Trend Evaluation Consumer Insights Food

Frische-/Bedientheke Käse 2026 • STUDIENINHALTE

Potenziale • Kaufverhalten • Substitution • Wünsche

mafowerk | Marktforschung | Beratung | im August 2026

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

BEDIENTHEKEN SIND EIN WICHTIGES DIFFERENZIERUNGSMERKMAL

mafowerk untersucht das Einkaufsverhalten bei der Käsebedientheke

Ein breites und tiefes Frischesortiment zählt für Supermärkte zu den wichtigsten Differenzierungsmerkmalen gegenüber Discountern.
Die Bedientheken machen die Qualität, die Vielfalt und die Kompetenz des Produkt-angebots sicht- und erlebbar und sind Frequenzbringer für den Handel.
Die Theke: ein wichtiger touchpoint für die persönliche Interaktion mit der Kundschaft.

Wie sind die Verbrauchergewohnheiten beim Kauf von Käse an der Bedientheke?

Was sind Kauf-Motivatoren und -Barrieren? Warum wird gekauft und warum nicht?

Was sind die Präferenzen und Erwartungen der Konsumenten?

Welche Veränderungen gibt es bei den Verbraucher-einstellungen?

Mit der Trend Evaluation Consumer Insights „Frische-/Bedientheke Käse 2026“ untersucht mafowerk die Entwicklungen der Bedientheke aus Shoppersicht - aktuell und im Vergleich zu den Vorjahren 2018/2020/2022 und 2024.

Für eine erfolgreiche weitere Vermarktung und Entwicklung in der Warengruppe Käse an der Käsetheke.

Nürnberg/Fürth, im August 2026

Trend Evaluation zeigt den Einfluss und die Wirkung der drei wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Vermarktung in der Frische-/Bedientheke

1 Kernfragen

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation macht die Verbrauchergewohnheiten beim Einkauf an der Bedientheke transparent und zeigt die Potenziale auf

1 Kernfragen

1
- Wie sind die Kaufhäufigkeiten? Wie haben sich diese entwickelt?
- Wer kauft an der Käsetheke im LEH?

2
- Was sind die subjektiven Kaufimpulse?
- Welche Produkte werden an der Bedientheke gekauft, welche im SB-Regal?

3
- Was sind die Kauf-Motivatoren und Kauf-Barrieren?
- Wie stark sind die soziodemografischen Unterschiede? Wie haben sich diese entwickelt?

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

STUDIENAUFBAU

mafowerk untersucht das Einkaufsverhalten an der Bedientheke für Käse

Trend Evaluation

Consumer Insights Food

Frische-/Bedientheke Käse 2026

Ziel der Studie ist die Untersuchung der Einstellungen und des Einkaufsverhaltens bei Käse an der Bedientheke

VORGEHENSWEISE

- Bevölkerungsrepräsentative Zielgruppenbefragung (online) in Deutschland mit insgesamt 1.046 Interviews von Verbrauchern, die Käse an der Bedientheke kaufen
- Die Befragungsteilnehmer wurden aus einem führenden Onlinepanel unter Berücksichtigung der Merkmale Alter, Geschlecht und Region vorrekrutiert
- Die Einladung der Teilnehmer erfolgte über personalisierte E-Mails mit Hyperlink zum Fragebogen

ERHEBUNGSZEITRAUM

17.07.2026 (Feldstart) bis 26.07.2026 (Feldende)

AUSGEWÄHLTE STUDIENERGEBNISSE

im Detail

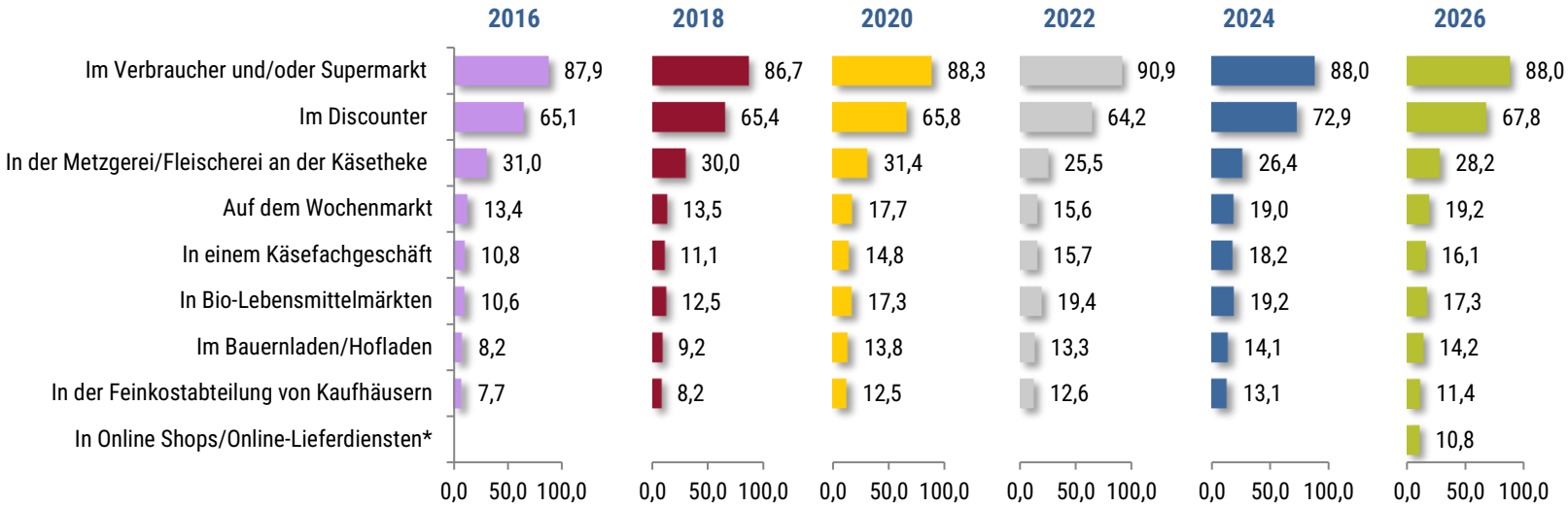
FRAGENPROGRAMM

Agenda

1. Wie häufig wird gekauft?
2. Wo wird gekauft?
3. Was ist beim Kauf von Käse wichtig?
4. Kaufgründe für den Kauf an der Bedientheke
5. Kompetenzstatus der Einkaufsstätten bei Theken
6. Beurteilung der „Cabrio-Theken“
7. Kaufgründe für den Kauf im Selbstbedienungs-Kühlregal
8. Wie informiert sich der Konsument?
9. Die Innovationskraft der Warengruppe Käse
10. Wünsche an Hersteller und Handel?
11. Kauf von pflanzlichen Käsealternativen
12. Markenbekanntheit und Potenzialsausschöpfung

LEH (ex. Discount) bleibt konstant, die Discounter verlieren. Wochenmärkte und Hofläden gewinnen beim Käsekauf

Wo kaufen Sie Käse ein? Top 2 Boxes „sehr oft/oft gesamt“. 2016 n=1.048, 2018 n=1.000, 2020 n=1.033, 2022 n=1.000, 2024 n=1.018, 2026 n=1.046



Angaben in %

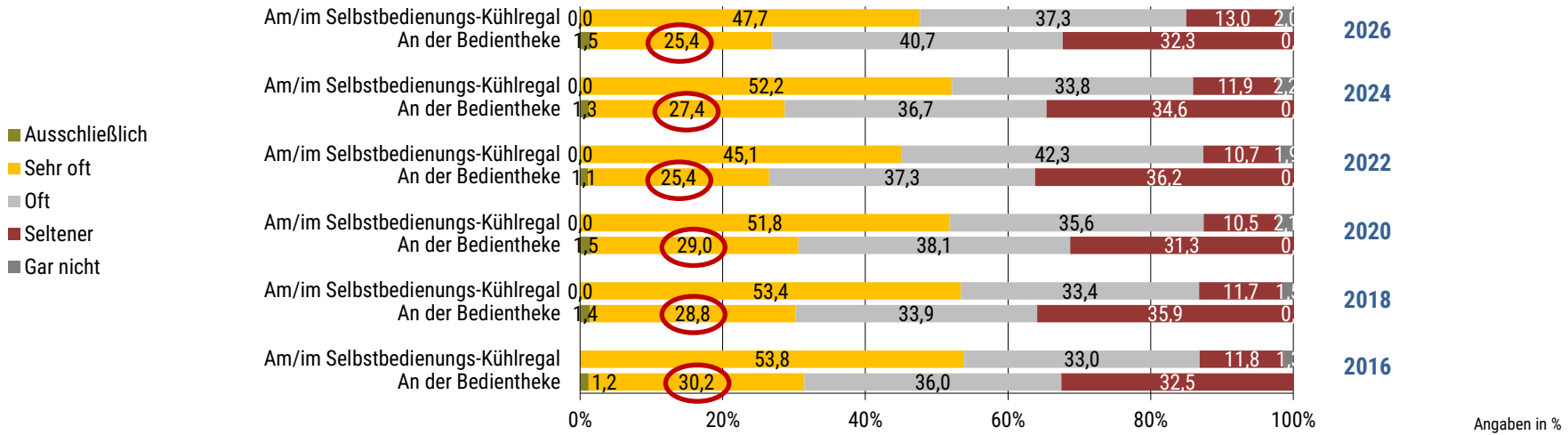
Der Wochenmarkt und die Bauernläden/Hofladen verzeichnen Wachstum im Vergleich zu den Vorjahren

