

GfK

GfK Panel Services Deutschland

Consumer Tracking

GfK Panel Services

GfK Living

# GfK Living Herd- und Kochgeschirr - Marktforschung

Kontinuierliches Tracking aller Produkte im Bereich  
Herd- und Kochgeschirr



GfK. Growth from Knowledge



# [Das GfK Herd- und Kochgeschirr-Panel]

[Haushaltspanel für Herd- und Kochgeschirrprodukte]

Erfolgreiche **Marketingentscheidungen** basieren immer auf fundierten **Marktinformationen**.

Daher ist für jedes Unternehmen ein umfassendes Wissen um den relevanten **Markt**, die eigene **Marktposition** und die der wichtigsten **Konkurrenten** für den Markterfolg unerlässlich. **Kontinuierliches** und **lückenloses** Erfassen des Marktgeschehens ermöglicht **schnelle** und **situationsgerechte** Entscheidungen.

Das **GfK Herd- und Kochgeschirr Panel** ist für diesen Zweck das geeignete und bestmögliche Instrument. Basierend auf feststehenden großen repräsentativen Stichproben und zeitnahen kontinuierlichen Erhebungen des Verbraucherverhaltens liefert es die für Ihre Entscheidungen passenden Informationen. Es erfasst alles, **was** deutsche Haushalte **wann**, **wo** und zu **welchem Preis** anschaffen.

Die Paneldaten liefern dabei **umfassende** und **empirisch fundierte** Antworten auf die unterschiedlichsten Fragestellungen und helfen Ihnen, Ihre Strategie-, Marketing- und Vertriebsentscheidungen sicher zu machen.

**consumer tracking**

**GfK**

# [ Die Panel-Methode ]



In einer repräsentativen Stichprobe berichten deutsche Privathaushalte regelmäßig über ihr Anschaffungsverhalten. Die schriftliche Tagebucherhebung gewährleistet eine hohe **Qualität** und **Validität** der Informationen. Zeit und Ruhe zur Beantwortung des Fragebogens garantiert detaillierte Auskünfte zum Kaufakt.

## Basis

34,3 Mio. deutsche Privathaushalte

## Stichprobe

20.000 deutsche Privathaushalte

## Methode

### 2-Phasen-Erhebung:

1. Phase: Screening  
Monatliche Abfrage,  
ob Herd- und Kochgeschirr  
gekauft/angeschafft wurde
2. Phase: Zielgruppenbefragung  
Detaillierte Befragung  
zum Kauf

Nicht abgedeckt ist die institutionelle und gewerbliche Nachfrage sowie ausländische Haushalte, Anschaffungen von Herd- & Kochgeschirr in Hotels / Pensionen, Krankenhäusern, sowie der gewerbliche Kleinbedarf.

methodology

GfK



## [ Märkte ]

Im Bereich für Herd- und Kochgeschirr werden folgende Märkte beobachtet:

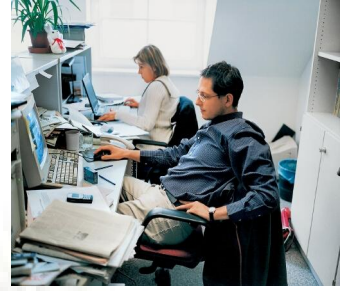
### Ø Herd- und Kochgeschirr aus Metall (auch Email)

- Koch-/ Bratentopf mit Henkel
- Koch-/ Bratentopf mit Stiel
- Kochschüssel /-topf
- Ovaler Bräter, Geflügel-/ Wildbratpfanne
- Rechteckige Bratform / Auflaufform
- Milchtopf MT
- Wok
- Pfanne
- Schnellkochtopf / Schnellbratpfanne

### Ø Mikrowellengeschirr / feuerfestes Herd- und Kochgeschirr aus Kunststoff, Glas, Ton, Keramik

- Kochschüssel / Topf
- Eckige Behälter
- Teller
- Abdeckhaube
- Back-/ Auflaufform
- Bräunungsgeschirr
- Kaffeekanne
- sonstige Teile

# [ Fragenkatalog ]



## Grundsätzliche Fragestellungen

- § Wie groß sind **mengen- und wertmäßig** die Märkte, die ein Unternehmen bedient?
- § Welche **Marktposition** haben die verschiedenen Anbieter im Markt?
- § Welche Bedeutung haben die einzelnen **Vertriebskanäle**?
- § Welche **Marken** werden gekauft und welche Bedeutung haben Marken grundsätzlich im jeweiligen Markt?
- § Zu welchen **Preisen** werden die Produkte / Sets gekauft?
- § Was war der **Anschaffungsanlass**? Neukauf / Ersatzkauf?
- § War der Kauf zuvor geplant oder handelte es sich um einen **Spontankauf**?
- § Wo haben sich die Käufer vor der Anschaffung **informiert**?
- § Was waren die **Kriterien für Marken- /Einkaufsstättenwahl**?
- § Warum wurde die letztendlich gekaufte / angeschaffte Marke ausgewählt?

