

GfK-Shopperanalyse exklusiv für REGAL

Trend brands 2021

→ Welche Marke begeistert die meisten Käuferhaushalte mit ihrem Trend-Sortiment?

REDAKTION: ANGELIKA WESSELY

Das Nachhaltigkeits-Thema mit all seinen Aspekten, wie Bio, soziale Verantwortung, Tierwohl, Umwelt, Verpackung, uvm. wird immer wichtiger und beeinflusst das Kaufverhalten der KonsumentInnen enorm. Zum Start ins Jahr 2022 hat REGAL daher bei GfK eine Auswertung in Auftrag gegeben, die definierte Trends in den einzelnen Sortimenten analysiert.

Trendmerkmale basieren auf der Klassifizierung der Produkte/SKUs seitens GfK CP Team. Die Merkmalsklassifikation basiert einerseits auf den Produktinformationen (Angaben auf der Produktverpackung) und andererseits auf öffentlich zugänglichen Informationen über das jeweilige Produkt. Für manche spezifische Merkmalsklassifikation bedient sich GfK der Kooperation mit unabhängigen Partnern. Grundsätzlich zeigt sich, dass die Qualitätsorientierung in Österreich trotz Corona-Krise weiter steigt. Die Bereitschaft für Qualität mehr zu bezahlen, stagniert allerdings.

Welche Marken gehören zu den „REGAL Trend brands 2021“? Lesen Sie die Ergebnisse auf den folgenden Seiten.



→ Studienbeschreibung:

Ziel

Ziel dieser Analyse ist es, herauszufinden in welchen Sortimenten sich bereits signifikante Trends abzeichnen. Die Analyse zeigt jenen Marken, die in diesen unterschiedlichen Trends die meisten Käuferhaushalte aufweisen. Ergänzend zeigen die Grafiken auf den folgenden Seiten die Top 3 Marken (Käuferreichweite in %) in der dargestellten Warengruppen.

KPIs

Käuferreichweite in %: Die Reichweite zeigt den Anteil aller österreichischen Haushalte, die die Marke mindestens einmal im definierten Zeitraum gekauft haben. Sie ist ein entscheidendes Kriterium zur Messung der Markenstärke.

Käufer absolut: Anzahl der Haushalte, die die Marke mindestens einmal im definierten Zeitraum gekauft haben.

Warengruppen

Die Definition der Warengruppen orientiert sich soweit wie möglich an der Warengruppenstruktur von ECR Österreich.

Quelle & Basis

Basis: AT GfK Consumer Panel Total Universum Gesamtmarkt, d.h. klassische Vertriebstypen (wie z.B. Supermärkte, Drogerien) und Großhandel, Fachhandel, Tankstellen usw.
Basis Herstellermarken die im LEH-DFH erhältlich sind, unter Berücksichtigung für Analyse notwendiger kritischer Fallzahlgrenze (1,1% Käuferreichweite)
Betrachtet wurde der Zeitraum MAT Oktober 2021

*) MAT = Moving Annual Total, gleitende Darstellung über die letzten zwölf Monate

Bier Alkoholfrei

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Gösser 170.938

Stiegl 96.483

Edelweiss 88.774

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Gösser 40,2 % | Stiegl 28,6 % | Zipfer 23,1 %

Wasser Mehrwegflasche

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Vöslauer 234.339

Römerquelle 94.912

Waldquelle 90.543

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Vöslauer 31,6 % | Römerquelle 19,5 % |
Waldquelle 19,4 %

Pasta trocken Vollkorn

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Recheis 431.896

Barilla 194.862

Wolf 60.976

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Recheis 48,7 % | Barilla 44,0 % | Wolf 27,2 %

Mehr zum Thema auf
www.regal.at



→ **Alle Studien & Marktumfragen**

Als Download übersichtlich angeordnet

→ **Innovationen**

mit umfassender Such- und Anmeldefunktion

Joghurt Glas

MAT Okt. 2021

→ Weiß und Fruchtojoghurt

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Schärdinger 778.218

Landliebe 596.490

Sommer* 95.704

*nicht flächendeckend im LEH-DFH erhältlich

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Schärdinger 34,1% | Fru-Fru 21,6% | NÖM 18,6%

Bunte Palette Alternative Drinks/ Desserts

MAT Okt. 2021

→ Molkerei- bzw. alternativenbasierte Produkte in Kategorien Joghurt, Drinks und Desserts

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Alpro 579.090

Joya 212.776

Latella 149.835

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Schärdinger 43,4% | Landliebe 36,5% | Müller 34,9%

**UNSER MEHRWEG
IST IN ALLER MUNDE!**



Platz 1
TREND BRAND
STUDIE/GfK

Berghof von Schärdinger ist die am liebsten gekaufte „Joghurt im Glas“-Marke in Österreich*

*Quelle: AT GfK Consumer Panel Total, Zeitraum MAT Okt 2021, Käuferreichweite 34,1%

Schärdinger. So schmeckt mir das Leben!

