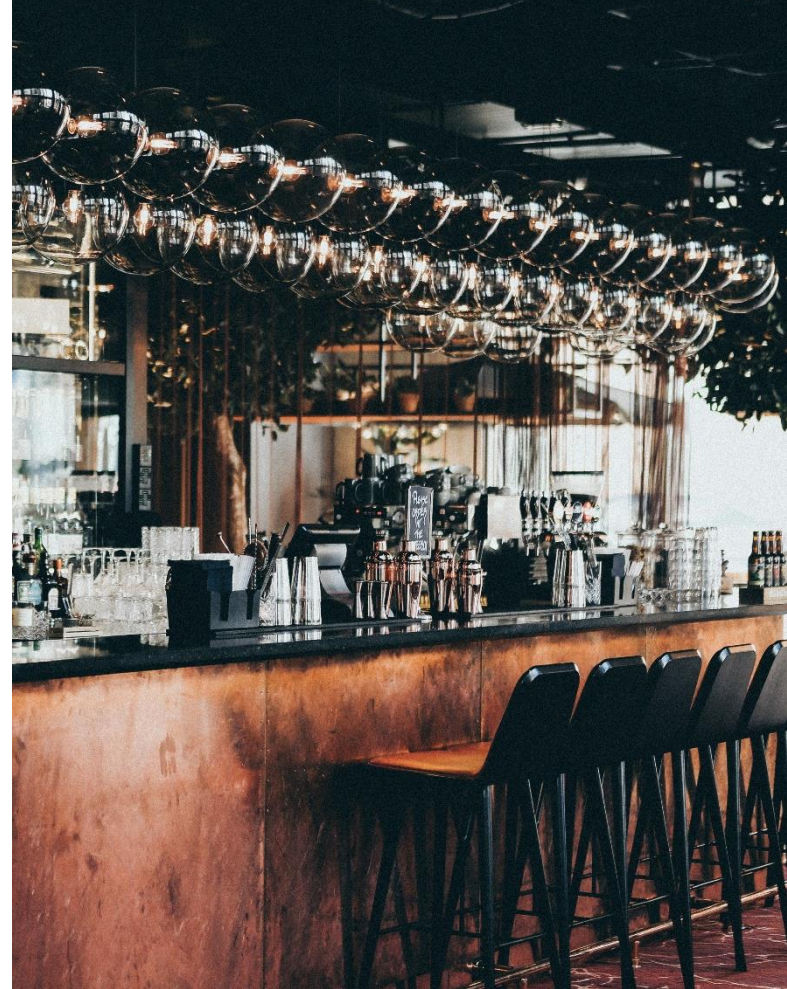


Vendéglátóhelyi italfogyasztás

Piackutatás a Gazdasági Versenyhivatal részére



Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló

A. Italfogyasztás, vendéglátóhelyek látogatása

B. Sörfogyasztás

C. Röviditalok, koktélok

D. Üdítőitalok

I. Szénsavas üdítők

II. Gyümölcslevek

III. Jegesteák

IV. Ásványvizek

E. Kávéfogyasztás

F. Energiaitalok

Mintaösszetétel

03

07

16

31

46

47

54

60

66

72

77

85

Kutatás háttere:

A kutatás célja az italkínálat fogyasztói helyválasztásban betöltött szerepének és az italválasztási folyamatnak az elemzése, az egyes italmárkák ismertségének és kedveltségének felmérése.

A kutatás célcsoportja: 18-65 éves hazai lakosság, akik legalább alkalmanként:

- fogyasztják a következők valamelyikét: sör, rövidital/koktél, szénsavas üdítőital/gyümölcslel/jegeste/ásványvíz, kávé, energiaital ÉS
- járnak vendéglátóhelyre

Mintanagyság: 2000 fő

Minta forrása: NRC Netpanel tagok

Az adatfelvétel ideje: 2021. március

Az adatfelvétel módszere: online kérdőíves felmérés többszörösen rétegzett, véletlen mintavétellel az NRC Netpanel, Magyarország legnagyobb kutatási panelje segítségével

Reprezentativitás: a minta reprezentatív nem, korcsoport, végzettség, lakóhelytípus és régió jellemzők alapján

Milyen szerepe van a sörnek a vendéglátóhely kiválasztásánál?

A vendéglátóhely kiválasztásánál, ha az alkoholos italkínálatot nézzük, a sörnek jelentősebb a szerepe, mint a többi alkoholos italnak. A sör ára után a választék az, ami fontos a fogyasztónak. A kézműves sörök jelenléte ugyanakkor jelenleg kevésbé számít a vendéglátóhelyeken. Ez eredhet abból a jellegzetességből, hogy a kézműves sört fogyasztók is fogyasztanak nagyüzemileg készített (gyakran prémium) söröket, így sokuk számára a megfelelő nagyüzemi sörkínálat elegendőnek bizonyulhat egy adott helyen.

Melyik fajta söröket preferálják a fogyasztók?

A sörfogyasztók zöme fogyaszt klasszikus, nagyüzemi sört, magyart és külföldit egyaránt (bár magyart kissé rendszeresebben). A nagyüzemi sörspecialitást és a kézműves söröket hasonló arányban (39% illetve 31%) fogyasztják, ugyanakkor mindkettő esetében igaz, hogy akik ezt a két típust fogyasztják, csak fogyasztásuk felét teszik ki ezek a sör típusok. Azaz a nagyüzemi sör adja a fogyasztás derékhatát, míg a specialitásokat fogyasztók nem kizárólag ezt fogyasztják, inkább változatosabbá teszik ezzel fogyasztásukat.

Mekkora a márkahűség szerepe, ha sörfogyasztásról van szó?

A sörfogyasztás esetében érdekes kettősség látható: míg nagyon sok márkát ismer és próbált ki a fogyasztó, a rendszeresen fogyasztott, kedvenc márkák között van néhány kiugró, kedvelt márká. Azaz a kedvelt márká meglepte ellenére kísérletezőnek látszik a sörfogyasztó. Ez abban is megnyilvánul, hogy a sörivők nagyobb része (61%-a) már próbált ki vendéglátóhelyen új márkát. A kipróbálás mögött a társaság tagjának ajánlása, az itallap vagy a személyzet ajánlása, a sörcsap hatása számít, míg a reklámanyagok (elismert) hatása csekély. Kimondottan azért, mert nem volt más márká, a sörivők csupán ötöde próbált ki egy márkát.

