



GfK-Living.com



GfK Grillgeräte-Monitor

Kontinuierliche Beobachtung des privaten
Marktes für Grillgeräte und Grillzubehör

Der Kompetenzbereich GfK Living

GfK Living

“Consumer knowledge around home & garden“

Bau & Renovierung	DIY & Garten	Wohnen & Einrichten	Elektro & Technik
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bautätigkeit / Bauwesen ▪ Renovierungen ▪ Bauelemente (Fenster, Türen, Beschläge etc.) ▪ Baustoffe / Bauchemie ▪ Bodenbeläge ▪ Heizungs-/Klimageräte ▪ Energie (Öl, Gas, Strom, Photovoltaik, Solar etc.) ▪ Handwerk ▪ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baumarktsortimente (Werkzeuge, Power Tools) ▪ Gartensortimente (Gartenhartwaren/-geräte etc.) ▪ Bewässerungs-/Teichtechnik ▪ Rasenmäher ▪ Motorsägen ▪ Gartenmöbel ▪ Gartenteiche ▪ Lebend Grün 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel (Wohn-, Schlafzimmer-, Polster-, Badmöbel, etc.) ▪ Küchen ▪ Küchenspülen ▪ Hausrat (Herd- u. Kochgeschirr, Bestecke, Backformen, etc.) ▪ Haus- und Heimtextilien ▪ Dekoration & Wohnaccessoires ▪ Matratzen & Unterfederungen ▪ etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrogroßgeräte ▪ Elektrokleingeräte ▪ Sanitärarmaturen ▪ Sanitärkeramik ▪ Haus- & Sicherheitstechnik ▪ Lampen & Leuchten ▪ Sportgeräte ▪ etc.

Individuelle, maßgeschneiderte Marktanalysen auf nationaler und internationaler Basis

Inhalt

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung**
- 2 Methode & Vorgehensweise**
- 3 Unsere Leistungen – Ihre Investitionen**

Hintergrund und Aufgabenstellung des GfK Grillgeräte-Monitors

4

- Um die Chancen und Risiken im Markt für Grillgeräte frühzeitig zu erkennen, müssen Sie die wesentlichen Indikatoren (Marktvolumen, Marktanteile, Anteil Grillgerätetypen etc.) und die für Ihren Markt relevanten Zielgruppen kontinuierlich beobachten.
- Nur so kann es Ihnen gelingen, die Marktposition Ihres Unternehmens abzusichern und langfristig auszubauen.
- Hierzu brauchen Sie fundierte Informationen über den Markt, die Marktentwicklung sowie die Performance Ihrer Mitbewerber.
- Zusätzlich müssen Sie Ihre (potenziellen) Zielgruppen, deren Informations- und Einkaufsverhalten und die existierenden Anforderungen an Ihr Produkt kennen, um die für Sie relevanten Zielgruppen gezielt und effizient ansprechen zu können.
- Die bislang über den Markt für Grillgeräte verfügbaren Informationen reichen nicht aus, um diesem Informationsanspruch gerecht zu werden.



Mit dem GfK Grillgeräte-Monitor bietet Ihnen GfK Living ein Marktinformations-System, das diesem Anspruch gerecht wird.

Der GfK Grillgeräte-Monitor sorgt für Durchblick im Markt

Der Markt für Grillgeräte & Zubehör

- Marktvolumen für Grillgeräte
- Bedeutung der verschiedenen Grillgerädetypen (Gas, Holzkohle und Elektro)
- Marktbedeutung Einweggrills
- Marktvolumen für ausgewähltes Grillzubehör
- Preissegmente & Durchschnittspreise
- usw.

Die Zielgruppen im Markt

- Potenzielle Zielgruppen nach Preissegmenten
- Die „GfK Grillgeräte-Typen“
- Kaufentscheidende Faktoren beim Kauf von Grillgeräten
- Informationsverhalten vor dem Kauf
- Einkaufsverhalten
- Entscheidungseinflüsse
- usw.

