

# Der Markt für Wasser-Plus Getränke in Bayern

- Auszüge aus einer repräsentativen Studie -

September 2009



mifm München -  
Institut für Marktforschung GmbH

Herzog-Heinrich-Str. 25  
80336 München  
Tel.: +49 89 46 13 90-0  
Fax: +49 89 46 13 90-29  
info@mifm.de  
www.mifm.de

Geschäftsführer: Helmut Aumüller

## Unsere Fragen

Die Fragen der Studie im Überblick:

1. Welche der folgenden Wasser-Plus-Getränke sind Ihnen dem Namen nach bekannt?
2. Und welche der folgenden Wasser-Plus-Getränke haben Sie schon einmal probiert?
3. Worauf kommt es Ihnen beim Einkauf von Erfrischungsgetränken für den täglichen Bedarf vor allem an?
4. Welche Erfrischungsgetränke bevorzugen Sie normalerweise für folgende Zwecke?
5. Wo kaufen Sie normalerweise Getränke für den täglichen Bedarf ein?

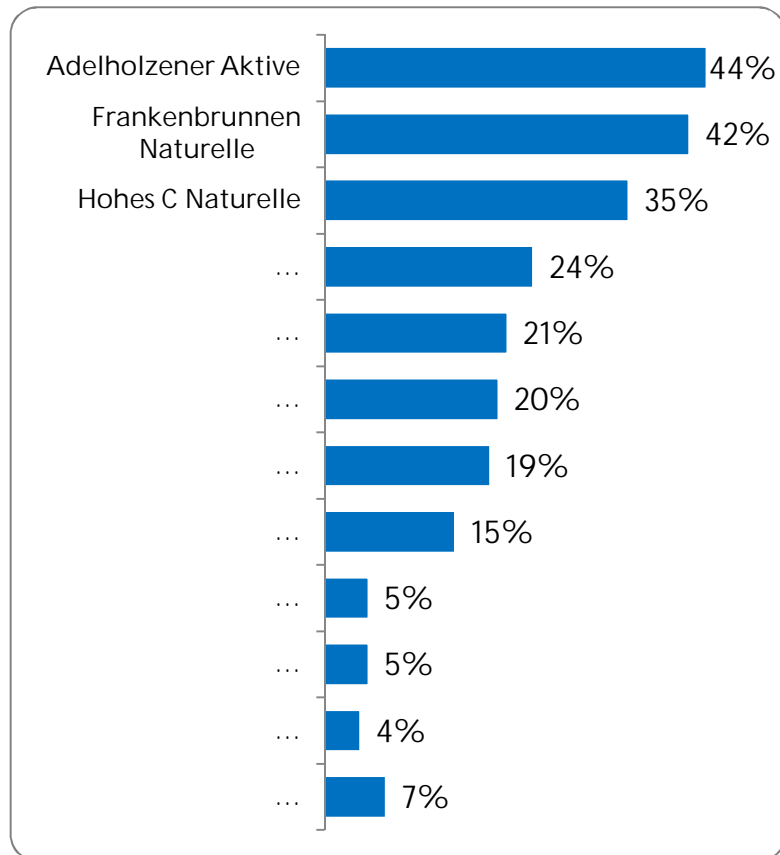
Untersuchte Wettbewerber:		
Adelholzener Active	Aquintéll Wellness (Sinalco)	Bonaqa Fruits
Frankenbrunnen Naturelle	Gerolsteiner Moment	Hohes C Naturelle
Krumbach naturell	Linée (Gerolsteiner)	Ü (Überkingen)
Vittel Fruchtgeschmack	Vöslauer Balance	Andere

Umfangreiche Sozio-demographie	Alter, Geschlecht	Regionen	Ortsgrößen
	Familienstand, Kinder		Umlandbetrachtungen (Teilräume, Regierungsbezirke)
	Bildung, Ausbildung, Beruf		
	Wohnsituation	Medien-nutzung	Radiofrequenzen
	Haushalts-Nettoeinkommen		Tageszeitungen
	Preis-/Qualitätspräferenz		Internetnutzung

## Methodensteckbrief

Erhebungsmethode	Schriftlich-postalische Mehrthemenumfrage mit zwei Nachfassaktionen
Methodik	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bevölkerungsrepräsentativ</li><li>• Grundgesamtheit: erwachsene (18 Jahre und älter) deutsche Bevölkerung in Bayern in Privathaushalten</li><li>• Gewichtung in zwei Stufen mit einem Verfahren der „Gewichtung mit minimalem Informationsverlust“</li></ul>
Anzahl Interviews	<i>1023 Interviewsgesamt</i>
Feldzeit	10.06. – 03.07.2009
Auftraggeber	Eigenstudie mifm München – Institut für Marktforschung GmbH