Natürlich ist der traditionelle LEH mit deutlichem Abstand der größte Käsevermarkter, während die Discounter gegenüber 2024 verlieren

* Neu in Abfrage 2026

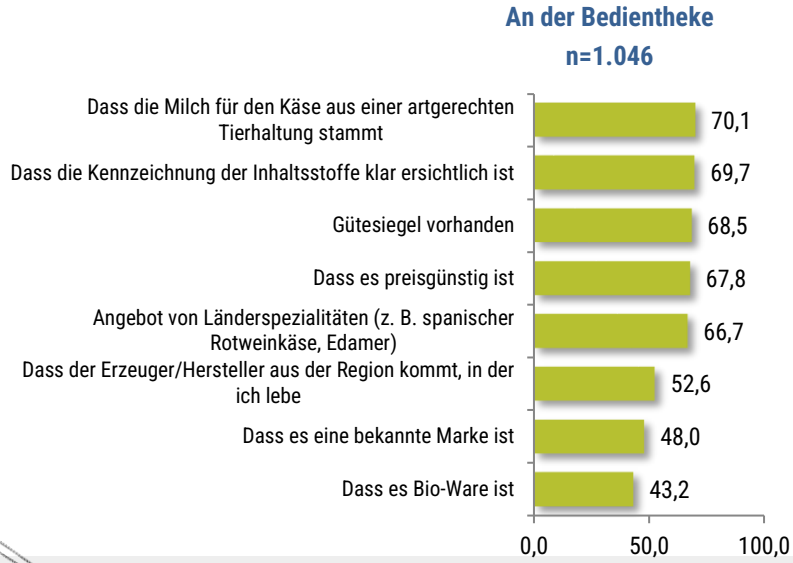
In 2026 sind die Kaufakte an der Bedientheke zurückgegangen auf das Niveau von 2022

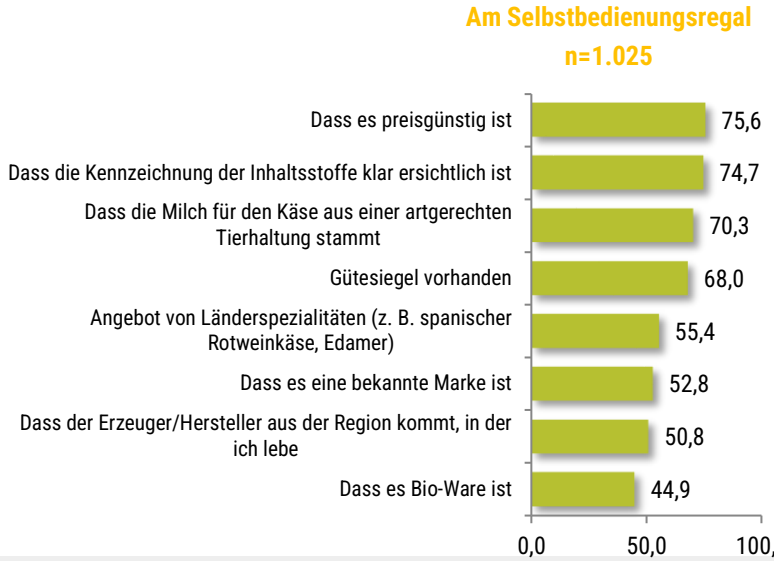
Bei dem Besuch eines Lebensmittelgeschäftes haben Sie normalerweise die Möglichkeit, Käse in zwei Bereichen zu kaufen: entweder lose an der Bedientheke oder fertig verpackt im Selbstbedienungs-Kühlregal. Wo kaufen Sie wie häufig Käse, wenn sie in das Lebensmittelgeschäft gehen?
2016 n=1.048, 2018 n=1.000, 2020 n=1.033, 2022 n=1.000, 2024 n=1.018, 2026 n=1.046



Am SB-Regal steht der Preis stärker im Fokus, an der Bedientheke wird mehr nach Nachhaltigkeit gesucht