Hol történik a sörfogyasztás?

A sörfogyasztásnak ugyan nagyobb hányada otthoni, és a fogyasztók csak ötöde fogyaszt főként vendéglátóhelyen sört, ugyanakkor a fogyasztók úgy becsülik, hogy háromból egy sört azért vendéglátóhelyen isznak meg.

Hogyan fogyasztanak sört a vendéglátóhelyeken?

A vendéglátóhelyi sörfogyasztás nem jelenti automatikusan azt, hogy az csapolt sörfogyasztás lesz. Láthatóan megosztott ebben a sörivő tábor, sokan ragaszkodnak vendéglátóhelyen is az üveges/dobozos sörökhöz. A sörivők nem tűnnek különösen elégedetlennek a vendéglátóhelyi sörkínálattal. Leginkább a kocsmák, zenés helyek kínálatát növelnék, de csak harmaduknak, negyedüknek van ilyen elvárása.

Milyen szerepe van a rövidital- és koktélikínálatnak a vendéglátóhely kiválasztásánál?

Melyik fajta röviditalokat és koktélokot preferálják a fogyasztók?

Mekkora a márkahűség szerepe, ha rövidital és koktél fogyasztásról van szó?

Mi miatt próbálnak ki új márkát a fogyasztók?

A vendéglátóhelyi rövidital fogyasztás jelentősen ritkább, mint a sörfogyasztás. Szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában is csekélyebb, és az ár itt is fontosabbnak tűnik, mint a választék, a márkakínálat.

A koktélikínálat szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában ennél is mérsékeltebb. Ugyan koktélokot vendéglátóhelyen sokan fogyasztanak, de ez túlnyomórészt csak ritkán (ritkábban, mint havonta) fordul elő.

A röviditalok szerepe általában azokon a vendéglátóhely típusoknál erősebb, ahol a sör is fontosabb (pub, zenés szórakozóhely).

A pálinka, a whisky és a vodka a legnépszerűbb italok általában. Azok körében, akik többségében vendéglátóhelyen fogyasztanak, az átlagnál szignifikánsan többen választják a vodkát, illetve a gint. A fogyasztók nagy arányban (70%) érzékelik úgy, hogy sok vendéglátóhelyen ugyanazok az italok köszönnek vissza az itallapokon. Mégsem mondják, hogy unnák a kínálatot (csak 25%), ami azzal is kapcsolatban állhat, hogy néhány italtípus lefedi a jellemző fogyasztást.

A két kedvenc koktél (Mojito, Pina Colada) után a többi koktél preferenciája már nem fókuszált, eltérőek az ízlések.

A fogyasztó jellemzően nem ragaszkodik egy-egy adott rövidital márkához a koktélok keverése során. Csak a fogyasztók ötöde kérdezi meg mindig, milyen márkát van benne, és csak tizede ragaszkodik egy márkához. A többiek vagy csak alkalmanként, vagy egyáltalán nem figyelik, milyen márkát kerül a koktélijukba. A többségnek egyébként van kedvenc rövidital márkája, de ettől még kísérletezni is szeretnek. Azonban az új rövidital-élményért kevesen váltanának vendéglátóhelyet.

Az új márkák vendéglátóhelyi kipróbálása nagyon hasonló a sörnél tapasztaltaknál. Sokan (56%) próbáltak ki már új márkát, főleg más (társaságbeli) vendégek vagy a felszolgálók ajánlására, itallap vagy a pult kínálata alapján. Amiatt, mert csak az a márkát lehet elérni az adott italtípusból, csupán 16% próbált ki új márkát.

Mely alkoholmentes italok a legnépszerűbbek?

A szénsavas üdítők az ásványvíz és a kávé után a leggyakrabban fogyasztott italok, vendéglátóhelyen is. A gyümölcslevek gyakoriságban kissé lemaradva követik a szénsavas üdítőket, míg a jegesteák fogyasztási gyakorisága még alacsonyabb.

A szénsavas üdítőitalok ismertsége és kipróbáltsága rendkívül magas, ugyanakkor a Coca-Cola és a Pepsi egyértelműen a két kedvenc.

A márkapreferencia egyértelműen a Coca-Cola felé billen. Ugyanakkor a ragaszkodás a márkához vendéglátóhelyi szituációban mérsékelt: a Pepsisek 76%-a Coca-Cola-t, a Coca-Cola ivók 67%-a Pepsit iszik, ha nincs a kedvencük az adott helyen, és 10-ből csak 2-3 ember, aki ilyenkor inkább mást vagy semmit sem iszik.

A gyümölcslevek esetében vannak kiugró kedvencek, a jegestea esetében azonban nem ilyen egyértelmű a kép, bármely vizsgált márkát tekintjük, a fogyasztók 10-20%-a választja rendszeresen, és kedvenc márká tekintetében is megosztott képet látunk.

Mi miatt próbálnak ki új alkoholmentes italokat a vendéglátóhelyeken?

Szénsavas üdítőt kissé ritkábban próbál ki a fogyasztó vendéglátóhelyen (44%), mint sört vagy röviditalt. Szénsavas üdítő esetében – szemben az alkoholos italoknál – nem is a személyes ajánlás, mint a termékkel való kontaktus (itallap, pult) a jellemzőbb. Azt, hogy amiatt próbálták ki újat, mert más márká nem elérhető (25%) itt gyakrabban említették, mint a sör vagy rövidital esetében. Nagyjából ugyanez a kép a gyümölcslevek esetében is, azzal az árnyalatnyi különbséggel, hogy az „emberi ajánlás” jellemzőbb, és hogy gyakrabban fordul elő, hogy azért próbál ki egy gyümölcslé márkát, mert adott helyen más nincs (29%). Ugyanakkor még magasabb ez az arány a jegesteáknál (31%).

Melyik alkoholmentes italokból van a fogyasztóknak igényük nagyobb kínálatra?

A szénsavas üdítőnél a fogyasztók jellemzően azt érzékelik, hogy egyre több a márká általában, és a vendéglátóhelyeken is. Nincs egyértelmű igény arra, hogy még több márká legyen elérhető (csupán a fogyasztók harmada igényelné). Más a kép azonban a gyümölcsleveknél. Bár itt is érzékelik, hogy egyre több a márká, jóval többen örülnének a gazdagabb vendéglátóhelyi kínálatnak, mint a szénsavas üdítőknél.