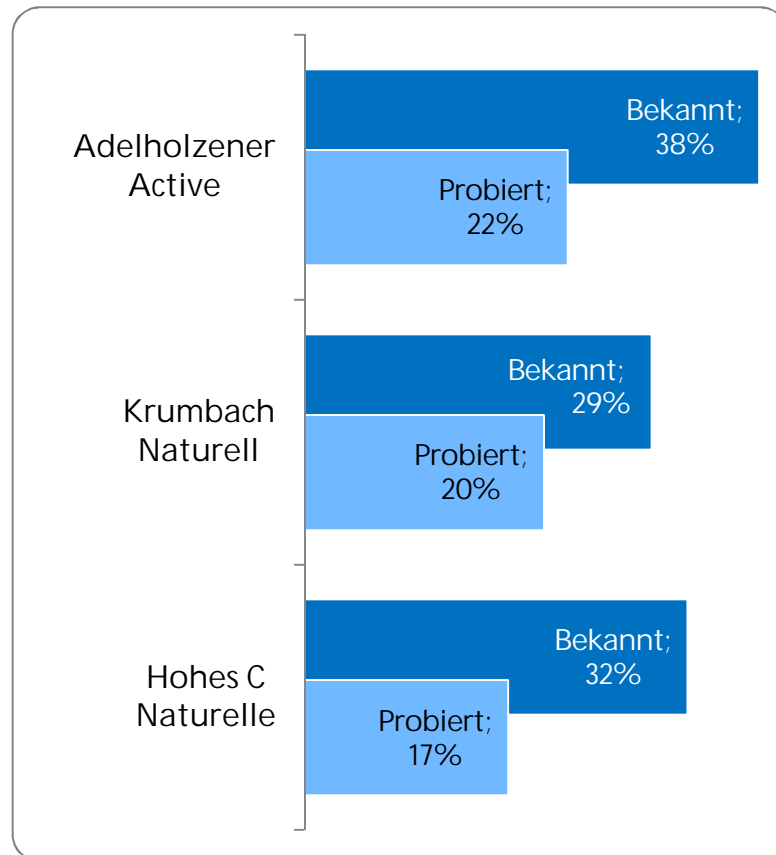
## Frage 1: Bekanntheit TOP 3 - Wasser-Plus-Getränke in Bayern



- Bayernweit führen Adelholzener Active und Frankenbrunnen Naturelle die Liste der drei bekanntesten Wasser-Plus-Getränke vor Hohes C Naturelle an.
- Bei der Bekanntheit der Wasser-Plus-Getränke zeigen sich deutliche Unterschiede in den Teilgruppen, z.B. nach Altersgruppen, Regierungsbezirken oder nach bevorzugten Einkaufsstätten für Getränke.

Frage: Welche der folgenden Wasser-Plus-Getränke sind Ihnen dem Namen nach bekannt? (Mehrfachnennungen möglich)  
Basis: Alle Befragten n=1.023

## Frage 2: Kenner und Nutzer Wasser-Plus-Getränke in Bayern – Bsp Schwaben (TOP 3)



- Ein Blick in die Teilregionen zeigt, dass hier regionale Anbieter in ernsthafte Konkurrenz zu den großen Anbietern treten können.
- Exemplarisch in Schwaben: Krumbach Naturell gehört in Schwaben zu den drei bekanntesten Wasser-Plus-Marken und wurde dort nach Adelholzener Active am häufigsten schon einmal probiert.

Frage: Welche der folgenden Wasser-Plus-Getränke sind Ihnen dem Namen nach bekannt? (Mehrfachnennungen möglich)  
Und welche der folgenden Wasser-Plus-Getränke haben Sie schon einmal probiert? (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Filter Schwaben n=145

