

Frankfurt, 19. Mai 2020

Pressemitteilung

Getränkekonsum der digitalen User: Wer trinkt was und wie oft

Die neueste Ausgabe der agof facts & figures beleuchtet die Vorlieben der digitalen User rund um alkoholfreie Erfrischungsgetränke, Heißgetränke, Milch sowie alkoholische Getränke und Spirituosen und bietet spannende Einblicke in das Konsumverhalten.

Ohne Wasser kann ein Mensch nicht lange überleben, die Aufnahme von Flüssigkeit zählt damit zu einem der elementaren Grundbedürfnisse. Aber neben Wasser umfasst die Palette der konsumierten Getränke noch eine ganze Reihe anderer Produkte, wobei es bei vielen Verbrauchern neben alkoholfreien Getränken auch durchaus etwas mit Alkohol sein darf. Was genau in welcher Frequenz von den digitalen Usern konsumiert wird, welche Haushaltsausstattung es bei ihnen im Zusammenhang mit Getränken gibt und wie es mit dem Informations- und Einkaufsverhalten rund um diesen Themenkomplex aussieht, zeigt die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (agof) in ihrem aktuellen Branchenreport „Getränke“.

Generell suchen 40,3 Prozent der digitalen User im Netz nach Informationen zu „Essen, Trinken und Genießen“, entsprechend gibt es auch ein breites Produktinteresse an den verschiedensten Getränken bei ihnen: Allen voran an Kaffee und Tee, die bei mehr als der Hälfte der Verbraucher auf Interesse stoßen. Ein gutes Drittel der digitalen User äußert zudem Interesse an Wein bzw. Sekt und Bier; Spirituosen sind für über ein Viertel der Konsumenten interessant. Light Produkte, von denen es ja auch im Getränkesegment eine ganze Reihe gibt, sind für etwas mehr als jeden zehnten von Interesse.



agof facts & figures „Getränke“ #2/2020 // Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Produktinteresse rund um Getränke: „bin (sehr) interessiert“ / Angaben in Prozent / mit VuMA-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 06.04.2020 / Auswertungszeitraum: März 2020

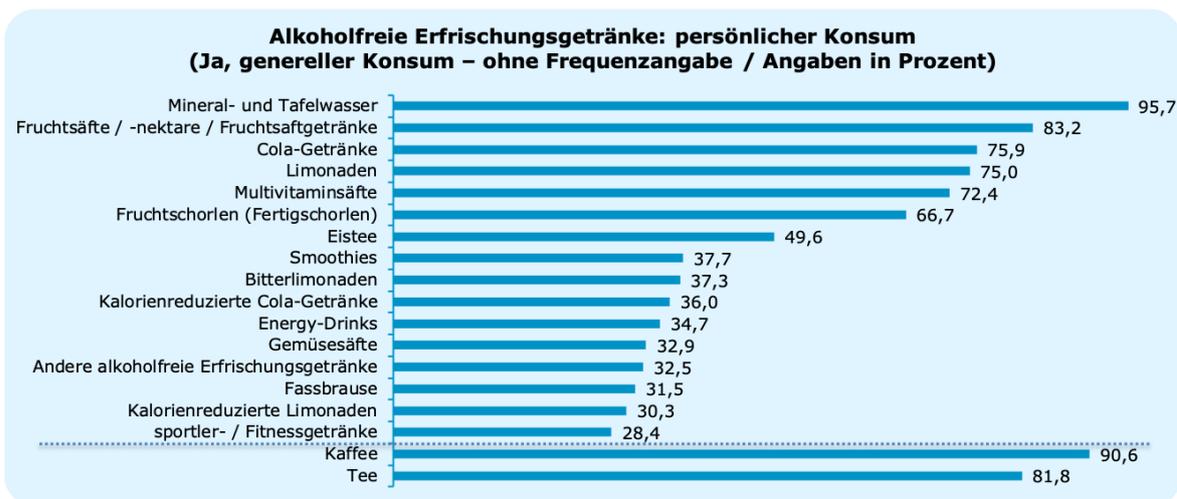
Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J EMS | IP DEUTSCHLAND
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SCORE MEDIA GROUP | SEVENONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

