

Kulinarische Welten 2019 +

Ernährungstrends von INTEGRAL und T-FACTORY



INTEGRAL | MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG

Partner von SINUS Heidelberg | Berlin | Singapur

factory
Trendagentur

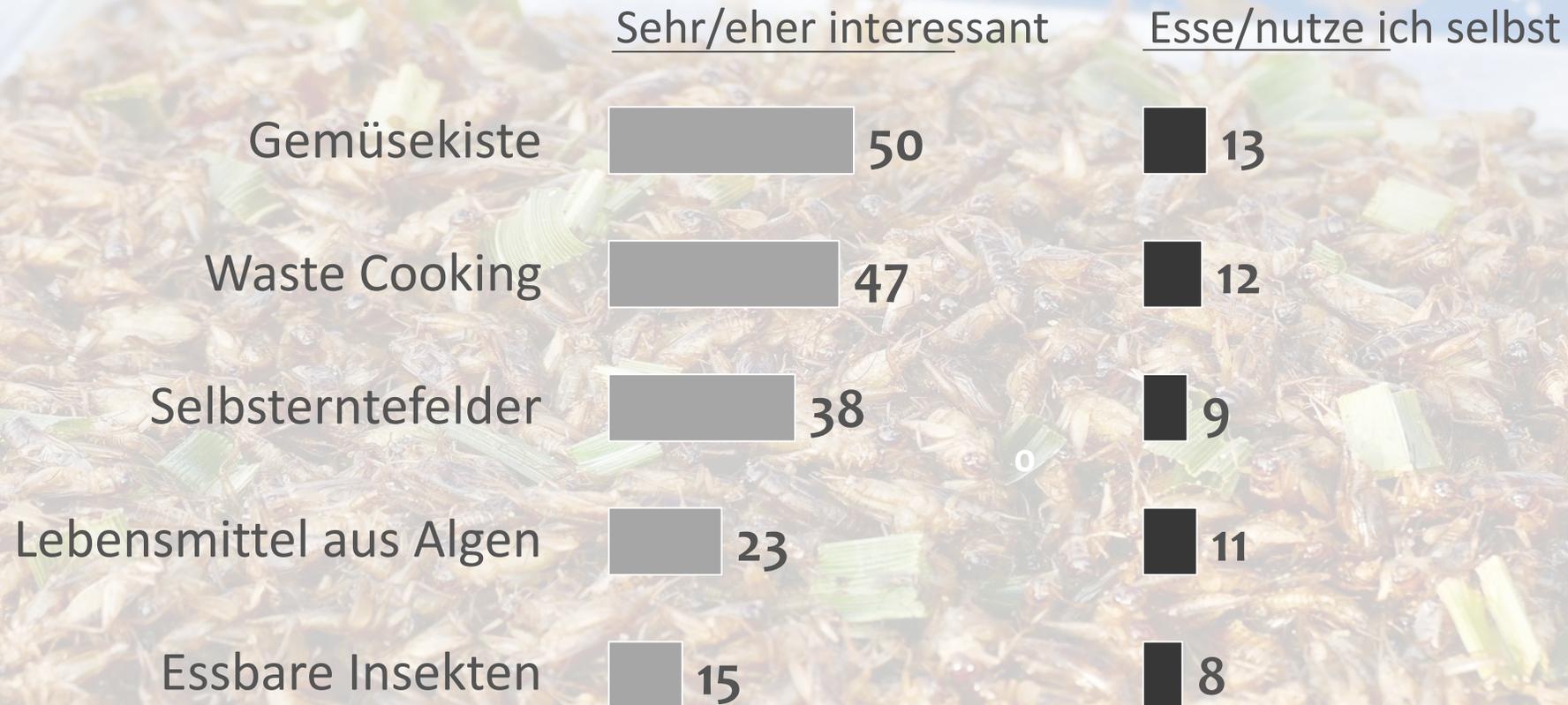
Essen und Trinken: Entwicklungen über die letzten 100 Jahre