## Frage 3: Ansprüche beim Einkauf von Getränken unter Nutzern Wasser-Plus-Getränke

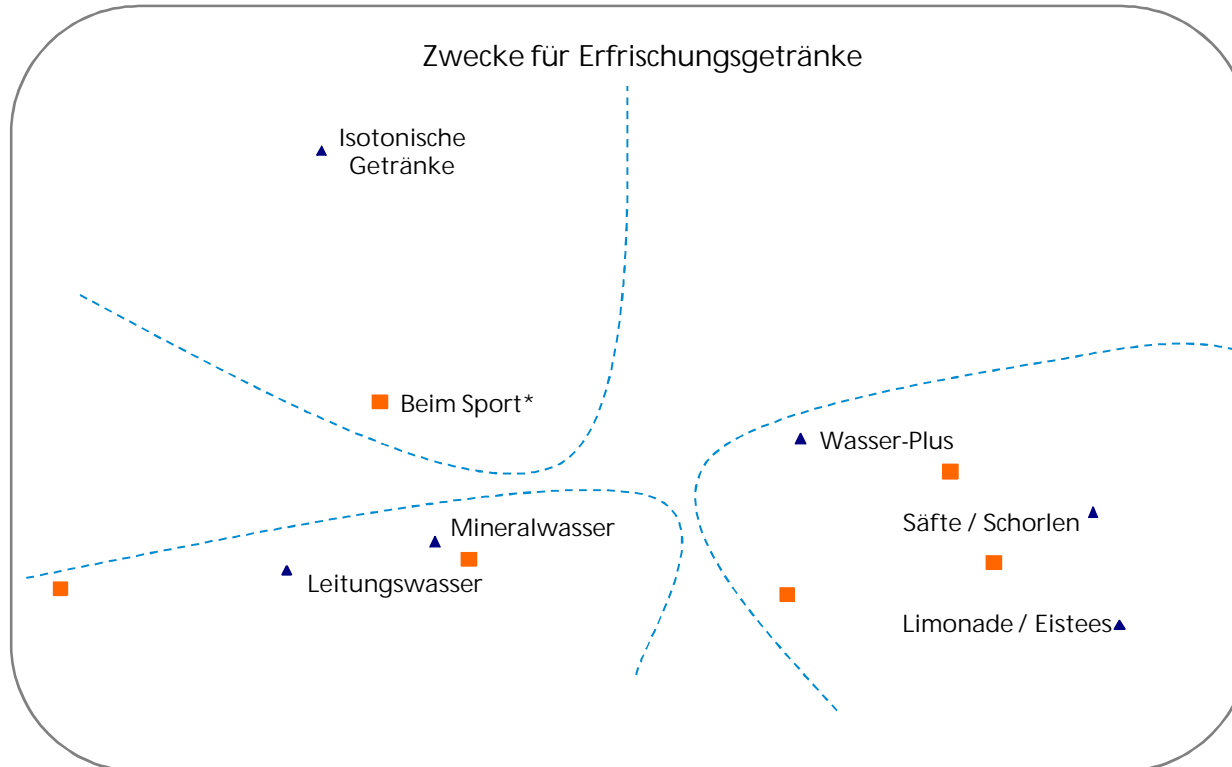


Weitere abgefragte Statements: „Biologische Herstellung“, „Mineral- und Vitaminzusätze“, „Pfandfreie Getränkeverpackung“, „Regionale Abfüllung“, „Zutaten aus der Region“

- Etwas mehr als der Hälfte der Käufer von Wasser-Plus-Getränken kommt es beim Einkauf von Erfrischungsgetränken auf die Geschmacksrichtung sowie auf eine möglichst zuckerfreie, kalorienarme Auswahl an.
- Übrigens: Die Ansprüche unterscheiden sich teilweise deutlich je nach Teilgruppe, z.B. nach Regierungsbezirken oder Kunden der verschiedenen Wasser-Plus-Getränke.

Frage: Worauf kommt es Ihnen beim Einkauf von Erfrischungsgetränken für den täglichen Bedarf vor allem an? (Mehrfachnennungen möglich)  
 Basis: Käufer von Wasser-Plus-Getränken n=569 | Nennungen > n=50