Milyen szerep jut az energitaloknak a vendéglátóhelyeken?

Az energitalok a vizsgált frissítők közül a legkevesebbek által fogyasztott ital, és a fogyasztókon belül is sokan nem vagy csak ritkán választják azt vendéglátóhelyen.

Az energitalok kínálatával – még ha nagyon is hasonlóan tartják az egyes vendéglátóhelyek kínálatát – alapvetően elégedettek a fogyasztók, ami abból is eredhet, hogy egy erős márká uralja a preferenciát (ha Hell van az adott helyen, úgy a legtöbb fogyasztó megtalálja a kedvencét).

Milyen gyakran fogyasztunk kávét, ásványvizet vendéglátóhelyeken?

A kávéfogyasztás vendéglátóhelyen nagyon gyakori, sokan (a vendéglátóhelyi kávéfogyasztók harmada) akár naponta megisznak egy kávét vendéglátóhelyen.

A vendéglátóhelyeken a második leggyakrabban fogyasztott ital – a kávé után – az ásványvíz.

Miben tér el az ásványvíz az üdítőktől?

Az ásványvizek fogyasztói percepciójának érdekessége, hogy az üdítőitalokkal szemben viszonylag sokan gondolják, hogy nincs érdemi különbség a márkák között (43%). Bár érzékelik a növekvő kínálatot, az üdítőkhöz képest csekélyebb az érdeklődés az új márkák kipróbálása iránt.

Mennyire fontos a vendéglátóhelyeken fogyasztott kávé és ásványvíz márkája?

A kávéban és az ásványvízben némileg közös az, hogy a márkák jelentősége mintha csekélyebb lenne fogyasztói szemmel. A vendéglátóhelyen kávézók kevesebb mint fele mondja azt, hogy rendszerint tudja, milyen márkájú kávét fogyaszt, a vendéglátóhelyen alkalmasszerűen kávézók esetében még kisebb (29%) ez az arány.

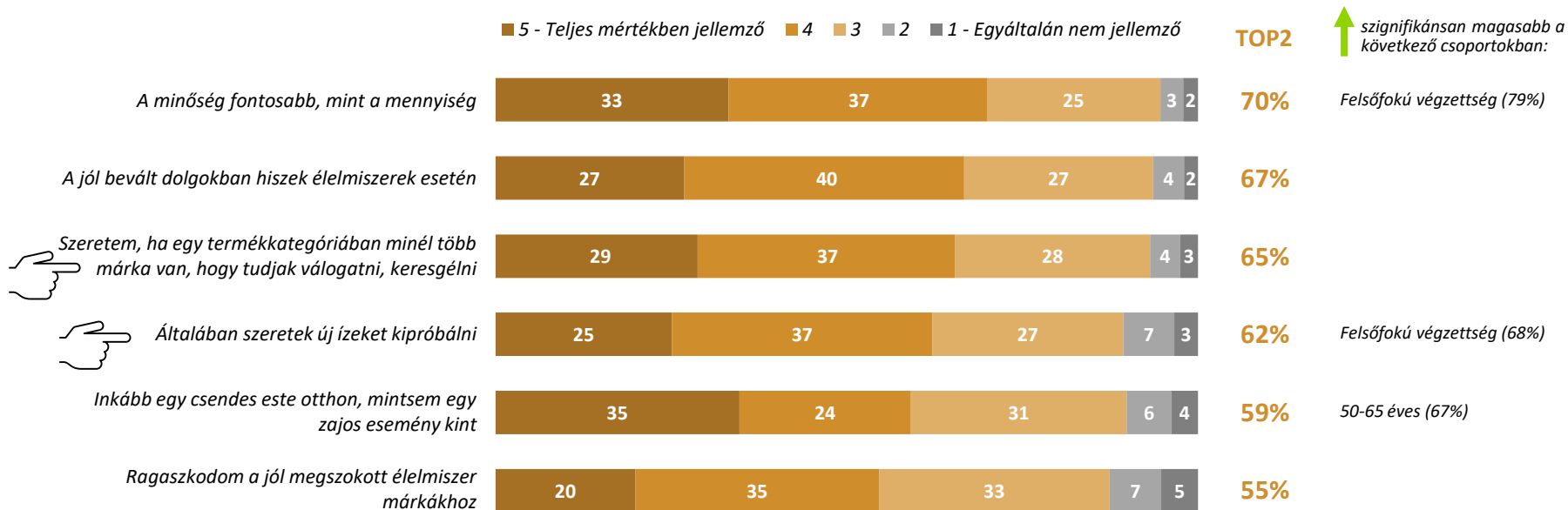
A vendéglátóhelyen kávézóknak ennek dacára van kedvenc márkájuk, kiugrik ezek közül a Tchibo és az Omnia – amelyek ugyanakkor nem tipikusan vendéglátóhelyi márkák.

A. ITALFOGYASZTÁS, VENDÉGLÁTÓHELYEK LÁTOGATÁSA



Az új dolgok kipróbálásának igénye határozottan jelen van a fogyasztók nagyobb hányadánál, ugyanakkor erős az ismert, bevált márkákhoz való ragaszkodás is.