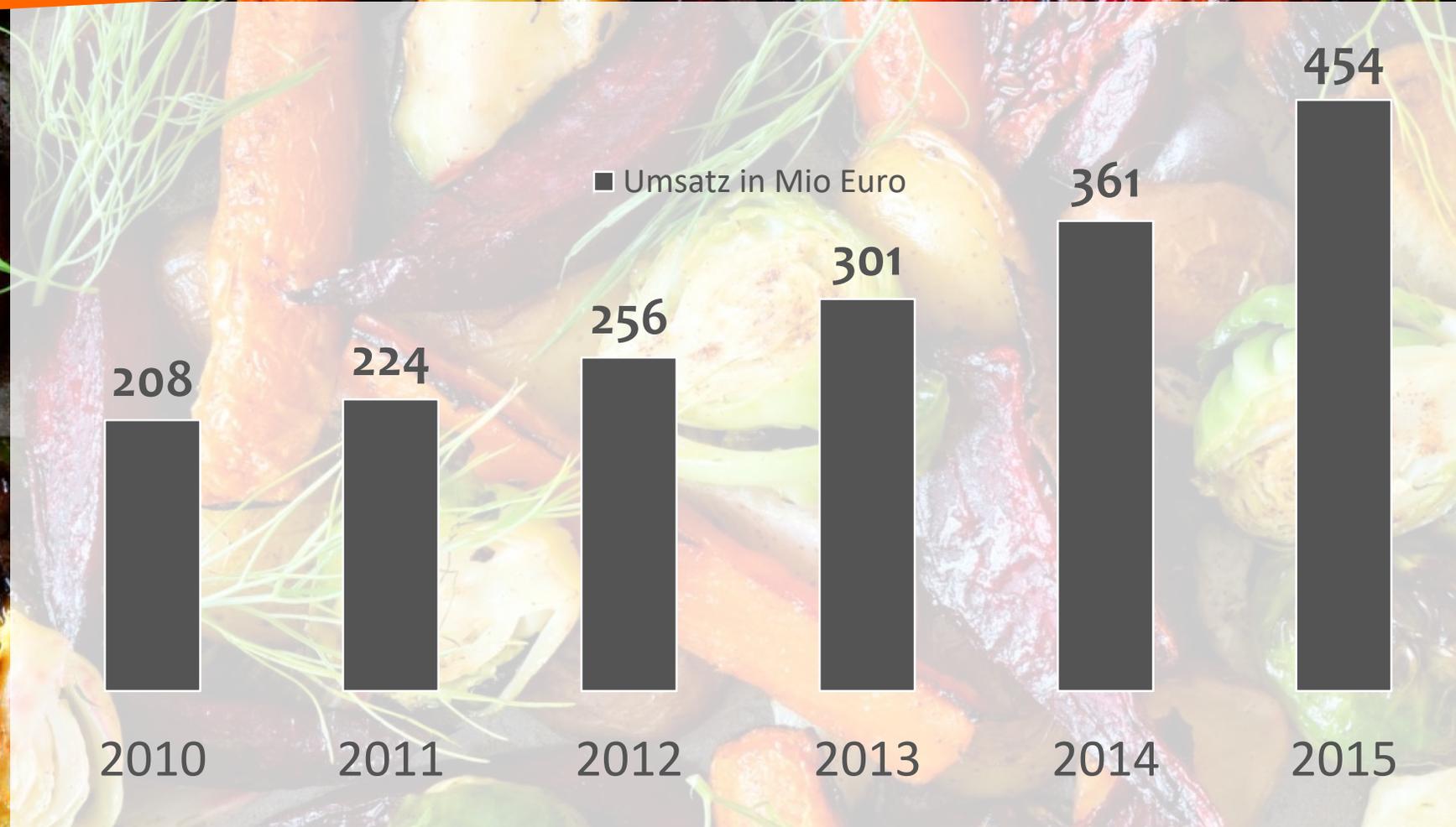
Die grosse Unübersichtlichkeit: Jeden Tag neue Trends



Hype und Wirklichkeit



Markt für vegetarische Lebensmittel



Quelle: IFH Köln, 2016; Vegetarische und vegane Fleisch- und Milchalternativen sowie der Bereich Frühstück mit pflanzlichen Brotaufstrichen, Müsli und Cornflakes

Vielschichtigkeit von Trends

Fresh Fruit cut daily in-store

UNTERSCHIEDLICHE MILIEUS,
UNTERSCHIEDLICHE AUSPRÄGUNGEN

ENTSCHEIDEND IST: WIE WIRD
EIN TREND GELEBT?