questions

GfK

# [ Produktgruppe I ]



## Herd- und Kochgeschirr aus Metall (auch Email)

Erhoben werden für Herd- und Kochgeschirr aus Metall:

- § Kaufdatum
- § Set- oder Einzelkauf
- § Was wurde gekauft? Produkt-Typ z.B. Pfanne, Kochtopf-/Bratentopf mit Stiel, Schnellkochtopf, Milchtopf etc.
- § Größe, Durchmesser
- § Marke / Hersteller
- § Wo gekauft / angeschafft? Art der Einkaufsstätte?
- § Über Internet/ Online bestellt?
- § Aus welchem Material ist das gekaufte Geschirr? Edelstahl (blank oder beschichtet) Stahlemail, Aluminium (blank oder beschichtet), Guss(eisen), Kupfer, etc.?
- § War bei dem angeschafften Topf / der Pfanne ein Deckel dabei?
- § Mit / ohne Beschichtung
- § Wer hat gekauft? Männlich / weiblich?
- § Bezahlter Preis
- § Kauf für den eigenen Haushalt oder als Geschenk? Geschenk Anlass?
- § Informationsverhalten vor der Anschaffung
- § Vor dem Kauf an eine bestimmte Marke gedacht?
- § Warum wurde letztendlich die gekaufte / angeschaffte Marke ausgewählt?
- § Bei Schnellkochtopf und Schnellbratpfanne:
  - Besitz eines Schnellkochgerätes vor dem Kauf
  - Alter des zuvor besessenen Schnellkochgerätes
  - Zufriedenheit mit dem alten Schnellkochgerät

## [ Produktgruppe 2 ]



### Mikrowellengeschirr / feuerfestes Herd- und Kochgeschirr aus Kunststoff, Glas, Ton, Keramik

Erhoben werden für Mikrowellengeschirr aller Art:

- § Kaufdatum
- § Set- oder Einzelkauf
- § Was wurde gekauft? Produkt-Typ z.B. Kochschüssel, Teller, Kaffeekanne, Abdeckhaube, etc.
- § Größe, Durchmesser
- § Marke / Hersteller
- § Wo gekauft / angeschafft? Art der Einkaufsstätte
- § Bezahlter Preis
- § Über Internet / Online bestellt?
- § Aus welchem Material ist das gekaufte Mikrowellengeschirr? Feuerfestes Glas, Kunststoff, feuerfestes Porzellan, feuerfeste Keramik etc.
- § War bei dem angeschafften Mikrowellengeschirr ein Deckel dabei?
- § Dekor des Mikrowellengeschirrs?
- § Wer hat gekauft? Männlich / weiblich?
- § Kauf für den eigenen Haushalt?
- § Kauf als Geschenk? Geschenk Anlass?
- § Informationsverhalten vor der Anschaffung
- § Vor dem Kauf an eine bestimmte Marke gedacht?
- § Warum wurde letztendlich die gekaufte / angeschaffte Marke ausgewählt?
- § Mikrowellennutzung / Einsatzhäufigkeit

# [Panelauswertungen]



Auf Basis von Mengen und Wertdaten lassen sich die zentralen Kennziffern für ihre Marketingentscheidungen ermitteln:

- mengen- und wertmäßige Marktvolumina
- Marktanteile
- Bedeutung Erstkauf, Zusatzkauf
- Bedeutung der verschiedenen Vertriebskanäle
- Preisstruktur und Durchschnittspreise
- Preisstruktur Setkäufe

Darüber hinaus bieten sich eine Reihe von Möglichkeiten für Sonderanalysen für spezifische Fragestellungen an:

- Käuferprofile
- Wettbewerberprofile
- Käuferanalysen und Zielgruppenbeschreibungen

analysis

GfK

# [ Nutzen ]

## Unser Wissen - Ihr Nutzen

- ü Einschätzung von Marktgrößen, Potenzialen und Marktnischen
- ü Abbildung der augenblicklichen Marktsituation und durch kontinuierliche Berichterstattung der Marktentwicklung
- ü Benchmarking zu Konkurrenten
- ü Identifizierung der Wachstumsbereiche
- ü Breite Information über bisher nur unzureichend bekannte Märkte
- ü Umfassende Analysemöglichkeiten durch Sonderanalysen (z.B. Zielgruppenanalysen) oder ad hoc-Einfragen (z.B. Käuferbefragungen)

# [ Preise ]

- ∅ je nach Produktgruppe und Lieferumfang unterschiedlich
- ∅ Preise auf Anfrage

prices

GfK

GfK Panel Services Deutschland



Als persönlicher Ansprechpartner  
steht Ihnen zur Verfügung:

Peter Bittner  
Key Account Manager  
Telefon: +49(0)911-395-3665  
Fax: +49(0)911-395-4092  
[peter.bittner@gfk.com](mailto:peter.bittner@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Anschrift

GfK Panel Services Deutschland GmbH  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg