

Bilder: © Matthias Mittenentzwei/pixelio, © I-vista / pixelio.de

Das macht Durst 2025

Die Zukunft von Bier, Limonade & Co

Das trinken die Deutschen morgen

Sinkender Bierdurst

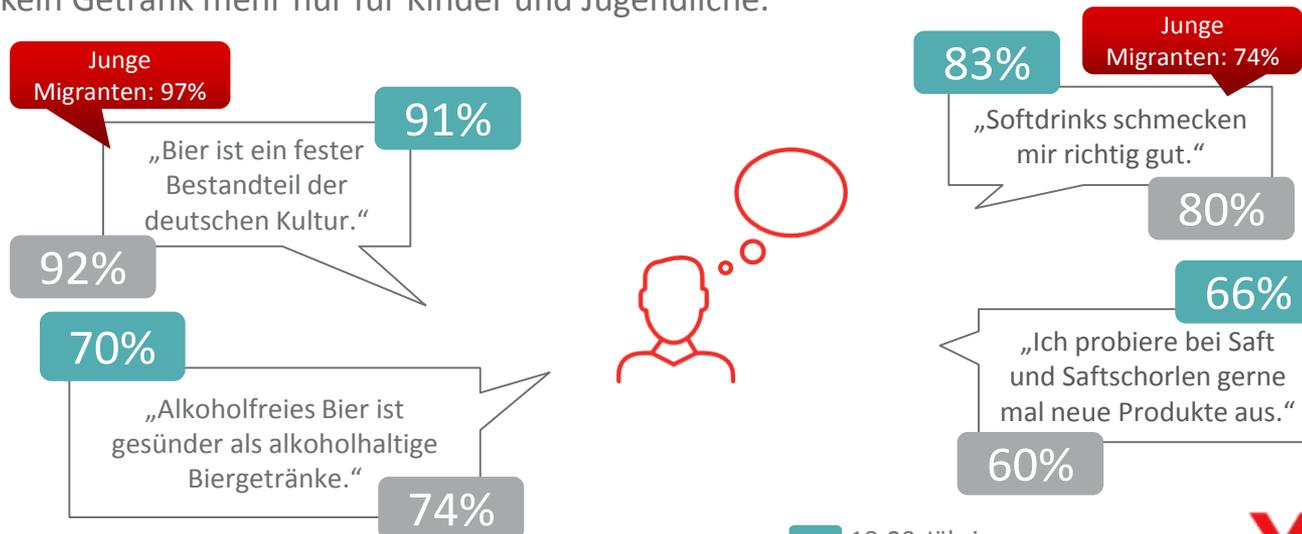


steigende Lust an Limonaden!



VS.

- Das zeigen die Absatz-Statistiken in Deutschland. **Doch wie stark prägen junge Leute diesen Prozess, und was sind ihre Erwartungen für die Zukunft?** Diesen Fragen stellt sich die Studie „Das macht Durst 2025“.
- Junge Leute verändern immer wieder den Markt mit ihrer Sichtweise auf Getränke. Dies hat die Entwicklung sog. Biermischgetränke gezeigt. Aber auch bei Limonaden verändert sich viel. Das Produkt wird „erwachsener“ und ist kein Getränk mehr nur für Kinder und Jugendliche.



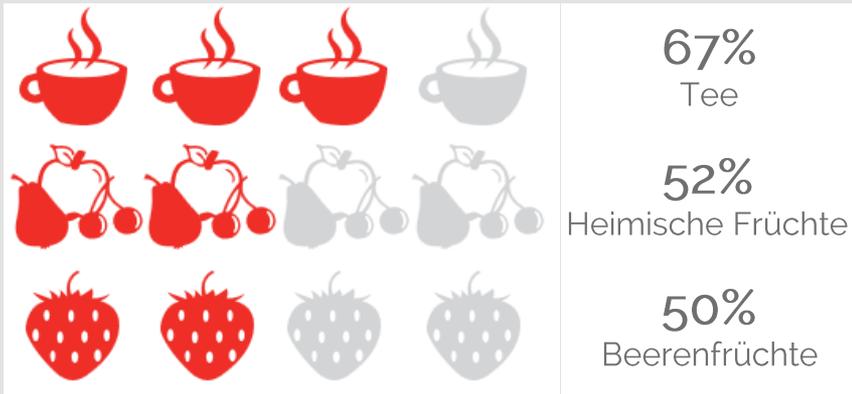
Zielsetzung

Diese Studie nimmt die Personengruppe **junger Leute von 18 -29 gezielt unter die Lupe.**