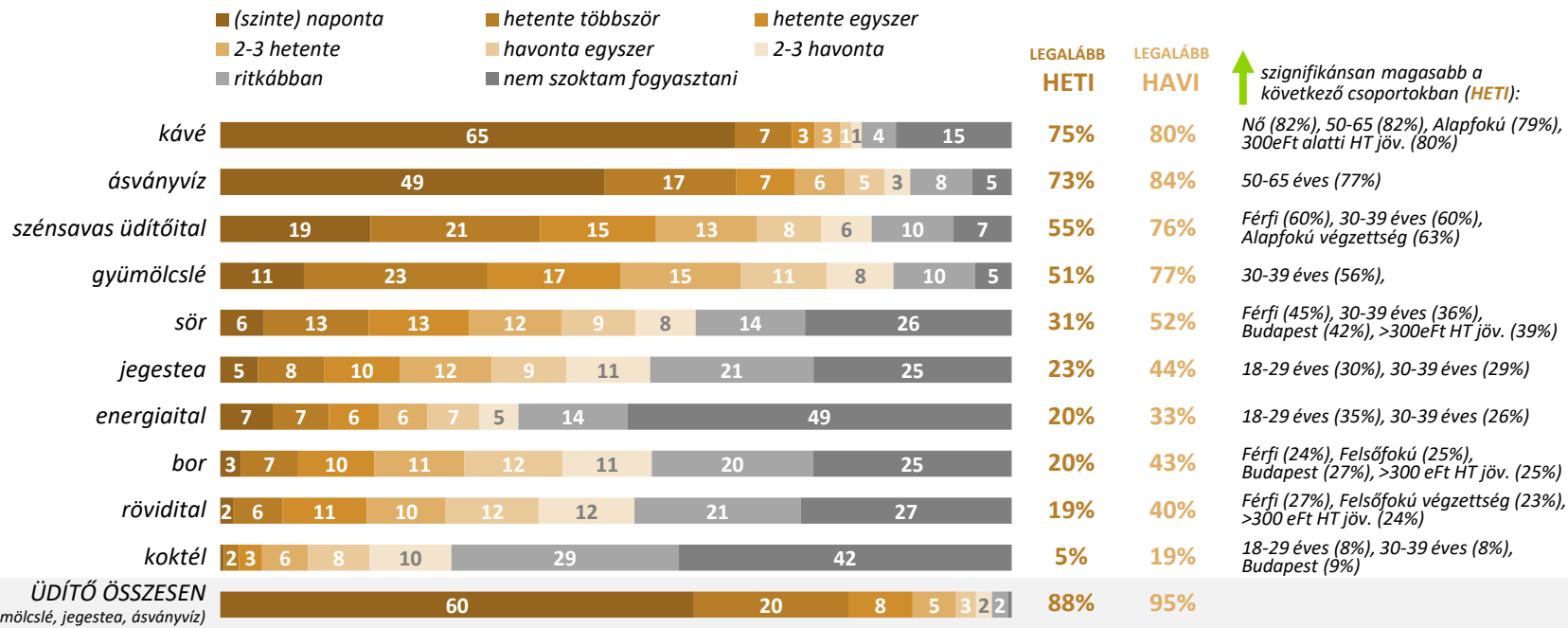
Mennyire jellemzők Önre az alábbi állítások?
Bázis: Teljes minta, n=2000



A kávé és az ásványvíz sokak által és gyakran fogyasztott termék. Széleskörben, de alkalmilag fogyasztott a bor és a rövidital. Az energiaiált ugyan csak a lakosság fele fogyasztja, ezen belül azonban magas a gyakoriság.

Milyen gyakran fogyasztja Ön az alábbi termékkategóriákat?

Bázis: Teljes minta, n=2000

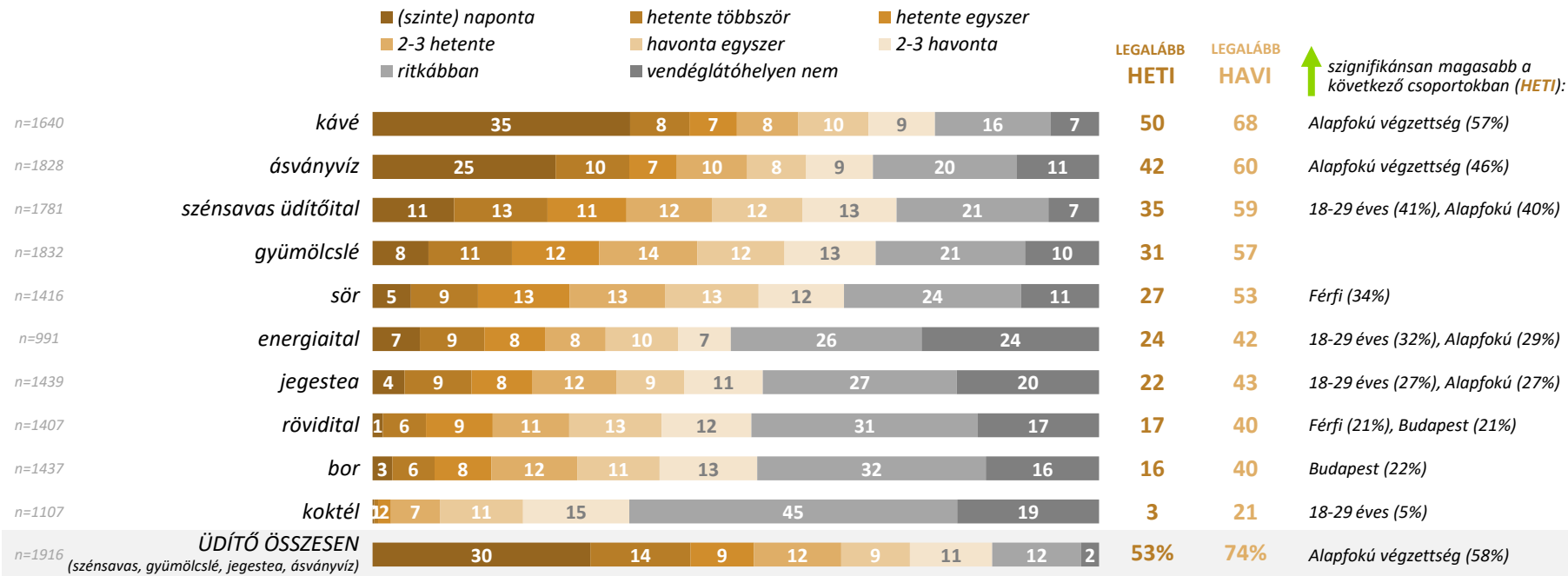


A kávé és az ásványvíz a vendéglátóhelyeken is a leggyakrabban rendelt ital.

Termékkategóriák fogyasztása vendéglátóhelyen

Kérem, gondoljon a vírushelyzet előtti szokásaira! Milyen gyakran fogyasztja Ön az alábbi termékkategóriákat vendéglátóhelyen (klasszikus étterem, étkeзде, kávézó, kocsmá, pub, bár, zenés szórakozóhely, koncertterem, szálloda, egyéb szálláshely)?

Bázis: 1925 fő, és azon belül aki fogyasztja az adott kategóriát



Összességében ritkán jár a lakosság vendéglátóhelyekre. Jól leírhatóan a 40 év alattiakra, illetve magasabb jövedelműekre, végzettségűekre jellemző ez.