Fresh Fruit cut daily in-store

Soziale Medien als Appetitanreger

COOKING WITH LAUREN

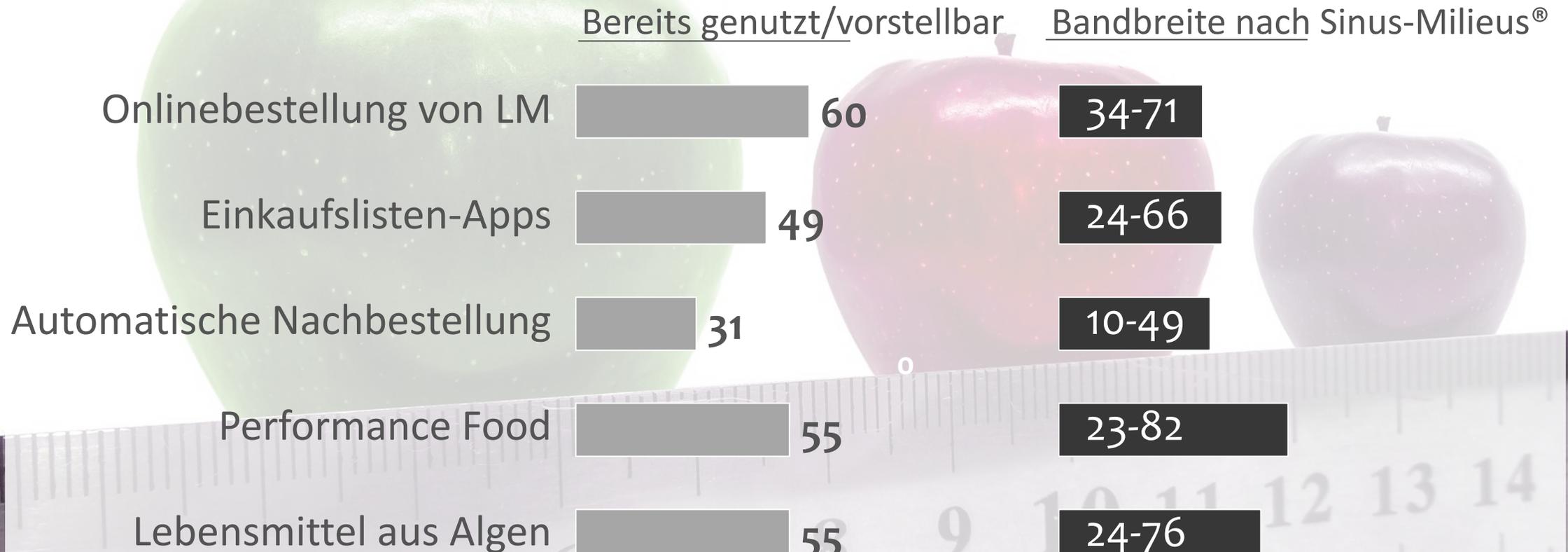
23%
nutzen Koch-
Tutorials bei
YouTube

13%
haben einen
Koch-Channel
abonniert

Österreich is(s)t nicht gleich

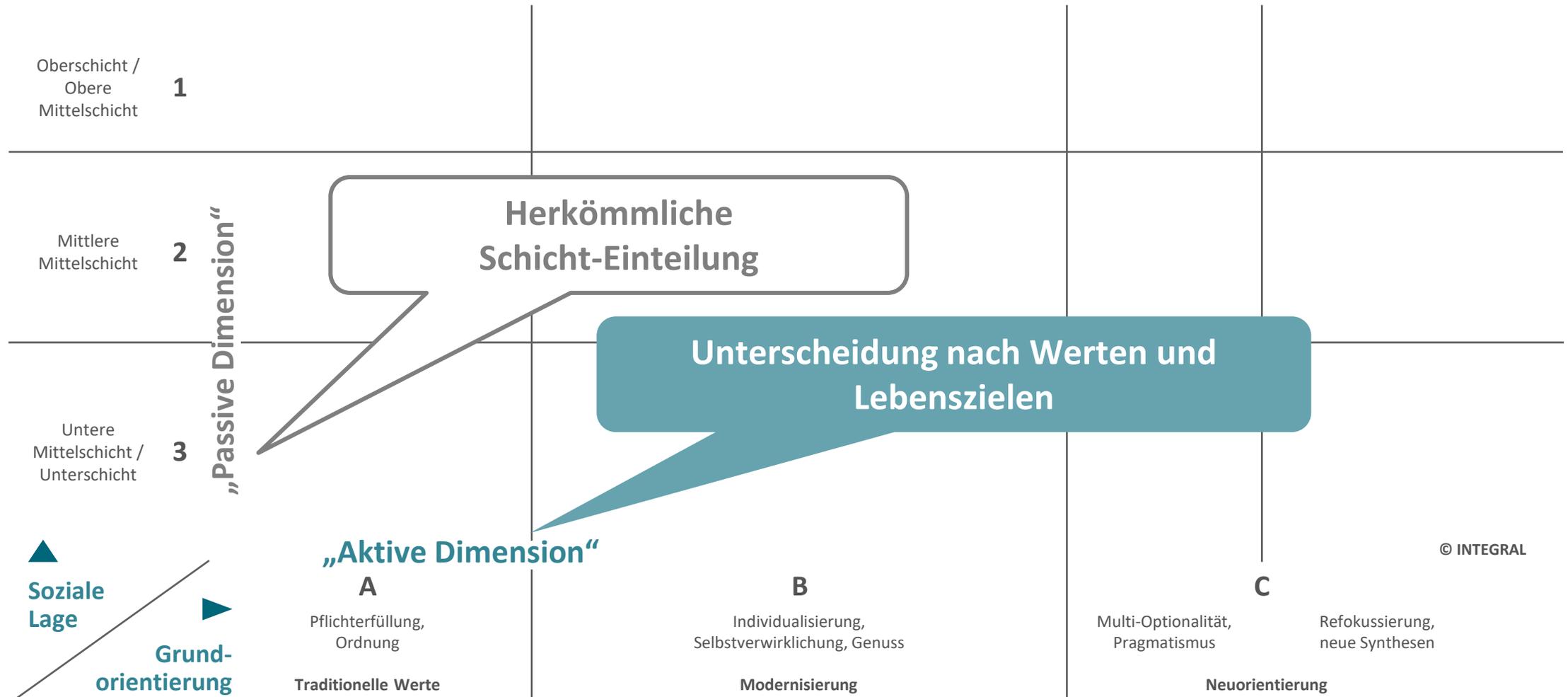


Das Problem des Durchschnitts