- immer mit dem **Vergleich zur Gesamtbevölkerung,**
- aber auch zur Gruppe der „**Thirtysomethings**“
- und ganz spezifisch im Segment junge Leute selbst zu den **jungen Migranten.**

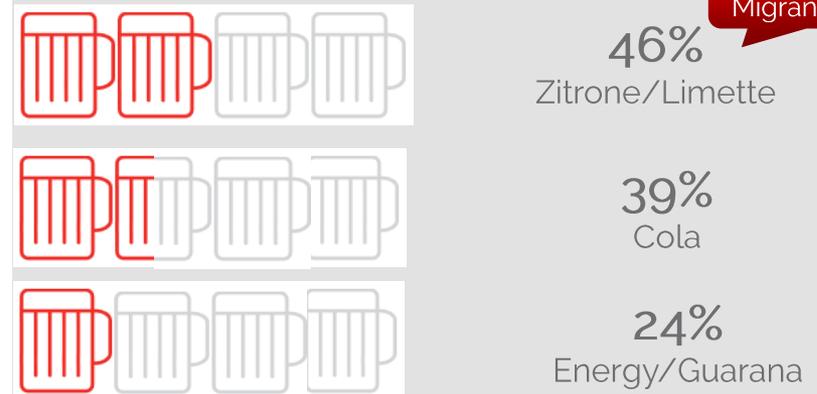
Wussten Sie zum Beispiel was die Top 3 Geschmackspräferenzen der jungen Deutschen sind?!

bei Wasser mit Zusätzen



Basis: 18-29-Jährige

bei Biermischgetränken

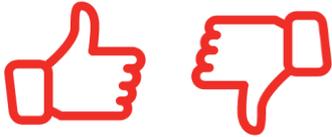


Basis: 18-29-Jährige

Junge
Migranten: 58%

YouGov

Inhalte der Studie



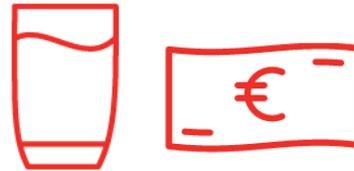
Wahrnehmung

1. Image:

Wie sehen junge Leute Limonaden und Bier (inkl. alkoholfreier Biere und Mischgetränke)? / Wo positionieren diese sich im Vergleich zur Bevölkerung?

2. Likes/Dislikes:

Was macht es zu einem Erlebnis bzw. was führt zu Verzicht? / Gehören bestimmte Getränke bei jungen Leuten z.B. zur Erhaltung von Gesundheit, zum Lifestyle, zu Sport, Freizeit, Urlaub etc.? Oder absolut nicht?



Verhalten

3. Generelles Verhalten:

Wer trinkt? / Wo wird getrunken? / Wie häufig? / Wie ist das Kaufverhalten, gemessen an Einstellungsitems?

4. Präferenzen:

Welche Marken? / Welche Geschmackspräferenzen? / Sonderstellung Fassbrause?



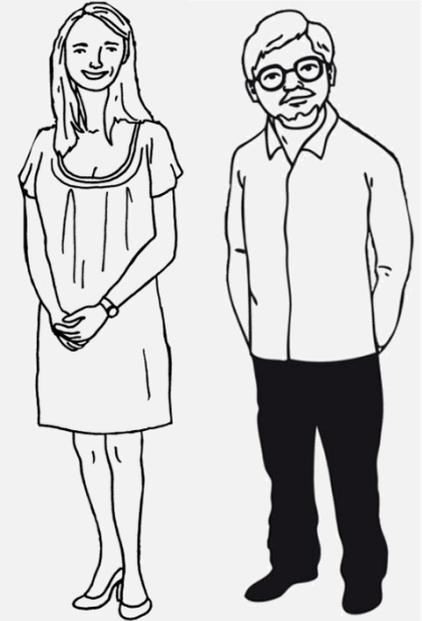
Ausblick

5. Trend:

Welches Getränk hat Zukunft bzw. was wird in 10 Jahren getrunken? / Welche Geschmacksrichtung? / Welche Rolle werden „craft“ Getränke spielen? / Gibt es ein Getränk der Zukunft, was es bisher so nicht gibt?