Milyen gyakran járt az alábbi helyekre az elmúlt években?
Bázis: Teljes minta, n=2000

(szinte) naponta hetente többször hetente egyszer havonta többször
havonta egyszer 2-3 havonta ritkábban egyáltalán nem

Étkezde, kávézó
(ahol általában napi menüből lehet rendelni)



HETI

20%

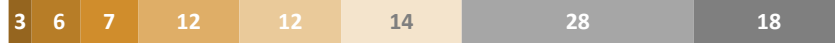
HAVI

48%

↑ szignifikánsan magasabb a következő csoportokban (HAVI):

30-39 éves (58%), Felsőfokú (58%), Budapest (61%), >300 eFt HT jöv. (56%)

Kávézó



16%

40%

18-29 éves (46%), 30-39 éves (48%), Felsőfokú (49%), Budapest (48%), >300 eFt HT jöv. (49%)

Klasszikus étterem
(ahol étlapról lehet rendelni)



8%

39%

30-39 éves (48%), Felsőfokú végzettség (47%), >300 eFt HT jöv. (46%)

Kocsmá, pub, bár



14%

36%

Férfi (47%), 18-29 (49%), 30-39 (45%), Középfokú végzettség (40%), Budapest (41%)

Zenés szórakozóhely, koncertterem



6%

23%

18-29 éves (35%), 30-39 éves (31%)

Szálloda, egyéb szálláshely



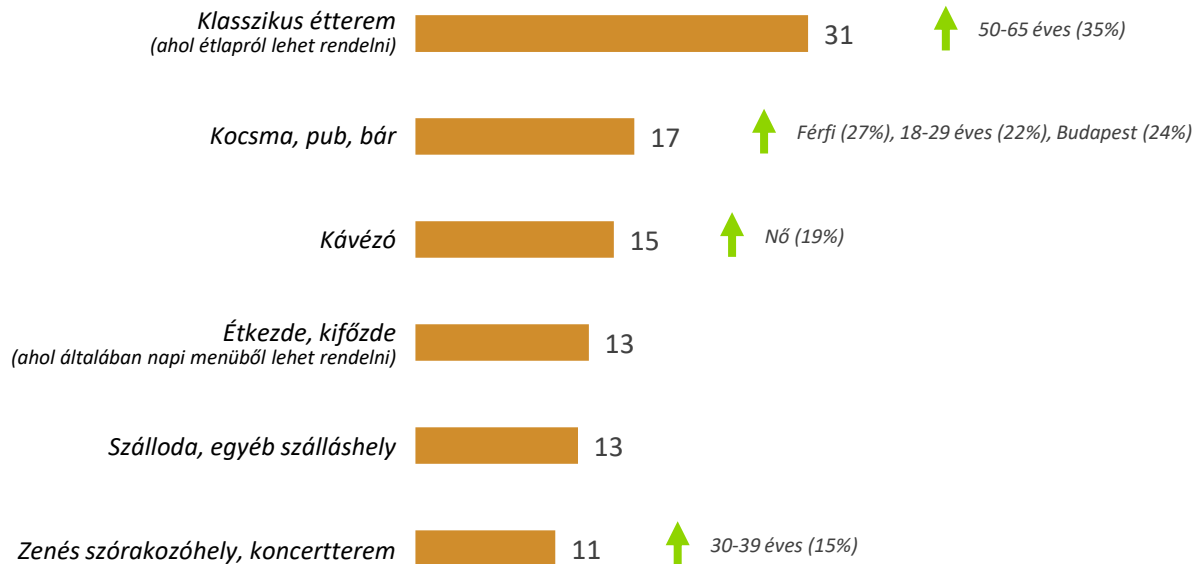
4%

9%

18-29 éves (13%), 30-39 éves (14%)

A klasszikus étterem a kedvenc, ugyanakkor nem ez a leggyakrabban látogatott típus, hanem a kifőzde és a kávézó.

És melyik az a vendéglátóhely, ahova Ön a legszívesebben megy?
Bázis: Teljes minta, n=2000



A kiszolgálás és a helyszín minősége, továbbá az ételek jellemzői jóval meghatározóbbak az italok minőségénél vagy választékánál.

Ön a <...> helyre megy a legszívesebben. Mennyire fontosak az alábbi szempontok, amikor <...> helyet választ?

Bázis: Teljes minta, n=2000

ÁLTALÁNOSAN:

5 - Nagyon fontos 4 3 2 1 - Egyáltalán NEM fontos

TOP2



szignifikánsan magasabb a következő csoportokban:

Személyzet udvariassága, barátságossága	57	26	13	2	2	83%	50-65 éves (90%), Falu (87%)
Az ételek minősége	58	21	12	3	5	80%	Nő (84%), 50-65 éves (87%)
Adagok nagysága	40	29	19	6	6	70%	50-65 éves (77%), Falu (75%)
Az ételválaszték nagysága	39	26	21	7	7	65%	Nő (71%), 50-65 éves (73%)
Közel vagy könnyen elérhető legyen a hely	32	33	25	6	5	65%	
A helyen lévő társaság, a vendégközösség	33	31	22	6	8	64%	
A hely híre (barátai, ismerősei ajánlják-e)	22	35	29	6	8	57%	Középfokú végzettség (62%)
Az üdítőitalok ára	23	26	28	8	15	49%	Nő (54%), 30-39 éves (56%), Alapfokú végzettség (56%)
Ismerjem a helyet, régóta járok oda	19	28	32	10	11	47%	
Üdítőital-választék (többféle íz és márká)	20	25	27	12	16	45%	Nő (51%), 30-39 éves (51%), Alapfokú végzettség (55%)
Az üdítőitalok márkája	14	25	30	12	19	38%	Nő (43%), Alapfokú végzettség (47%)
A kávé ára	19	19	26	10	26	38%	Nő (45%), Alapfokú végzettség (44%)
A kávé márkája	16	21	25	10	28	37%	Nő (43%), 50-65 éves (43%), Alapfokú végzettség (43%)
A sörök ára	19	16	21	8	36	35%	Férfi (45%), 30-39 éves (41%)
Röviditalok árai	14	15	20	10	39	30%	Férfi (35%), 18-29 éves (38%)
Kapható legyen csapolt sör is	13	16	21	10	41	29%	Férfi (40%), 30-39 éves (34%)
A sörválaszték, sokféle sör kapható legyen	12	17	22	11	39	29%	Férfi (39%), Budapest (34%)
Többféle csapolt sör legyen kapható	10	17	21	11	40	27%	Férfi (39%), Középfokú végzettség (32%), Budapest (33%)
Elérhető rövidital márkák	9	15	20	13	42	25%	Férfi (28%), 18-29 éves (30%), 30-39 éves (30%)
Rövidital választék	8	15	22	13	43	23%	Férfi (26%), 18-29 éves (30%), 30-39 éves (27%)
Koktélok árai	9	14	20	14	43	23%	18-29 éves (33%), 30-39 éves (27%)
Csapolt kézműves, kisüzemi sör is kapható legyen	7	14	21	12	45	21%	Férfi (24%)
Kézműves, kisüzemi söröket (is) lehessen kapni	7	13	23	12	45	20%	Férfi (24%), 30-39 éves (25%)
Koktélválaszték	6	11	23	13	47	17%	18-29 éves (26%)

