



Trend Evaluation Consumer Insights

Airfryer Food: Verwendung von Produkten für die Heißluftfritteuse 2026

Verwendung • Potenziale • Präferenzen und Wünsche

AIRFRYER VON EINEM NISCHENPRODUKT ZUM STANDARD-KÜCHENHELFER

mafowerk untersucht das Konsumentenverhalten bei der Verwendung von Airfryer - Heißluftfritteusen

Airfryer werden nicht zuletzt wegen ihrer vermeintlich gesünderen Zubereitungsmöglichkeit immer beliebter: die Heißluftfritteuse ist in Deutschland inzwischen ein verbreitetes Haushaltsgerät, das sich von einem Nischenprodukt zum Standard-Küchenhelfer entwickelt hat.

Ein Beispiel: auch beim Backen werden Airfryer immer häufiger eingesetzt: 60 % der Backfans haben bereits eine Heißluftfritteuse im Haushalt und 39 % dieser Airfryer-Besitzer nutzen dieses Haushaltsgerät auch zum Backen. ¹⁾

Es gibt große Potenziale für weitere neue Produkte für die Verwendung in Heißluftfritteusen.

- Wer verwendet Airfryer, wer ist die Zielgruppe?
- Warum werden Airfryer-Produkte verwendet? Was sind die subjektiven Impulse bzw. die Stimuli?
- Welche Informationskanäle werden genutzt?
- Zu welchen Anlässen werden Heißluftfritteusen eingesetzt, welche Speisen werden zubereitet?
- Welche speziellen Airfryer-Produkte werden verwendet? Welche Marken werden verwendet?

mafowerk untersucht nun detailliert das aktuelle Verwendungsverhalten bei Heißluftfritteusen mit der Wirkung der drei wichtigsten Faktoren „POS - Produkt - Consumer“ und beleuchtet die Potenziale.

Aktualisieren Sie Ihr Wissen mit der mafowerk Trend Evaluation Consumer Insights „Airfryer Food: Verwendung von Produkten für die Heißluftfritteuse 2026“ - für sichere Entscheidungen und neue Ideen.

Nürnberg/Fürth, im April 2026

1) Quelle: mafowerk Trend Evaluation Back-Trends 2025

Trend Evaluation macht das Verwendungsverhalten bei Airfryern-Heißluftfritteusen transparent und zeigt die Potenziale auf

1

Kernfragen



1

- Wer verwendet, wer ist die Zielgruppe?
- Warum wird verwendet?

2

- Was sind die subjektiven Impulse bzw. die Stimuli?
- Welche speziellen Airfryer-Produkte werden verwendet?

3

- Welche Informationskanäle werden genutzt?
- Zu welchen Anlässen werden Heißluftfritteusen verwendet?

Trend Evaluation beleuchtet das Kauf- und Verwendungsverhalten bei Heißluftfritteusen und zeigt damit neue Chancen bei der Vermarktung auf

1

Kernfragen • Nutzer/Besitzer



- Wer verwendet - wer ist die Zielgruppe? Nach welchen Typologien kann man die Verwender einordnen?
- Was sind die wichtigsten Gründe (gesunde Ernährung, Energieeinsparung, nachhaltige Aspekte, etc.)?
- Wie kommen die Food-Produkte in das „relevant set“ des Käufers?
- Was sind die wichtigsten Informationskanäle?
- Zu welchen Anlässen werden Heißluftfritteusen eingesetzt?
- Welche Speisen werden in der Heißluftfritteuse zubereitet?
- Welche Hilfsmittel werden verwendet (Backpapier, Silikonformen, etc.)?
- Werden spezielle Airfryer-Produkte verwendet? Welche speziellen Airfryer-Produkte werden verwendet (Airfryer-Aufback-Pizza, Airfryer-Gewürzmischungen, Airfryer-Backpulver, -Paniermischungen, etc.)? Welche Marken werden verwendet?
- Welche offenen Wünsche der Verbraucher gibt es an die Hersteller/den Handel? Welche zusätzlichen Angebote werden gewünscht? (offene Fragestellung)

Trend Evaluation liefert repräsentative Ergebnisse für die deutschen Verbraucher

2

Studieninhalte und Studiendesign

Gegenstand

Erkenntnisse zum deutschen Verwendungsverhalten bei Heißluftfritteusen:
Verwendungsverhalten, Potenziale, Präferenzen und Wünsche

Methode

Bevölkerungsrepräsentative Online-Zielgruppen-Befragung von 1.000 deutschen Personen, die eine Heißluftfritteuse besitzen

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 18-29 / 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-HH/3-Personen-HH/4-Personen und mehr-HH

Kinder:

Haushalte mit Kindern / Haushalte ohne Kinder

Ernährungstyp:

Vegetarier/Veganer/Flexitarier/keines von diesen

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Konsumenten

3

Honorar



Die Ergebnisse der Consumer Insights „Airfryer Food: Verwendung von Produkten für die Heißluftfritteuse 2026“ können Sie bestellen:

- per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die Consumer Insights „Airfryer Food: Verwendung von Produkten für die Heißluftfritteuse 2026“ ist:

4.200,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen Ende Mai 2026 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 500,- 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

Unser Angebot ist gültig bis zum 08.05.2026

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

