Gesundheit im Regal - vom Suchen und Finden

Was und wer steckt hinter dem Trend zur gesunden Ernährung? Die Rolle von Trinkmahlzeiten, Proteinriegeln und Co.

GfK Consumer Life NIQ Retail Panel NIQ Haushaltspanel

Oktober 2024







Was steckt hinter dem Trend zur gesunden Ernährung?

Datenbasiertes Wissen für Ihre Strategie, Innovationsentwicklung und zielgruppengerechtes Marketing



Gesundheit als ganzheitliches Konzept

- Die Bedeutung von Gesundheit im Langzeittrend
- Die Facetten von Gesundheit



Deep-Dive Produktgruppen

- Trinkmahlzeiten, Protein-Riegel, proteinhaltige weiße Linie, Protein-Pulver, Nahrungsergänzungsmittel, Frucht-Shots, Wasser mit Vitaminen und Zusatzstoffen, Sportgetränke
- Kategorie-Funnel, Konsummotive, Verwendung, Informationskanäle, Glaubwürdigkeit, Preis-Leistung, Barrieren
- Käufer, Touchpoints, Kaufgründe, Kaufplanung, Kaufort, Wiederkauf
- Marktdaten (Absatz-/ Umsatzentwicklung)



Gesunde Ernährungstypen

- Verschiedene Ernährungstypen, ihre Werte, Einstellungen und Verhaltensweisen
- Die Zielgruppe für Ihre Produkte
- Empfehlungen für ein ganzheitliches Marketingkonzept und die Zielgruppenansprache



Der Full View™ zum Thema Gesundheit

Wir kombinieren verschiedene NIQ und GfK Datenquellen.



GfK eBUS®

Befragung zur Verwendung gesundheitsorientierter Produktgruppen in einem Online Access Panel. Repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter 15-74 Jahre mit einer Fallzahl von n = 1.000.



NIQ Haushaltspanel

Homescan Daten von 20.000 Haushalten in Deutschland liefern Informationen über das Shopperverhalten



NIQ Retail Panel

Point-of-Sale-Daten für CPG-Märkte liefern zuverlässige Performance- und Trenddaten für Einzelhandel und E-Commerce.



GfK Roper Consumer Styles#

Einteilung der Gesamtbevölkerung in verschiedene Health-Typen mit Hilfe der Roper Consumer Styles[#] Konsumentensegmentierung.

Investment & Output

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Kontaktieren Sie uns gerne.



Preis € 7.500

€ 7.500 pro Produktgruppe

(8 Produktgruppen als Deep-dive mögl.)

€18.000 produktübergreifender Report

Umfang

Ergebnisbericht ca. 50 Seiten

im PDF Format

Beispieloutput











Haben Sie noch Fragen?

Kontaktieren Sie gerne unsere Expert:innen



GERMANY

Petra Süptitz
Syndicated Solutions Leader
Consumer & Marketing Insights

+49 911 395 3082 petra.sueptitz@nielseniq.com



GERMANY

Janine Schmeichel

Analytic Consultant

Consumer & Marketing Insights

+49 172 575 2918 janine.schmeichel @nielseniq.com



GERMANY

Anna Trautmann
Senior Consultant
Consumer & Marketing Insights

+49 911 395 4533 anna.trautmann@ nielseniq.com