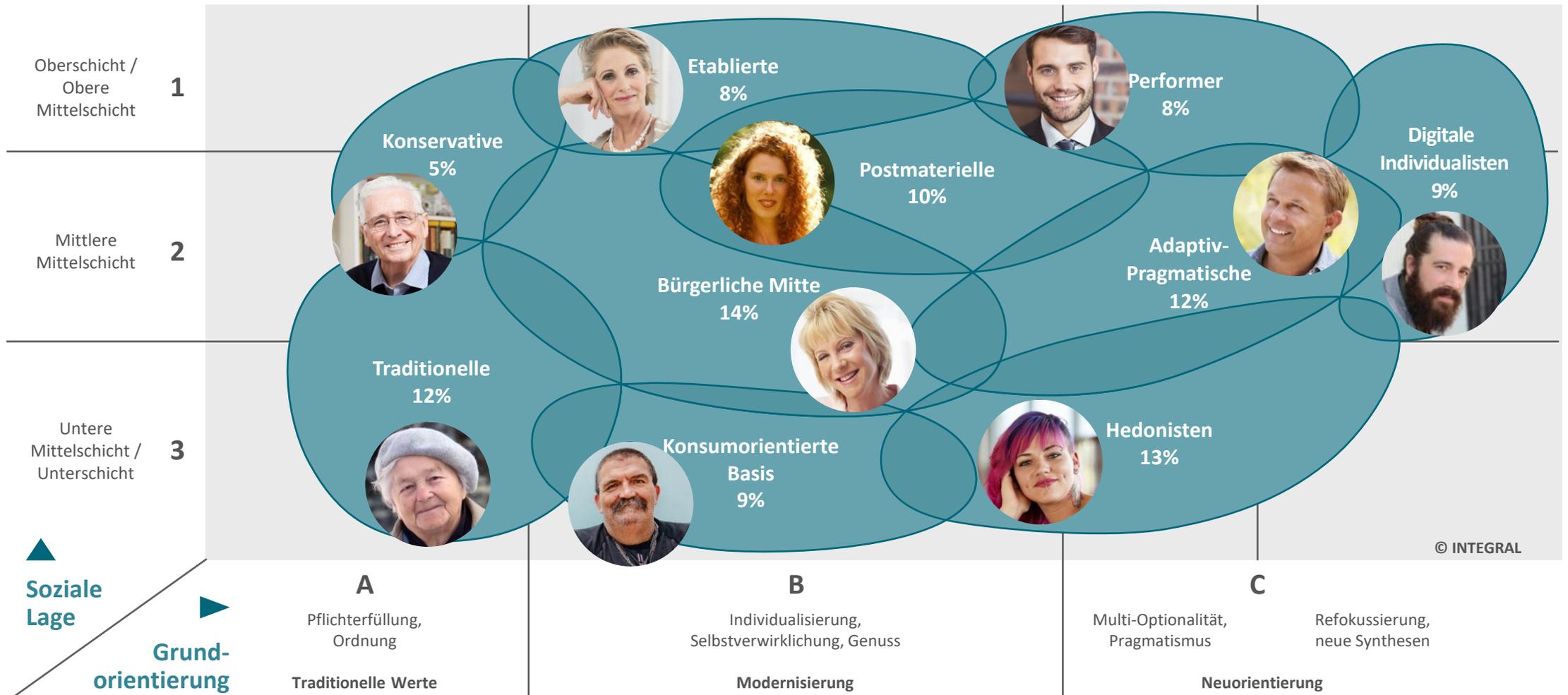


DAS POSITIONIERUNGSMODELL DER SINUS-MILIEUS®



IM ÜBERBLICK: DIE SINUS-MILIEUS® IN ÖSTERREICH

Soziale Lage und Grundorientierung





DIE ZUKUNFTSMILIEUS

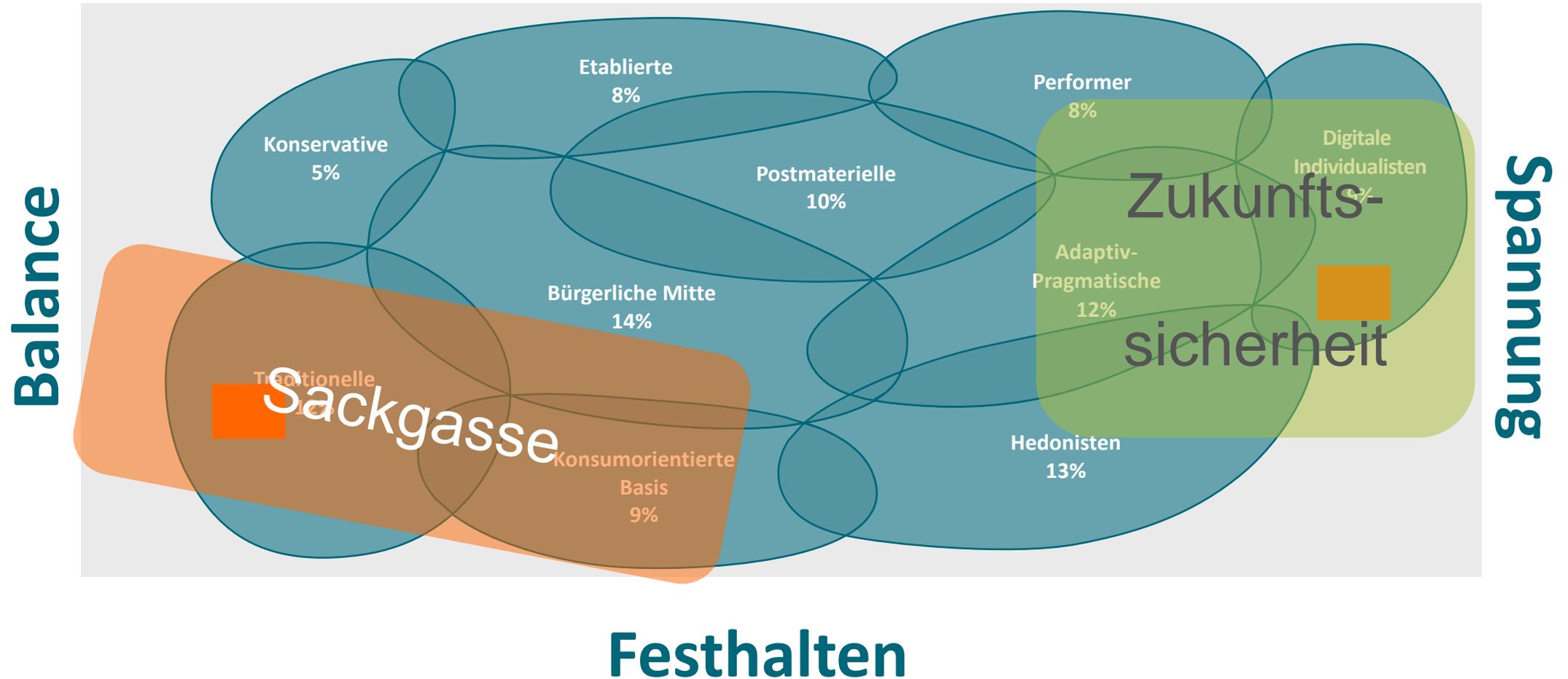




ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Sinus-Milieus®

Verändern



Unsere Studie für Sie

Basisprogramm für Essen, Trinken, Gastronomie

Bereichsspezifische Erweiterungen

Ihre individuellen Zusatzfragen

INTEGRAL

MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG

Partner von SINUS Heidelberg • Berlin • Singapur



factory
Trendagentur

Kulinarische Welten 2019+: Inhalte

- Aktuelle und relevante Trends im Bereich Essen & Trinken
- Die Trends der Zukunft
- Erwartungen der Konsumenten, differenziert nach Wertewelten/
Sinus-Milieus®
- Wahrnehmung des Angebots und der Anbieter sowie
Positionierungslücken
- Kommunikation und relevante und überzeugende Argumente
- mit Blick auf die wichtigsten Influencer
- Optional: Positionierungsanalyse für Ihre Marke