Az italkínálat fontosabb a kocsmá/pub/bár és a zenés helyek esetében. Ezeken a helyeken az alkoholos italok választékának jelentősége csak kissé múlja alul az ár jelentőségét.

Őn a <...> helyre megy a legszívesebben. Mennyire fontosak az alábbi szempontok, amikor <...> helyet választ?
Bázis: Teljes minta, n=2000

FONTOS – TOP2 (%)	ÁLTALÁNOSAN	AKINEK AZ ADOTT VENDÉGLÁTÓHELY A KEDVENCE					
		Klasszikus étterem n=611	Kocsmá, pub, bár n=340	Kávészó n=309	Étkezde, kifiződe n=270	Szálloda, egyéb szálláshely n=252	Zenés szórakozóhely, koncertterem n=218
szignifikánsan többeknek fontos							
Személyzet udvariassága, barátságossága	83	91	78	82	80	80	75
Az ételek minősége	80	94	58	76	88	83	65
Adagok nagysága	70	83	55	60	83	70	52
Az ételválaszték nagysága	65	85	38	53	80	72	46
Közel vagy könnyen elérhető legyen a hely	65	60	76	69	69	47	67
A helyen lévő társaság, a vendégek közössége	64	62	77	66	54	46	77
A hely híre (barátai, ismerősei ajánlák-e)	57	56	61	57	53	53	62
Az üdítőitalok ára	49	50	42	59	53	37	51
Ismerjem a helyet, régóta járjak oda	47	44	63	46	60	31	37
Üdítőital-választék (többféle íz és márká)	45	49	36	52	51	32	48
Az üdítőitalok márkája	38	40	32	42	42	29	45
A kávé ára	38	34	33	62	36	31	31
A kávé márkája	37	35	29	63	38	33	26
A sörök ára	35	25	67	31	23	26	47
Röviditalok árai	30	21	57	22	18	24	45
Kapható legyen csapolt sör is	29	22	58	22	19	17	41
A sörválaszték, sokféle sör kapható legyen	29	20	58	24	16	20	42
Többféle csapolt sör legyen kapható	27	22	53	18	18	18	37
Elérhető rövidital márkák	25	18	40	24	15	18	38
Rövidital választék	23	15	45	16	15	18	37
Koktélok árai	23	18	29	31	16	20	28
Csapolt kézműves, kisüzemi sör is kapható legyen	21	18	33	20	15	16	28
Kézműves, kisüzemi söröket (is) lehessen kapni	20	17	33	20	15	15	20
Koktélválaszték	17	15	20	19	10	11	28

A vendéglátóhelyek kiválasztásában a sörkínálat (választék és ár) fontosabbnak tűnik a rövidital kínálatánál.

Most arra kérem, hogy rangsorolja az alábbiakat azok fontossága szerint, amikor Ön egy <...> helyet választ!

Bázis: Teljes minta, n=2000

LEGFONTOSABB (%) / TOP5 LEGFONTOSABB KÖZÉ SOROLTA (%)	ÁLTALÁNOSAN	AKINEK AZ ADOTT VENDÉGLÁTÓHELY A KEDVENCE					
		Klasszikus étterem n=611	Kocsma, pub, bár n=340	Kávézó n=309	Étkezde, kifőzde n=270	Szálloda, egyéb szálláshely n=252	Zenés szórakozóhely, koncertterem n=218
Az ételek minősége	23 58	43 85	5 22	12 49	27 70	18 66	6 30
Közel vagy könnyen elérhető legyen a hely	12 38	9 33	10 40	15 44	11 45	20 32	14 43
Személyzet udvariassága, barátságossága	10 61	7 74	9 51	15 59	4 51	17 68	7 50
Ismerjem a helyet, régóta járjak oda	9 25	6 22	19 36	9 24	6 30	5 17	7 20
Az ételválaszték nagysága	7 44	12 70	2 16	2 22	11 52	7 57	2 19
Adagok nagysága	7 48	8 70	1 15	2 29	16 68	4 53	7 31
A hely híre (barátai, ismerősei ajánlják-e)	6 29	4 26	5 29	3 30	3 26	13 36	13 35
A helyen lévő társaság, a vendégközösség	6 31	1 22	12 46	5 36	3 20	4 26	18 49
A kávé ára	3 14	0 8	2 8	11 42	1 9	1 8	3 10
A kávé márkája	3 13	1 9	2 6	11 41	6	0 10	3 7
A sörök ára	2 13	1 5	7 42	2 9	3 6	5	4 19
Kapható legyen csapolt sör is	1 9	3	7 30	1 5	5	1	0 14
Röviditalok árai	1 7	2	3 17	4	2 6	3	3 14
A sörválaszték, sokféle sör kapható legyen	1 8	0 4	3 26	1 3	0 3	1 6	1 12
Többféle csapolt sör legyen kapható	1 7	0 3	2 19	1 2	0 3	4	3 14
Üdítőital-választék (többféle íz és márká)	1 12	1 14	1 5	0 14	1 14	0 9	2 20
Az üdítőitalok ára	1 11	0 9	0 8	2 18	2 16	7	0 14
Kézműves, kisüzemi söröket (is) lehessen kapni	1 5	1 3	2 11	0 5	2	1 2	6
Elérhető rövidital márkák	1 4	1	1 4	2 7	0 4	0	10
Koktél választék	1 3	1 3	4	2	1 3	2	2 7
Csapolt kézműves, kisüzemi sör is kapható legyen	1 4	1	2 13	1 2	1 2	0 4	0 6
Koktélok árai	0 3	1 2	0 5	6	2	0 1	1 3
Az üdítőitalok márkája	0 7	0 3	0 7	0 9	1 9	5	1 14
Rövidital választék	0 4	2	1 10	2	0 6	0 3	1 7