Der Handel

- Mengen- und wertmäßige Bedeutung der Vertriebswege
- Besuchte Einkaufsstätten vor dem Kauf
- Stärken und Schwächen der Kanäle
- Preissegmente einzelner Vertriebswege
- Kundenzufriedenheit nach Vertriebskanal
- usw.

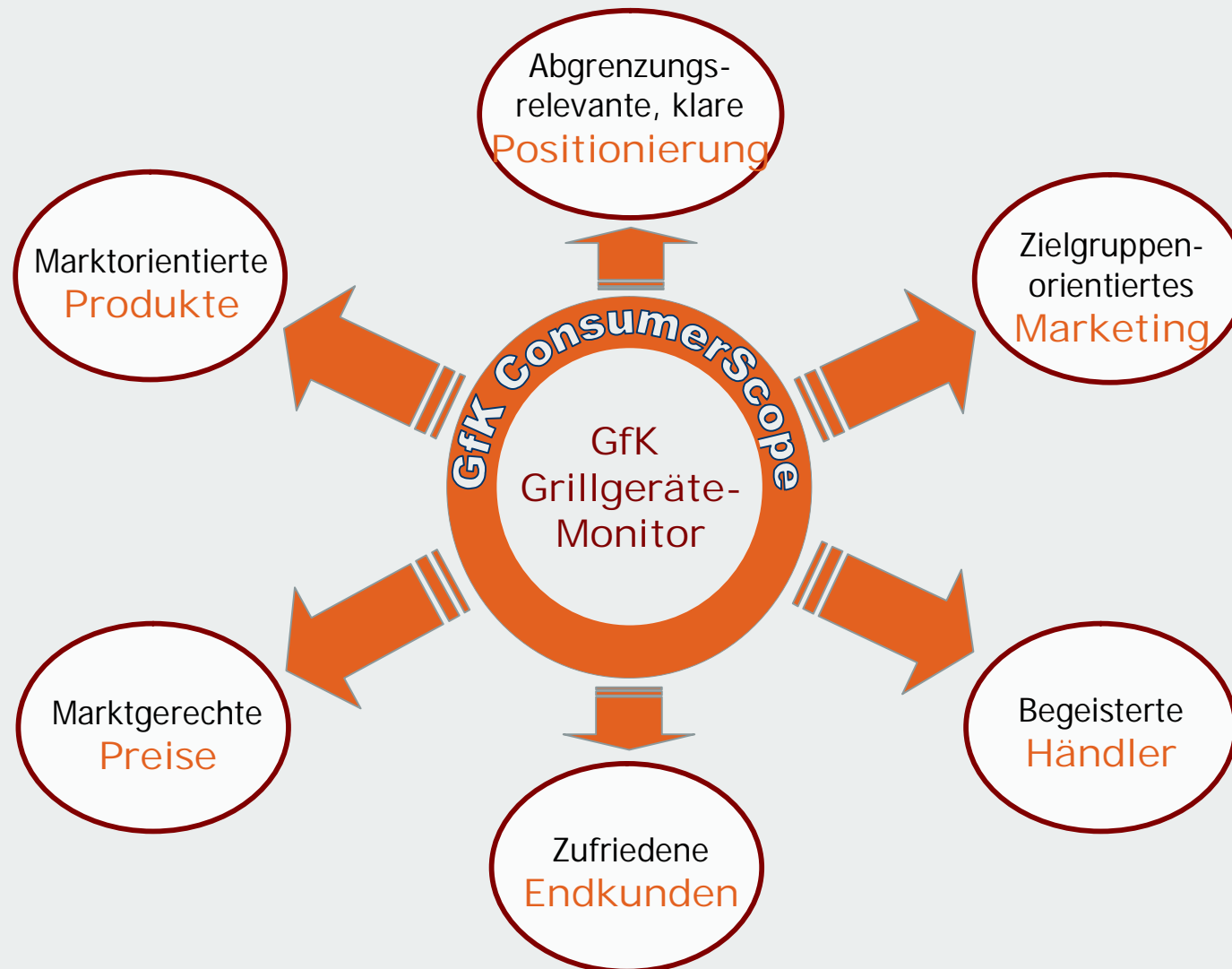
Die Anbieter / Marken

- Marktanteile bekannter Marken
- Marken-Wahrnehmung (im Vorfeld und am Point of Sale)
- Stärken & Schwächen im Vergleich
- Potenziale & Ausschöpfung (relevant set)
- usw.