QUANTITATIVE TEILSTUDIE



METHODE

- Online-Befragung



STICHPROBE

- n=1.000 Interviews



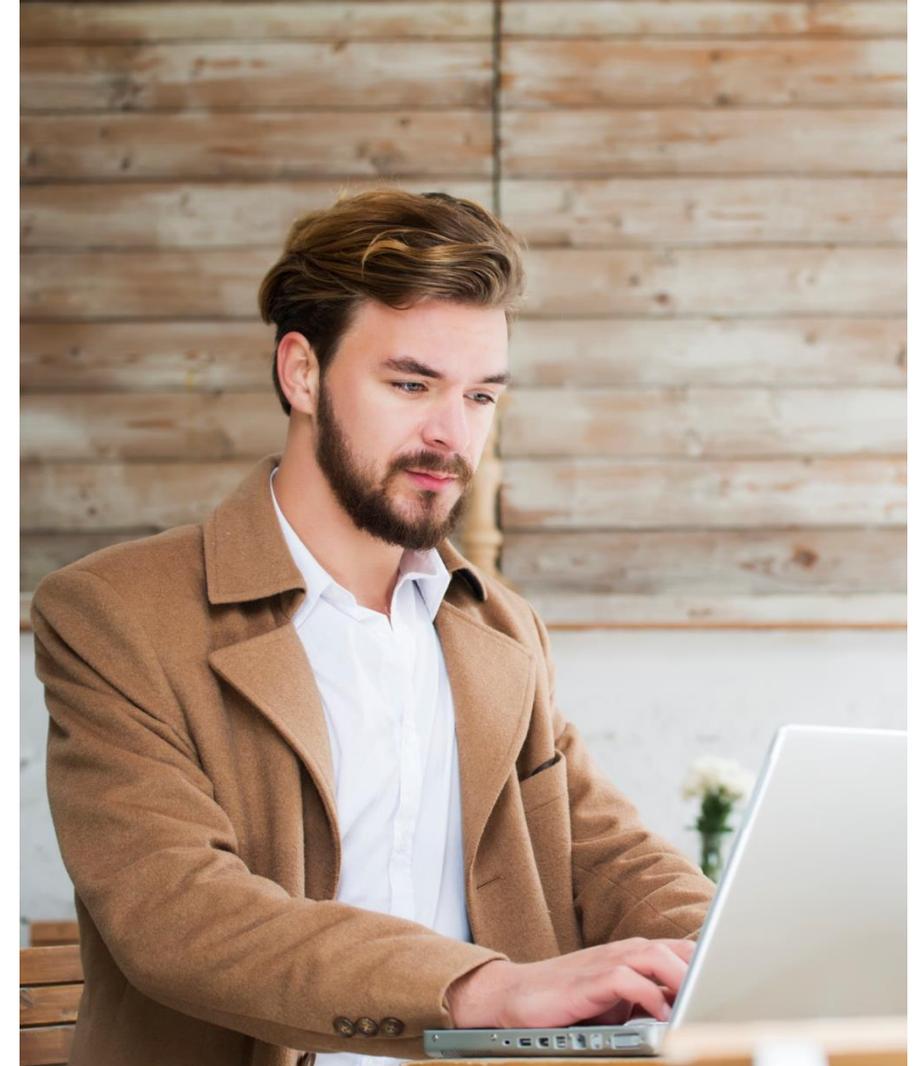
ZIELGRUPPE

- Österr. Bevölkerung 14-49 Jahre



REKRUTIERUNG

- INTEGRAL & T-FACTORY Online-Pools
- Gegründet: 2000
- 30.000 Mitglieder, größtenteils offline rekrutiert