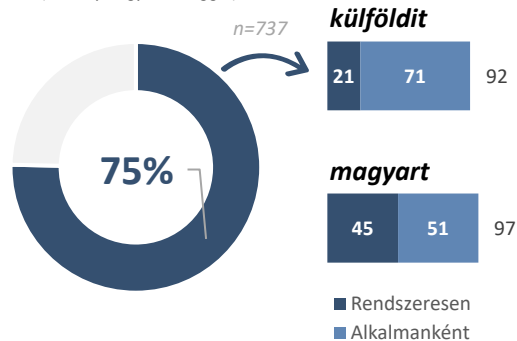
B. SÖRFOGYASZTÁS



Kézműves sört a fogyasztók harmada fogyaszt, de körükben is csak a fogyasztásuk kevesebb mint fele ilyen sör, a fennmaradó nagyüzemi előállítású termék

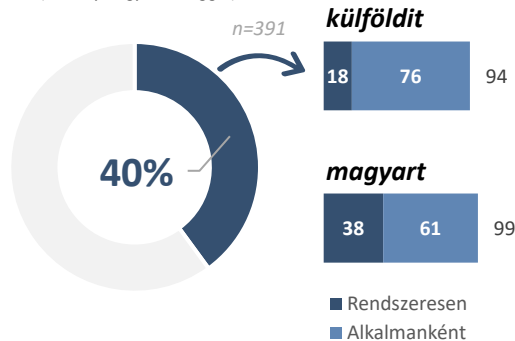
Milyen sört szokott Ön fogyasztani? / Milyen gyakran fogyasztja Ön az alábbi söröket? /
Kérem, továbbra is gondoljon 10 sörfogyasztási alkalomra. A 10-ből hány alkalommal fogyasztja az alábbi típusú söröket?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978

Fogyaszt klasszikus, nagyüzemi sört (bármilyen gyakorisággal)



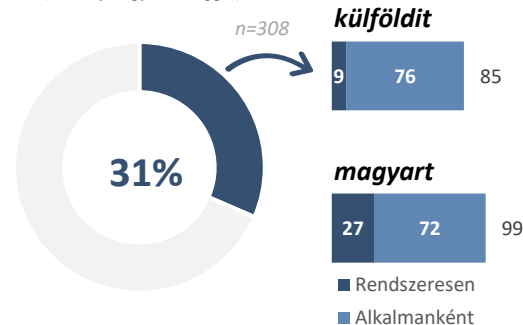
↑ Férfi (81%)

Fogyaszt nagyüzemi sörspecialistát (bármilyen gyakorisággal)



↑ Felsőfokú végzettség (52%)
Budapest (50%)
Megengedhet extra kiadásokat (46%)

Fogyaszt kézműves, kisüzemi sört (bármilyen gyakorisággal)



↑ 18-29 éves (40%)
Budapest (44%)
Megengedhet extra kiadásokat (36%)

10 sörből átlagosan ennyi ilyen típusú:

TOTAL 6,3 AKI FOGYASZT ILYET (IS) 8,4

10 sörből átlagosan ennyi ilyen típusú:

TOTAL 2,3 AKI FOGYASZT ILYET (IS) 5,7

10 sörből átlagosan ennyi ilyen típusú:

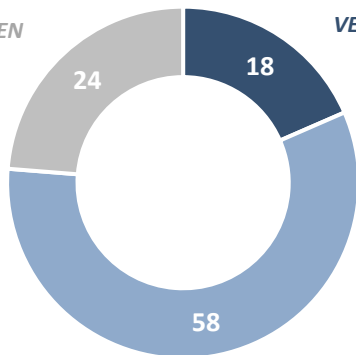
TOTAL 1,4 AKI FOGYASZT ILYET (IS) 4,5

A fogyasztók érzékelése szerint sörfogyasztásuk harmada történik vendéglátóhelyen. Korántsem magától értetődő, hogy vendéglátóhelyen inkább csapoltat választ a fogyasztó, sőt, az üveges/dobozos enyhe többségben van.

Kérem, gondoljon 10 sörfogyasztási alkalomra úgy, mintha nem lennének lezárások a járvány miatt! A 10-ből hány esetben fogyaszt sört a saját, családtag vagy ismerős otthonában és hány esetben külső helyszínen, vendéglátóhelyen? / A 10-ből hány alkalommal fogyaszt csapolt és üveges/dobozos sört vendéglátóhelyen?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978 / Aki 10 sörből legalább 1-et vendéglátóhelyen fogyaszt, n=904