Damit bildet der **GfK Grillgeräte-Monitor** eine fundierte **Basis** für marktgerechtes Agieren

6



Inhalt

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode & Vorgehensweise
- 3 Unsere Leistungen – Ihre Investitionen

Methodensteckbrief zum GfK Grillgeräte-Monitor

Ziel

Gewinnung repräsentativer Erkenntnisse zum deutschen Markt für Grillgeräte, die einen konkreten Beitrag zur Absicherung und zum Ausbau der Marktposition leisten.

Stichprobe

5.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte

Methode

Schriftliche Befragung innerhalb des GfK Haushalts Panels

Umfang

2-seitiger (alternativ 4-seitiger) Fragebogen, den Sie auf Wunsch kostengünstig um individuelle Fragestellungen ergänzen können.

Zeitraumen

Feldstart: Anfang Oktober 2009 (Ende der Grillsaison, um möglichst alle im Jahr 2009 getätigten Käufe analysieren zu können);
Ergebnisbericht: ca. 8 Wochen später

Bericht

Sie erhalten einen umfassenden Bericht mit anschaulichen PowerPoint-Charts inklusive Key-Learnings in gedruckter und elektronischer Form.

Details zur Vorgehensweise

Zentrale Fragen, die der GfK Grillgeräte-Monitor beantwortet

9

Basic:

- Wie groß ist der **Markt für Grillgeräte** in Deutschland?
- Welche **Bedeutung** haben die verschiedenen **Grillgerätetypen**?
 - Kohle-Grills
 - Gas-Grills
 - Elektro-Grills
 - etc.
- Welche **Preissegmente** lassen sich hier jeweils identifizieren und wie hoch ist deren Marktanteil?
- Welche **Bedeutung** haben die einzelnen **Vertriebswege**?
- Wie hoch ist der **Marktanteil der Top-Marken**?
- Wer sind die im Markt jeweils **relevanten Zielgruppen** (Zielgruppenprofil)?
- Welches **Zubehör** wird im Zusammenhang mit dem Grillgerät gekauft?
 - Grillkohle, Grillanzünder
 - Grillbesteck
 - Grillgut-Halter
 - Reiniger
 - etc.

Details zur Vorgehensweise

Zentrale Fragen, die der GfK Grillgeräte-Monitor beantwortet

10

Zusatzfragen

Premium:

- Welche **Bedeutung** haben die Kriterien
 - Qualität
 - Preis
 - Zubehör
 - Marke
 - etc.

beim Kauf von Grillgeräten für die einzelnen Zielgruppen (bspw. nach Preissegment, gekaufter Marke, genutztem Vertriebsweg usw.)?

- Wie gut erfüllen einzelne **Marken** diese Erfolgsfaktoren im **Mitbewerbervergleich**?
- Wie **lange** werden die **jeweiligen Grillgeräte genutzt**, bevor Sie ausgetauscht werden?
- Wie sieht das **Informations- und Einkaufsverhalten der Käufer** aus?
- Welche **Medien** nutzen **potenzielle Käufer** der Marke X?

Inhalt

- 1 Hintergrund & Aufgabenstellung
- 2 Methode & Vorgehensweise
- 3 **Unsere Leistungen – Ihre Investitionen**

Anmerkungen zum vorliegenden Angebot

12

- Die Durchführung in den **GfK Haushaltspanels** hat sich bei ähnlichen Aufgabenstellungen bestens bewährt.
- Sicherung einer **hohen Datenqualität** (Panelteilnehmer würden – anders als bspw. bei Telefonbefragungen – auch tatsächlich nachschauen, welche Marke das jeweilige Grillgerät hat etc.).
- Die schriftliche Befragung bietet die Möglichkeit mit **Bildern** zu arbeiten und so bspw. Gerätetypen besser differenzieren zu können.
- Gerade vor diesem Hintergrund basiert dieses Angebot auf der Einfrage in den Panels.

