*

*Das hat auch Auswirkungen auf das Kaufverhalten von Brot und Backwaren: die Backstationen im LEH und Discounter erfuhren in den letzten Jahren starken Zulauf an Konsumenten. Auch wenn zuletzt die Kunden wieder weniger Ware aus den SB-Back-stationen des Handels nahmen.*

*Wohin geht die Reise bei SB-Brot?*

- Welche Zukunft haben Backstationen im Handel?
- Wie verändern sich die Verbraucher-Präferenzen zwischen Backstationen, SB-Regal und TK-Bereich?
- Welche Brot- und Backwaren werden wo gekauft?
- Welche Bedeutung und welches Potenzial haben self baking/Brot-Backautomaten?
- Welche Rolle spielen Kooperationen des Handels mit regionalen Handwerksbäckern?

In einer Neuauflage 2025 der Trend Evaluation Consumer Insights SB-Brot- und -Backwaren untersucht mafowerk die Entwicklung im Vergleich zu den Vorjahren in diesem Markt auf seine Tragfähigkeit und die Möglichkeiten von weiteren Wachstumsfeldern - für eine weitere erfolgreiche Vermarktung.

Nürnberg/Fürth, im Januar 2025

# Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung von Brot und Backwaren

1

Ausgangssituation

POS-Vermarktung



Verbraucherbedürfnisse

Produktpolitik

# Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Konsum von Brot und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale auf

1

Kernfragen

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

## Consumer:

- Welche Auswirkungen gibt es durch die aktuelle Krise auf das Einkaufsverhalten bei Brot und Backwaren? Welche Veränderungen im Käuferverhalten gibt es?
- Werden die Ausgaben reduziert bzw. verlagert? In welchen Teil-Warengruppen werden die Ausgaben reduziert bzw. wo werden sie nicht reduziert?
- Wird verstärkt in Aktion gekauft?
- Zu welchen Anlässen wird wo gekauft?
- Welches sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren in den unterschiedlichen Zielgruppen und wie haben sich diese seit 2017 entwickelt?
- Wie hoch ist die Substitution innerhalb der Angebotsformen (anlassbezogen oder dauerhaft)?
- Wie kommen die Produkte in das „relevant set“ des potenziellen Käufers? Welche Informationsquellen werden genutzt und wie häufig? (print versus digital)
- Welche Relevanz haben Kundenbindungsprogramme bei Brot und Backwaren?
- Welche zusätzlichen Angebote von Herstellern werden gewünscht?
- Wie groß sind die Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen?

# Trend Evaluation macht die Produktwahrnehmung bei Brot und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und neue Marktchancen auf

1

## Kernfragen

### Produkt:

- Was wird gekauft? Wie häufig wird gekauft?
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse? Was ist der entscheidende Kaufgrund?
- Welche Zutaten und Inhaltsstoffe werden gewünscht und welche werden abgelehnt?
- Welche Verpackung stehen im Fokus?
- Wie stark ist das Potenzial von SB-Ware (fertig, teilfertig)?
- Welche Marken sind bekannt?
- Welche Marken werden gekauft/konsumiert?
- Welche neuen oder zusätzlichen Sortimente werden an Backstationen gewünscht, welche bisherigen werden akzeptiert oder abgelehnt?

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

**Trend Evaluation** macht die Shoppergewohnheiten beim Einkauf von Brot und Backwaren transparent und zeigt die Potenziale und die Chancen am POS auf

1

Kernfragen

### **POS-Vermarktung:**

- Wo wird gekauft?
- Erfolgt der Kauf spontan oder geplant? Was entscheidet über einen Spontan-Kauf?
- Was ist bei einem Plankauf vorab festgelegt?
- Wie einfach oder wie schwierig ist es für den Käufer, das richtige Produkt im Geschäft zu finden?
- Wonach bzw. wie sollten Brot- und Backwaren im Einkaufsregal am POS sortiert werden? (Suchfolge)
- Welche Preisbereitschaft existiert nach unterschiedlichen Vertriebskanälen?
- Wie werden zusätzliche Serviceeinrichtungen an Backstationen bewertet?
- Wie werden die verschiedenen Backstationen-Konzepte der einzelnen Handels-Accounts bewertet: aktuell und im Zeitvergleich zu den Vorjahren?

POS-Vermarktung



Verbraucher

Produkt

# Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

**Gegenstand**

Erkenntnisse zum Einkaufsverhalten bei Brot und Backwaren.  
Kaufverhalten, Potenziale, Präferenzen und Wünsche.

**Methode**

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Verbrauchern, die Brot und Backwaren im LEH kaufen

**Ergebnisse**

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

**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**

**Accounts LEH:**

**Aldi Nord/Aldi Süd, Lidl, Netto, Penny, Kaufland, Rewe, Edeka**



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

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „SB-Brot und -Backwaren 2025“ können Sie bestellen per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Consumer Insights ist:

4.200,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Consumer Insights 2025 inklusive der Vergleichsdaten 2017/2019/2021 und 2023 ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Anfang April 2025 vor und werden nach der Reihenfolge des Eingangs der Bestellung geliefert
- Lieferung der kompletten Ergebnisse 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 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](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