## Frage 4: Nutzung von Erfrischungsgetränken nach Zwecken

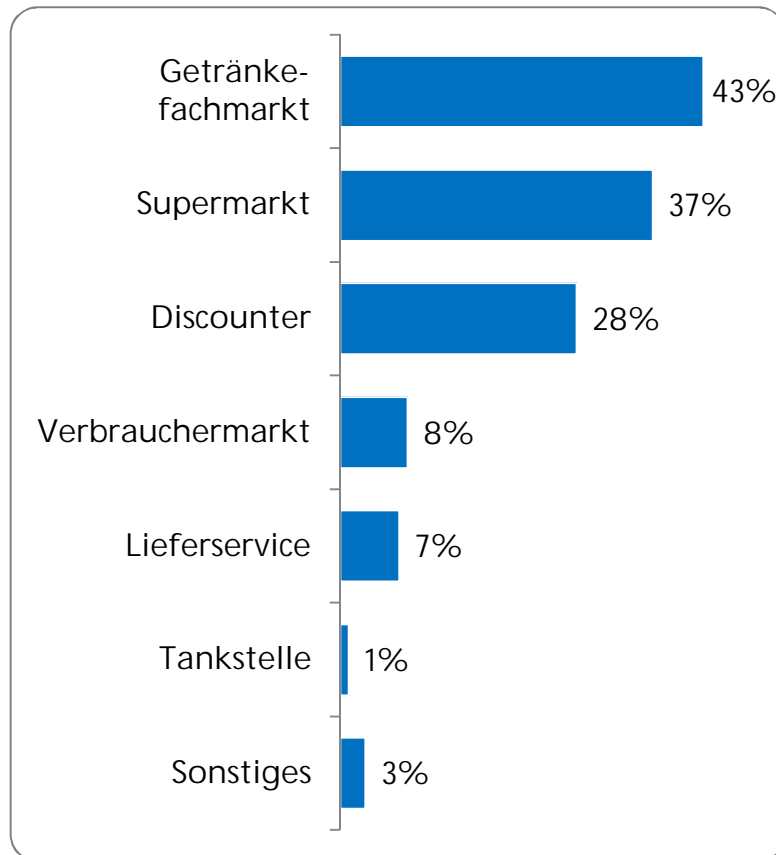


- Die Analyse zur Frage, welche Erfrischungsgetränke man normalerweise für welche Zwecke verwendet zeigt, drei große Bereiche.
- „Isotonische Getränke“ unterscheiden sich dabei stark von den anderen Getränken und werden hauptsächlich „beim Sport“ genutzt.

\* Weitere Legendepunkte stehen für die Zwecke:  
 „In der Freizeit“, „Zum Essen“, „Als Durstlöscher“, „Für Diät/zum Abnehmen“,  
 „Für Wohlbefinden, Wellness, Erholung“

Frage: Welche Erfrischungsgetränke verwenden Sie normalerweise für folgende Zwecke?  
 Basis: Korrespondenzanalyse

## Frage 5: Bevorzugte Einkaufsstätten für Getränke des täglichen Bedarfs



- Getränke für den täglichen Bedarf werden in Bayern hauptsächlich im Getränkemarkt, Supermarkt und Discounter eingekauft.
- Nutzer von Wasser-Plus-Getränken kaufen diese zu 48% im Getränkemarkt, zu 40% im Supermarkt und zu 30% beim Discounter.

Frage: Wo kaufen Sie normalerweise Getränke für den täglichen Bedarf ein? (Mehrfachnennungen möglich)  
Basis: Alle Befragten n=1.023 | Nennungen > n=50

## Bestellfax: an das mifm München, Fax-Nr.: 089 46 13 90 29

### Haben Sie Interesse an unserer Studie?

### Studie: Der Markt für Wasser-Plus-Getränke in Bayern

Bestellung (bitte ankreuzen)	Ergebnis-Bericht (pdf)	Kaufpreis
<input type="checkbox"/>	Total-Ergebnisse (ohne Teilgruppen)	500,-
<input type="checkbox"/>	Für Ihr Unternehmen (inklusive Ergebnisse von Teilgruppen, wie Geschlecht, Altersgruppen – siehe siehe S.2)	950,-
<input type="checkbox"/>	Komplette Studie, inklusive aller Wettbewerber (inklusive Ergebnisse von Teilgruppen, wie Geschlecht, Altersgruppen siehe siehe S.2)	2650,-
<input type="checkbox"/>	Zusätzlich: Ausführlicher Tabellenband (pdf)	250,-

#### Bestelladresse und Kontaktdaten:

Unternehmen \_\_\_\_\_ Telefonnummer \_\_\_\_\_

Ansprechpartner \_\_\_\_\_ Fax-Nummer \_\_\_\_\_

Straße / Hausnr. \_\_\_\_\_ E-Mail-Adresse \_\_\_\_\_

PLZ / Ort \_\_\_\_\_

*Zahlungsbedingungen: 100% bei Übersendung der Ergebnisse*

*Alle genannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer in Höhe von 19%.*

*Die Exklusivrechte liegen beim mifm München – Institut für Marktforschung GmbH.*

*Es gelten die Geschäftsbedingungen des mifm München – Institut für Marktforschung GmbH: <http://www.mifm.de/downloads/agb-mifm.pdf>.*

## mifm München – Wer wir sind

Wir sind ein Full-Service Institut für alle Fragen der Marktforschung. Unsere Stärke: Wir lassen Sie mit den Ergebnissen nicht allein und stehen als kompetenter Partner mit über 30 Jahren Erfahrung beratend an Ihrer Seite.

Zweimal im Jahr (Frühjahr und Herbst) führen wir unsere bevölkerungsrepräsentative Umfrage in Bayern durch.

**Orientieren** - Status Quo: Wie ist Ihr Unternehmen, Ihre Organisation, Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung aufgestellt? **Analysieren** - Wie lässt sich der Status Quo ganzheitlich verstehen und ursächlich erklären? **Optimieren** - Welche Optimierungspotentiale und Handlungsoptionen existieren?

Das mifm München besteht aus einem interdisziplinären Forschungsteam mit wissenschaftlicher Unterstützung von Frau Prof. Gabriele Naderer (HS Pforzheim).

Das mifm München ist Mitglied der führenden Branchenverbände ADM (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.) und BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.).

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mifm.de](http://www.mifm.de)