Wie wichtig sind Ihnen folgende Attribute bei dem Einkauf von Käse im Geschäft? Top 2 Boxes „sehr wichtig/wichtig – gesamt“



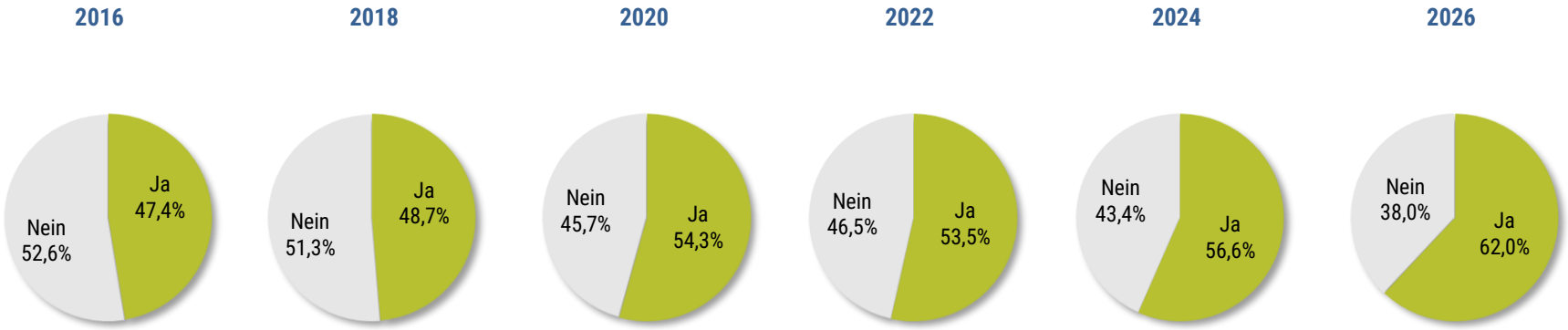


Angaben in %

Die klare Kennzeichnung der Inhaltsstoffe und die verwendete Milch bleiben die wichtigsten Forderungen beim Käsekauf, sowohl beim SB-Regal als auch an der Bedientheke

Die Markenerinnerung an der Bedientheke steigt deutlich im Zeitverlauf

Können Sie Marken nennen, die Ihnen beim Käsekauf an der Bedientheke in der Theke aufgefallen sind?
2016 n=1.048, 2018 n=1.000, 2020 n=1.033, 2022 n=1.000, 2024 n=1.018, 2026 n=1.046

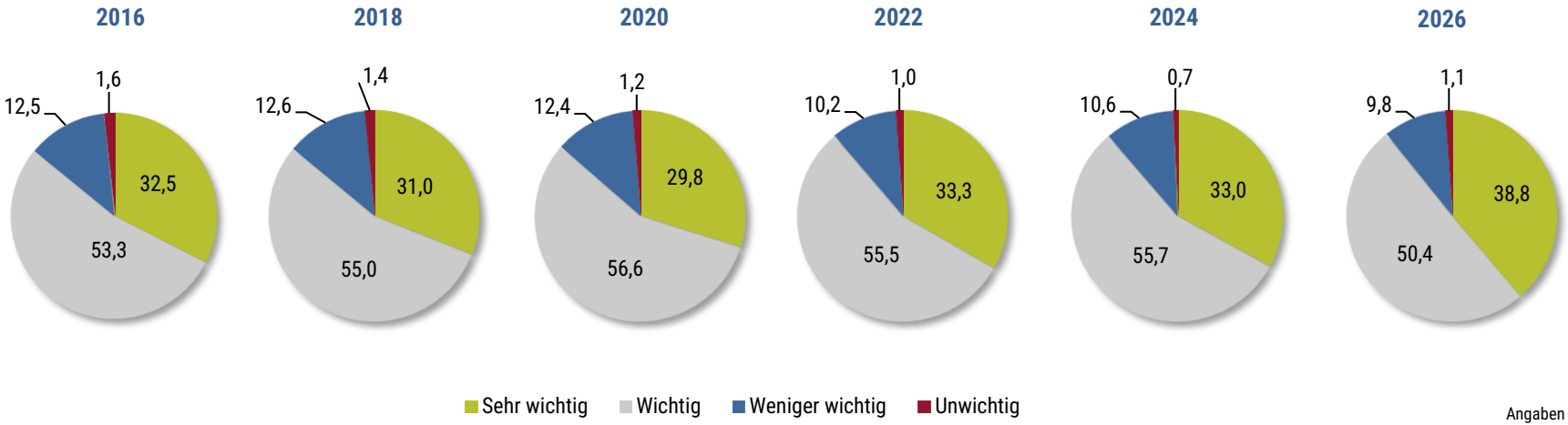


Angaben in %

Die Marketingmaßnahmen mancher Hersteller oder Organisationen bleiben im Gedächtnis