Das GfK Haushaltspanel bietet eine sehr fundierte Basis

13

Unsere repräsentative Stichprobe von 5.000 Privathaushalten ist ein exaktes Abbild der deutschen Bevölkerung.

Auf dieser Basis verschaffen wir Ihnen eine exzellente und einzigartige **Übersicht über die Besitzerreichweite und das Marktvolumen von Grillgeräten** in Deutschland (weitere Länder auf Anfrage jederzeit möglich).

Alle Informationen können mit den gesamten Daten, die uns über die Haushalte vorliegen, verknüpft werden. Die Panelmethode ermöglicht dabei eine genaue **Kenntnis des Gesamtmarktes und** mit zunehmender Zeitdauer immer verlässlichere **Trendprognosen**.

Zusätzlich können Sie auf dieser Basis **jederzeit spezielle Teilzielgruppen** (bspw. alle Besitzer von Gasgrillgeräten etc.) **zu von Ihnen ausgewählten Themen befragen**. Das zu einem Preis, der bei individueller Durchführung - alleine schon aufgrund der zur Auffindung dieser Zielgruppen sonst notwendigen Erhebungskosten - undenkbar wäre.

Unsere Leistungen

14

- **Aufbau** und **permanente Pflege** der GfK Consumer Panels.
- **Entwicklung** und **Abstimmung** eines **strukturierten Fragebogen-** und **Stichprobenkonzepts** zur Durchführung der Befragung (Inhalte können im Jahr 2009 noch abgestimmt werden).
- **Koordination** und **Controlling** der Erhebungen.
- **Druck** und **Versand** der für die Befragung notwendigen **Fragebögen**.
- **Schriftliche Befragung** bei 5.000 (netto) **repräsentativ** ausgewählten Haushalten auf Basis eines 2-seitigen (alternativ 4-seitigen) Fragebogens.
- **Kategorisierung aller offenen Fragestellungen** auf Basis eines von uns entwickelten Kategorienplans.
- **Auswertung aller Erhebungsergebnisse** – gesamt und nach sinnvollen Teilgruppen.
- **Erstellung eines Management-Reports** mit den wesentlichen Erhebungsergebnissen in graphischer Form (inkl. Zielgruppenprofilen und Key-Learnings).
- **Präsentation** und **Diskussion der Erhebungsergebnisse** und **Maßnahmenvorschläge** bei Ihnen vor Ort.

Ihre Investition (zzgl. MwSt.)

15

- Basis-Analyse (2-seitiger Fragebogen):

Basisbericht mit allen quantitativen Marktinformationen
(Marktvolumen, Marktanteile etc. – siehe Seite 9)

9.200,- Euro*

- Premium-Analyse (4-seitiger Fragebogen):

Basis-Analyse ergänzt um wesentliche Informationen zu den
Zielgruppen sowie deren Informations- und Einkaufsverhalten

13.500,- Euro*

Optionale Leistungen:

- Exklusive Einfrage Ihrer Fragestellungen bei allen 5.000 Haushalten (ab) 1.800,- Euro
- Individuelle Mediaplanung auf Basis einer ausgewählten Zielgruppe für Radio, Zeitschriften und Internet (GfK MediaProfiler) 4.500,- Euro
- Maßgeschneiderte Zielgruppen-Segmentierung (GfK Grillgeräte-KäuferTypen) 7.500,- Euro
- Strategie- und Maßnahmen-Workshop bei Ihnen vor Ort 2.500,- Euro

*Voraussetzung für diesen Preis sind mindestens 3 Abnehmer pro Berichtsjahr.





GfK SE
Panel Services
Kompetenzbereich GfK Living
Oliver Schmitz
Division Manager &
International Category Manager

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4469
Email: oliver.schmitz@gfk.com
www.gfk-living.com

GfK SE
Panel Services
Kompetenzbereich GfK Living
Markus Lilienfein
Senior Research Consultant

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 911 / 395 - 4317
Email: markus.lilienfein@gfk.com
www.gfk-living.com

GfK