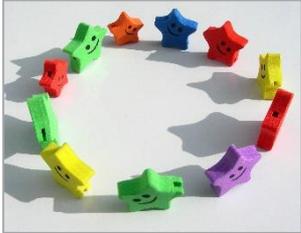
Inhaltsverzeichnis

1. Zielsetzung & Untersuchungsdesign
2. Management Summary - Key Facts
3. Ergebnisse
 - 3.1 Allgemeine Konsumgewohnheiten & Kaufverhalten
 - 3.2 Fokus: Wasser & Wasser mit Zusätzen
 - 3.3 Fokus: Saft & Saftschorlen
 - 3.4 Fokus: Softdrinks (Erfrischungsgetränke wie z.B. Cola, Limonade, Fassbrause, Eistee)
 - 3.5 Fokus: Bier
 - 3.6 Übersicht Getränke-Trends
4. Ihr Team bei YouGov



Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, wenden Sie sich an uns. Wir stellen Ihnen den Fragebogen für einen tiefergehenden Einblick in die Studie gern zur Verfügung.

Studienkonzept



Step I

3 Online-Fokus-Gruppen (qualitativ)

- Ausführliche Exploration der Zielsetzung durch tiefergehende Nachfragen und Diskussion
- **Dauer:** 1,5 h pro Gruppe
- **Qualitative Stichprobe:** n=8-10 pro Gruppe
Gruppe1: junge Leute (mix 18-29 Jahre)
Gruppe2: „Thirtysomethings“ (mix 30-39 Jahre)
Gruppe3: junge Migranten (mix 18-29 Jahre)



Step II

Befragung im YouGov Online-Panel (quantitativ)

- Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung zur quantitativen Beschreibung des Marktes
- **Dauer:** ca. 15 Minuten
- **Bevölkerungsrepräsentative Stichprobe:**
n=2.001 Befragte, darunter Gruppen mit Booststichprobe
Gr1: n=332 junge Leute (18-29 Jahre) **plus** Boost von n=321 **insgesamt n=653**
Gr2: n= 60 junge Migranten (18-29 Jahre)
Boost von n=131 **insgesamt n = 191**

Studiensteckbrief

Die Zukunft von Bier und Limonade

Methode	<ul style="list-style-type: none">• Qualitative Online-Fokus Gruppen und quantitative Online-Panel Befragung
Zielgruppe & Stichprobe	<p>Qualitativ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gruppe1: junge Leute (18-29 Jahre)• Gruppe2: „Thirtysomethings“ (30-39 Jahre)• Gruppe3: junge Migranten (18-29 Jahre) <p>Quantitativ:</p> <ul style="list-style-type: none">• Befragung: deutschlandweit, Alter: 18+, bevölkerungsrepräsentativ• Kernzielstichprobe: junge Leute zwischen 18 und 29 Jahren• Vergleichsstichprobe: alle Panelmitglieder – bevölkerungsrepräsentativ / versch. Altersgruppen, verstärkter Fokus auf „Thirtysomethings“, aber auch junge Migranten
Ergebnisbericht	<ul style="list-style-type: none">• PowerPoint-Bericht mit ca. 90 Seiten• Grafische Ergebnisdarstellung zentraler Ergebnisse• Management Summary mit Empfehlungen
Tabellen	<ul style="list-style-type: none">• Excel-Tabellenband mit Darstellung sämtlicher Ergebnisse• Alle Vergleichsgruppen für alle Fragen aufgeführt
Mögliche Zusatzmodule	<ul style="list-style-type: none">• Ergebnisworkshop in Ihrem Hause (auf Anfrage)• Möglichkeit zu kundenspezifischen Auswertungen (auf Anfrage)• Möglichkeit zur Prüfung eigener Hypothesen (auf Anfrage)

YouGov

Bestellformular

Bestellung per E-Mail an info@yougov.de oder per FAX +49 221 420 61-100 an Sonja Laude

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

- | | |
|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> Studienbericht „Das macht Durst 2025“
qualitatives Modul (Online-Gruppen) und quantitatives Modul (repräsentative Online-Befragung und Boost)
Studienbericht mit ca. 90 Seiten | Listenpreis
3.950 EUR |
| <input type="checkbox"/> zusätzlich Tabellenband
Tabellenband ist nur in Verbindung mit Studienbericht erhältlich | 950 EUR |

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) und die [Regelungen zu Mehrbezieherstudien](#).

alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

Name, Vorname:	_____	Telefon:	_____
Unternehmen:	_____	E-Mail:	_____
Funktion, Abteilung:	_____	Ort, Datum:	_____
Straße:	_____	Unterschrift:	_____
PLZ, Ort:	_____		_____

YouGov

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



Sonja Laude

Senior Consultant

T +49 221 42061 - 352

F +49 221 42061 - 1352

Sonja.Laude@yougov.de



Melanie Dinkel

Sales Manager

T +49 221 42061 - 536

F +49 221 42061 - 100

Melanie.Dinkel@yougov.de