Wenn es um den generellen Konsum von alkoholfreien Erfrischungsgetränken geht, ist das klassische Mineral-/Tafelwasser der absolute Spitzenreiter bei nahezu allen digitalen Usern, gefolgt von Fruchtsäften, Fruchtnektaren und Fruchtsaftgetränken. Rund drei Viertel nehmen Cola-Getränke, Limonaden und Multivitaminisäfte zu sich und bei zwei Dritteln kommen Fruchtschorlen ins Glas. Rund die Hälfte trinkt Eistee. Die restlichen Erfrischungsgetränke verbuchen jeweils ein gutes Drittel der digitalen User als Konsumenten. Wenn es darum geht, welche alkoholfreien Getränke die User mindestens selten zu sich nehmen, zeigt sich ein vergleichbares Ranking, heruntergebrochen auf mindestens einmal pro Woche konsumierte Getränke bleibt das Mineralwasser als zentraler Flüssigkeitsspender für die breite Mehrheit weiterhin ganz oben, während die anderen Getränke nur von einem Drittel oder weniger wöchentlich getrunken werden.

Und dann gibt es natürlich noch die Heißgetränke Kaffee und Tee, die entsprechend ihrer Beliebtheit auch von der ganz großen Mehrheit der digitalen User konsumiert werden. Bei der täglichen Konsumfrequenz liegt der Kaffee allerdings weit vor dem Tee, der von meisten eher mehrmals pro Woche oder pro Monat getrunken wird.



agof facts & figures „Getränke“ #2/2020// Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Persönlicher Konsum von alkoholfreien Erfrischungsgetränken: „Ja, Verwender“ / Angaben in Prozent / mit b4p-Merkmalen// Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 06.04.2020 / Auswertungszeitraum: März 2020

Dazu kommt dann auch gerne mal Milch in die Tasse – vier von fünf der digitalen User zählen zu den Konsumenten von „normaler“ Milch, wobei auch diverse andere Milchgetränke wie Kefir, Buttermilch oder Molke getrunken werden.

Beim generellen Konsum von Alkohol sind Sekt, Bier und Wein bei rund zwei Drittel der digitalen User gefragt, Spirituosen und Bier-Mixgetränke werden von gut der Hälfte konsumiert. Abgerundet wird die alkoholische Palette von Prosecco, Aperitifs, Fertig-Mix-Getränken und Champagner. Die Deutschen gelten ja als Volk der Biertrinker, und tatsächlich trinken 57,0 Prozent der digitalen User mindestens selten Pils / Pilsner, bei 31,4 Prozent ist es Weizen und bei 17,7 Prozent alkoholfreies Bier. Aber auch andere Alkoholsorten sind beliebt: So trinken zwei Drittel der User mindestens selten Sekt (69,3 Prozent) oder Wein (66,2 Prozent) und annähernd die Hälfte (44,8 Prozent) Prosecco.



agof facts & figures „Getränke“ #2/2020 // Basis: n=278.762 Fälle (Nutzer stationäre und/oder mobile Angebote letzte 3 Monate ab 16 Jahren) / Persönlicher Konsum von alkoholischen Getränken: „Ja, Verwender“ / Angaben in Prozent / mit b4p-Merkmalen // Quelle: agof e. V. / daily digital facts / Auswertungstag 06.04.2020 / Auswertungszeitraum: März 2020

Insgesamt zeigen die Ergebnisse des agof Branchenberichts, dass die Getränkebranche angesichts der im Netz anzutreffenden Kundenpotenziale mit digitalen Kommunikationsmaßnahmen wertvolle Impulse für die Marken- und Imagepflege wie auch den Abverkauf setzen kann.

Basis der Sonderauswertung für die agof facts & figures „Getränke“ ist die Markt-Media-Studie daily digital facts, in der die agof das Nutzungsverhalten digitaler User untersucht und die Reichweiten- und Strukturdaten digitaler Medien über das Auswertungs- und Planungstool TOP modular tagesaktuell veröffentlicht. Die Teilnahme an der Studie steht allen Anbietern digitaler Websites offen, vorausgesetzt, auf ihren Sites findet der methodisch notwendige Mindest-Traffic statt.

Der ausführliche, 27-seitige Berichtsband zur neuesten Ausgabe der agof facts & figures „Getränke“, inklusive Tabellen und Grafiken, steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/2020-getraenke/> zur Verfügung.

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Simone Danne
EZV agof Kommunikation/PR
(Elternzeitvertretung für Katharina Metzger)
Tel.: 0211/4363 7996
Mobil: 0151 / 2377 1072
Mail: simone.danne@agof.de