Die Kompetenz des Verkaufspersonals spielt an der Bedientheke eine wichtige Rolle

Wie wichtig ist Ihnen die Kompetenz des Verkaufspersonals an der Bedientheke für Käse?
2016 n=1.048, 2018 n=1.000, 2020 n=1.033, 2022 n=1.000, 2024 n=1.018, 2026 n=1.046

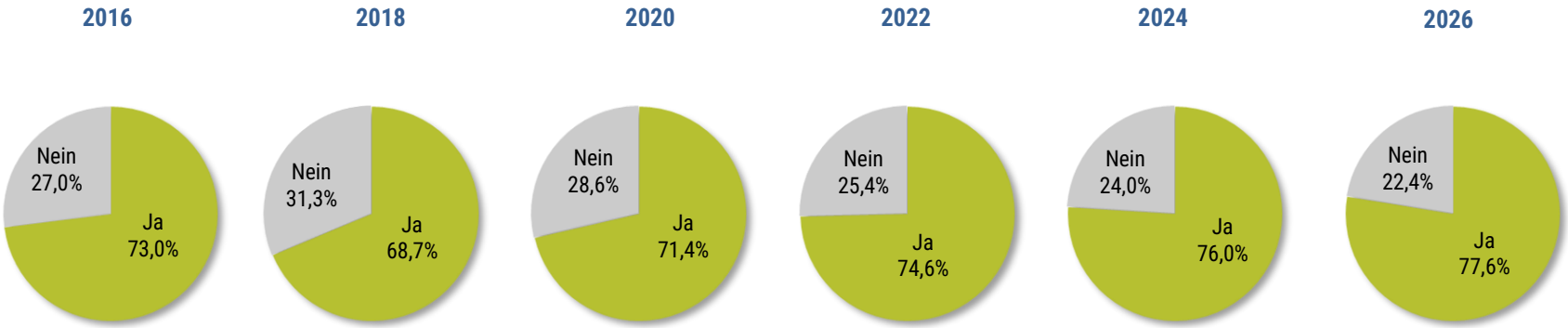


Angaben in %

Kontinuierlich seit 2016 halten mehr als ca. 85 % der befragten Bedientheken-Käufer ein kompetentes Personal für wichtig oder sogar für sehr wichtig

3 von 4 Käsekäufern haben schon Käse in der Cabriotheke gekauft

In vielen Märkten ist mittlerweile die klassische Bedientheke in Kombination mit einer offenen Theke zu finden (zusätzlich zu den Selbstbedienungs-Kühlregalen), die sogenannten „Cabriotheke“: die hier zu findende vorverpackte Ware ist bereits abgewogen und ausgezeichnet. Haben Sie schon einmal vorverpackten Käse im offenen Bereich unmittelbar neben der Bedientheke gekauft? 2016 n=1.048, 2018 n=1.000, 2020 n=1.033, 2022 n=1.000, 2024 n=1.018, 2026 n=1.046



Angaben in %

Das kann man eine konstante Zeitreihe ohne Ausschläge nennen: seit Jahren haben ca. 75 % der Verbraucher bereits Käse in der Cabriotheke unmittelbar neben der Bedientheke gekauft

Trend Evaluation erhebt alle wichtigen Soziodemografien

2 Studieninhalte und Studiendesign

Ausweis von folgenden Soziodemografien:

Geschlecht:	**männlich, weiblich**
Alter:	**Jahre 16-24 / 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**

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Trend Evaluation liefert Insights und verbessert die Interaktion mit den Kunden

3 Honorar

Die Ergebnisse der Consumer Insights „Frische-/Bedientheke Käse 2026“ können Sie bestellen:
per Fax, per Telefon oder per E-Mail

Das Honorar für die aktuellen Consumer Insights 2026 ist:

4.100,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

Das Honorar für die Consumer Insights 2026 inklusive der Vergleichsdaten 2018, 2020, 2022, 2024 ist:

4.900,- Euro (netto zzgl. MwSt.)

- Die kompletten Ergebnisse der Consumer Insights liegen vor
- 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 600,- 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

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme.
Sie können uns jederzeit erreichen - per email oder telefonisch

mafowerk
Frisches Denken. Effektive Marktforschung.

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

Fotos: mafowerk, shutterstock, Adobe