QUALITATIVE TEILSTUDIE



METHODE

- 4 Gruppendiskussionen

- 1,5 h Dauer



- 8 TN pro Gruppe

- Getrennt nach Lebenswelt



ZIELGRUPPE

- Österr. Bevölkerung 20-35 Jahre



REKRUTIERUNG

- INTEGRAL & T-FACTORY





VIDEOREPORTING

- 15 Minuten



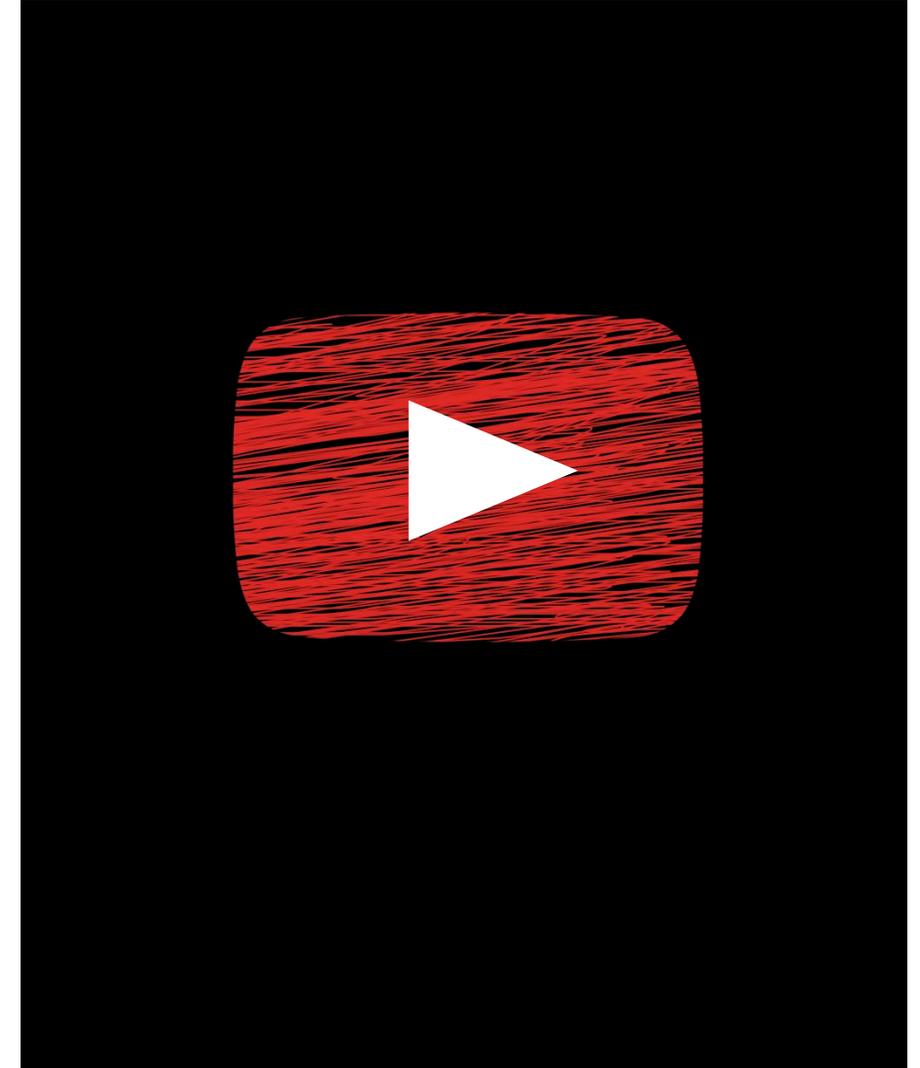
MANAGEMENT SUMMARY

- 10 Charts mit den essentiellen Ergebnissen
- Berücksichtigung Ihrer individuellen Zusatzfragen



DETAILLIERTER BERICHT

- INTEGRAL & T-FACTORY



Individuelle Zusatzbuchungen

- Einschaltung von Fragen in der quantitativen Teilstudie
- Eigene Gruppendiskussionen
 - optional mit Co-Moderation durch Ihr Unternehmen



Zeitplan

- Buchungszeitraum: bis Ende Jänner 2019
- Feldarbeit: März 2019
- Bericht: Mitte Mai 2019

PAKETOPTIONEN

Leistungen	Basis	Standard	Premium
<ul style="list-style-type: none"> ■ Videoreporting ■ Management Summary ■ Detaillierter Bericht ■ Präsentation ■ Verortung Ihrer Marke(n) in der Trenddynamik ■ Umsetzungs- und Kommunikationsberatung ■ Workshop 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ 1,5 Stunden 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ 2,5 Stunden ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ✓ ✓ ✓ ✓ 3,5 Stunden
	3.500 €	5.900 €	8.900 €

7% Frühbucher-Rabatt bei Buchung bis 21.12.18



Preise excl. MwSt.
 Das Angebot ist drei Monate gültig.
 Zahlungskonditionen: 50% Vorauszahlung, 14 Tage netto.
 Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie auf unserer [Website](#).

Appetit auf mehr?

Mag. Bernhard Heinzlmaier, T-FACTORY

bheinzlmaier@tfactory.com

Dr. Bertram Barth, INTEGRAL

bertram.barth@integral.co.at

INTEGRAL | MARKT- UND
MEINUNGS-
FORSCHUNG
Partner von SINUS Heidelberg • Berlin • Singapur

factory
Trendagentur