

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Convenience in Supermärkten

Fertige Snacks im Supermarkt: Rewe schneidet am besten ab

Eine aktuelle YouGov-Analyse zeigt, dass für alle Supermärkte und Discounter noch Potential besteht, ihr Snack-Angebot zu verbessern.

Köln, 04.09.2018. Auf der Suche nach fertigen Snacks werden Verbraucher mittlerweile in nahezu allen Supermärkten und Discountern fündig. Die Deutschen sind ein Volk der Snacker, mehr als jeder Zweite (58 Prozent) kauft zumindest gelegentlich fertige Snacks im Supermarkt. Doch nicht immer sind die Verbraucher dann auch vollends zufrieden mit dem Angebot. Dies ist das Ergebnis der Analyse „[Convenience in Supermärkten](#)“ für die das internationale Marktforschungs- und Beratungsinstitut YouGov mehr als 2.033 Personen ab 18 Jahren vom 22.06.2018 bis 25.06.2018 mittels standardisierter Online-Interviews bevölkerungsrepräsentativ befragte. Für die Bewertung des Snack-Angebots der betrachteten Supermärkte und Discounter wurden anschließend die Angaben der Kenner des jeweiligen Angebots zugrunde gelegt.

Am besten schneidet in der Zielgruppe, jener, die die Snack-Angebote kennen, der Lebensmitteleinzelhändler Rewe ab. Ein Drittel (32 Prozent) bewertet das Angebot als „sehr gut“ oder „ausgezeichnet“. Knapp dahinter auf Platz 2 und 3 folgen Edeka und Kaufland mit jeweils 26 Prozent. Die Snacks der großen Discounter Lidl (21 Prozent) und Aldi (20 Prozent) kommen jeweils bei jedem fünften Kenner des Angebots sehr gut oder ausgezeichnet an.

Am besten kommt bei den Verbrauchern insgesamt das Snack-Angebot von Rewe an - gefolgt von Edeka und Kaufland

Wie beurteilen Sie das Angebot der folgenden Supermärkte/Discounter an fertigen Snacks insgesamt?

Darstellung: Anteil der Befragten, die das Angebot des jeweiligen Anbieters als sehr gut / ausgezeichnet bewerten



Basis: Kenner des Snack-Angebots des jeweiligen Anbieters (n=577 - 1.466)

Discounter punkten beim Preis-Leistungs-Verhältnis

Für alle Supermärkte besteht somit noch großes Potential, ihr Snack-Angebot zu verbessern, kann doch selbst Spitzenreiter Rewe nur jeden Dritten vollends überzeugen. Ein Blick auf unterschiedliche Aspekte, die bei der Bewertung von Snacks hineinfließen, zeigt die Stärken aber auch Optimierungsmöglichkeiten der jeweiligen Anbieter auf. Bei der Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses können besonders die Discounter punkten. Jeweils die Hälfte der befragten Angebotskenner sehen hier Aldi (52 Prozent) und Lidl (50 Prozent) vorn. An dritter Stelle findet sich die Rewe-Tochter Penny (42 Prozent).

Kopf-an-Kopf-Rennen von Rewe und Edeka bei Geschmack, Frische, Vielfalt und Präsentation

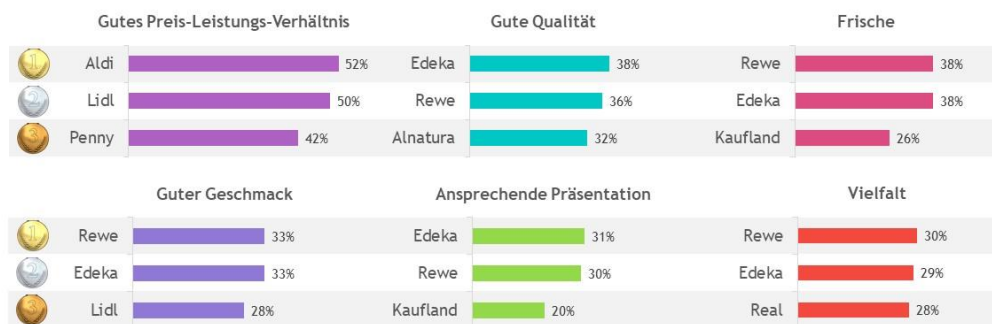
Bei den weiteren betrachteten Aspekten liegen Rewe und Edeka Kopf an Kopf. Während das Snack-Angebot von Edeka bei den Kennern eher für gute Qualität (38 Prozent) und ansprechende Präsentation (31 Prozent) bekannt ist, wird das Angebot von Rewe etwas vielfältiger wahrgenommen (30 Prozent). Gleichauf liegen die beiden Supermärkte in Sachen Frische (jeweils 38 Prozent) und Geschmack (jeweils 33 Prozent).

Discounter punkten beim Preis-Leistungs-Verhältnis, Frische und Qualität werden am ehesten Edeka und Rewe zugeschrieben.

Bitte wählen Sie je nach Supermarkt alle Aspekte aus, die Ihrer Meinung nach zu dem dortigen Angebot an fertigen Snacks passen.

Dargestellt sind jeweils die Top 3 je Kategorie

Insgesamt zeigt sich für alle Anbieter deutliches Optimierungspotential!



Basis: Kenner des Snack-Angebots des jeweiligen Anbieters (n=577 - 1.466)

Für alle Anbieter von fertigen Snacks noch Luft nach oben

Insgesamt zeigt die [YouGov-Analyse](#), dass alle Anbieter noch Möglichkeiten haben, ihr Angebot für den Verbraucher attraktiver zu gestalten. „Es gibt keinen Supermarkt oder Discounter, der die Verbraucher mit seinem Snack-Angebot wirklich überzeugen kann“, sagt Daniela Loeck, Consultant Custom Research. „Daher sollten sich alle Anbieter Gedanken machen, wie sie ihr Angebot optimieren können um weitere Marktanteile bei der Zielgruppe der Supermarkt-Snacker zu gewinnen. Eine detaillierte Auseinandersetzung mit deren Bedürfnissen ist der Schlüssel zu einem noch kundennäheren Snack-Angebot. Nur wenn Supermärkte und Discounter sich dieses Wissen zunutze machen, können sie sich im Convenience-Bereich von ihren Konkurrenten abheben“, so Loeck weiter.

Die vollständige Analyse mit einem Blick in die Zielgruppe der Supermarkt-Snacker kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten [hier](#) heruntergeladen werden.

Medienvertreter können die Analyse über den Pressekontakt erhalten.

Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH
Lisa Inhoffen
Data Journalist

Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
Tel: +49 (0) 221 42061 444
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland GmbH
Daniela Loeck
Consultant Custom Research
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – xxx
E-Mail: daniela.loeck@yougov.de

+++ +++ +++

Über YouGov:

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Unsere Daten basieren auf unserem hochgradig partizipativen Panel, bestehend aus weltweit 6 Millionen Menschen. Aus diesem kontinuierlichen Datenstrom, kombiniert mit unserer breiten Forschungsexpertise und Branchenerfahrung, haben wir eine systematische Forschungs- und Marketingplattform entwickelt.

Mit 36 Standorten in 23 Ländern und Panelmitgliedern in 38 Ländern verfügt YouGov über eines der zehn größten Marktforschungsnetzwerke weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

YouGov Deutschland GmbH
Gustav-Heinemann-Ufer 72
50968 Köln
presse@yougov.de