Käse

Bio

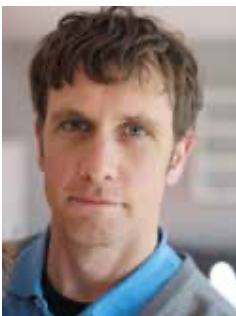
MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Schlierbacher Klosterk. 380.950
Bio vom Berg 77.410
Alnatura* 55.398

*nicht flächendeckend im LEH-DFH erhältlich

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

**Schärdinger 75,8 % | Philadelphia 49,1 % |
Woerle 34,7 %**

Björn Rasmus

 GESCHÄFTSFÜHRER
BIOALPIN eGen

Natürlich freuen wir uns als Bio-Marke „BIO vom BERG“ über die für uns sehr positive Aussage der GfK Studie „REGAL Trend brands 2021“. Wir stehen für die Tiroler Bio-Bauern und die kleinstrukturierte Berglandwirtschaft. Ich traue mich zu sagen, dass wir inzwischen ein sehr professionelles Angebot im Bereich der Molkereiprodukte und darüber hinaus anbieten können. Immer mehr Menschen suchen nach fairen Angeboten aus kleinen, überschaubaren Strukturen.“

Fleischersatz

MAT Okt. 2021

→ nicht vorgegarte Fleischersatzprodukte

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Hermann Fleischlos 196.656
Garden Gourmet 112.986
Landhof 86.027

**Gen. Dir. DI Josef
Braunhofer**

 GESCHÄFTSFÜHRER
BERGLANDMILCH eGEN

Es freut uns, dass unser Berghof Bergbauern Joghurt von Schärdinger als beliebteste Variante von den KonsumentInnen genannt wurde. Dieses Kundenfeedback ist uns sehr wichtig und bestärkt uns darin, unser Engagement zu bestem Geschmack und nachhaltigen Verpackungslösungen konsequent weiterzuerfolgen. Wir freuen uns, auch im Jahr 2022 unseren KonsumentInnen wieder einige Produktinnovationen präsentieren zu können.“

Fruchtgummi Vegan bzw. vegetarisch

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Katjes 481.254

Haribo 380.182

Nimm2 310.132

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Haribo 52,8 % | Nimm2 26,4 % | Trolli 16,6 %

Kekse & Waffeln Vollkorn bzw. Dinkel

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Manner 383.526

Leibnitz 268.951

Kastner 84.597

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Manner 56,6 % | Leibnitz 36,9 % | Bahlsen 31,6 %

Dosenfisch & -Meeresfrüchte Natur

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Vier Diamanten 391.637

Rio Mare 191.920

Mayflower 65.997

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Vier Diamanten 26,9 % | Rio Mare 21,4 % | Elfin 18,8 %

Müsliriegel Proteinangereichert

MAT Okt. 2021

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Power System 147.606

Neoh 102.369

Isostar 82.924

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Corny 11,9 % | Hipp 3,8 % | Power System 3,8 %

Duschgel Naturnahe bzw. Naturkosmetik

MAT Okt. 2021

→ Duschgele, -cremen, -Öle, -Seifen, -Peelings

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Kneipp 167.395

Weleda 107.559

Lavera 84.409

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

FA 24,1 % | Nivea 22,7 % | Axe 15,7 %

Gesichtspflege Naturnahe bzw. Naturkosmetik

MAT Okt. 2021

→ Gesichtspflege und -reinigung

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Lavera 134.267

Garnier 61.453

Weleda 49.852

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Nivea 18,3 % | Garnier 9,5 % | Bebe 5,8 %

Geschirrspülmittel Öko

MAT Okt. 2021

→ Hand- und Maschinengeschirrspülmittel gesamt

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Frosch 593.198

Claro 337.756

Ecover 41.025

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Somat 87,9 % | Finish 34,0 % | Pril 32,4 %

Vollwaschmittel Convenience (Pouches + Tablets)

MAT Okt. 2021

→ Universal bzw. Vollwaschmittel, d.h. universell einsetzbar

TREND BRANDS vs. Vorperiode in Haushalten

Ariel 381.921

Persil 330.409

Lenor 163.201

TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Persil 27,5 % | Ariel 25,3 % | Weisser Riese 10,6 %