Sörfogyasztás tipikus helyszíne

UGYANOLYAN
ARÁNYBAN
VENDÉGLÁTÓHELYEN
ÉS OTTHON



LEGTÖBBSZÖR
VENDÉGLÁTÓHELYEN

10 sörből átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
3,7

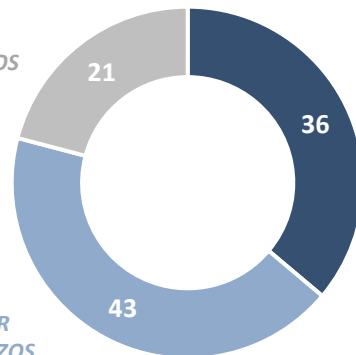
LEGTÖBBSZÖR OTTHON/
MÁS OTTHONÁBAN

10 sörből átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
6,3

Vendéglátóhelyen fogyasztott sör típusa

Aki 10 sörből legalább 1-et vendéglátóhelyen fogyaszt, n=904

UGYANOLYAN
ARÁNYBAN
CSAPOLT ÉS
ÜVEGES/DOBOZOS



LEGTÖBBSZÖR
CSAPOLT

10 sörből átlagosan
ennyi ilyen:
4,7

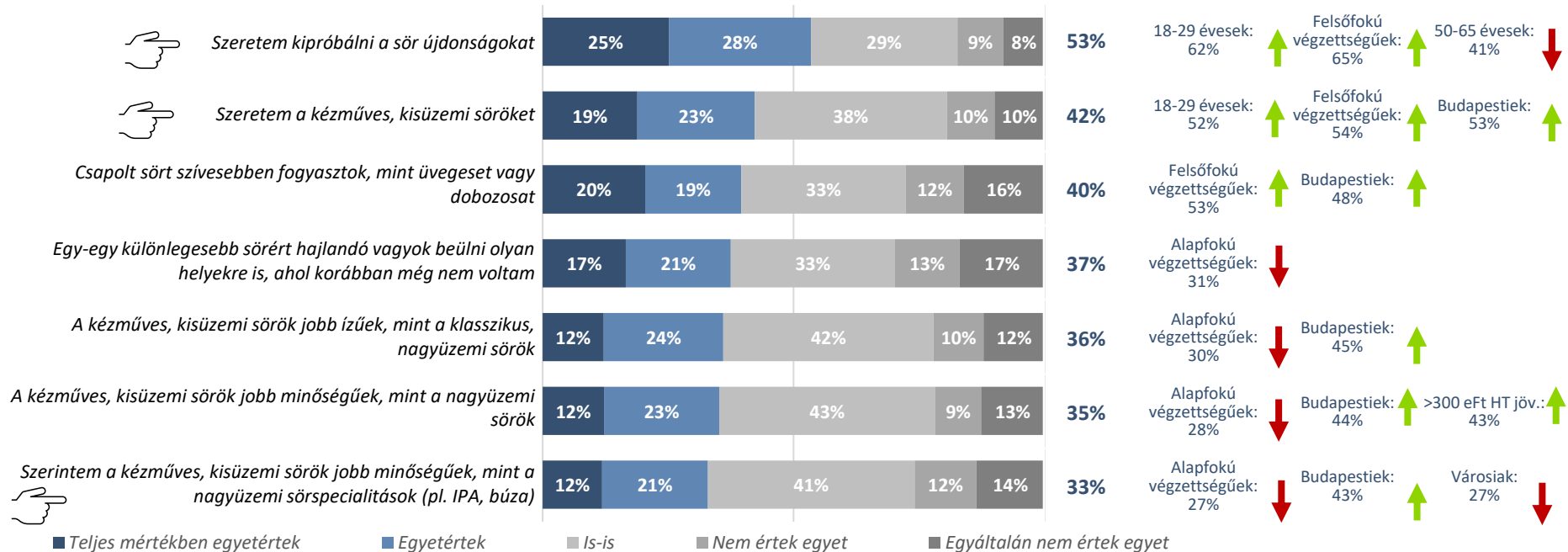
LEGTÖBBSZÖR
ÜVEGES/DOBOZOS

10 sörből átlagosan
ennyi ilyen:
5,3

A fogyasztók a vendéglátóhelyen általában nyitottak az újdonságokra, a kézműves sörökre. Azonban ez nem feltétlenül jelenti azt, hogy automatikusan jobbnak is tartják ezeket.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978

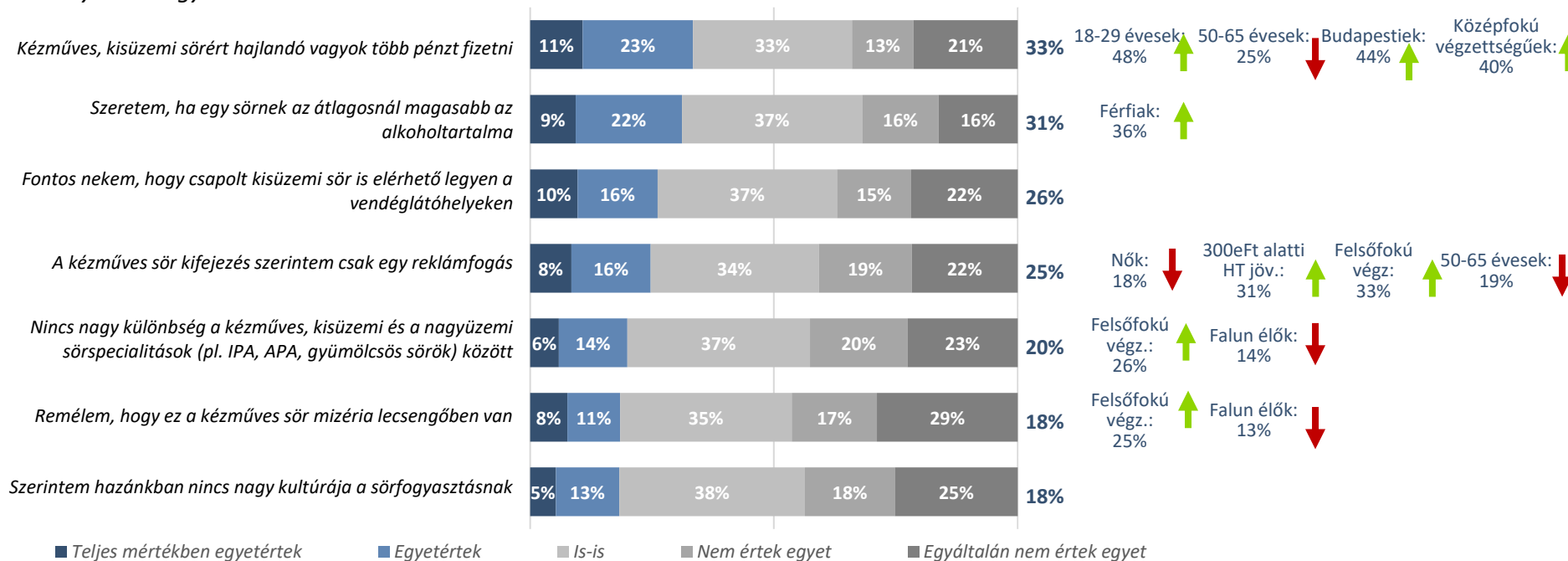
Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?



A kézműves sörök trendjét a többség nem csupán „hype”-nak tartja. Az árprémiumot csak a fogyasztók harmada (főként a fiatalok és fővárosiak) fizetik meg szívesen.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978

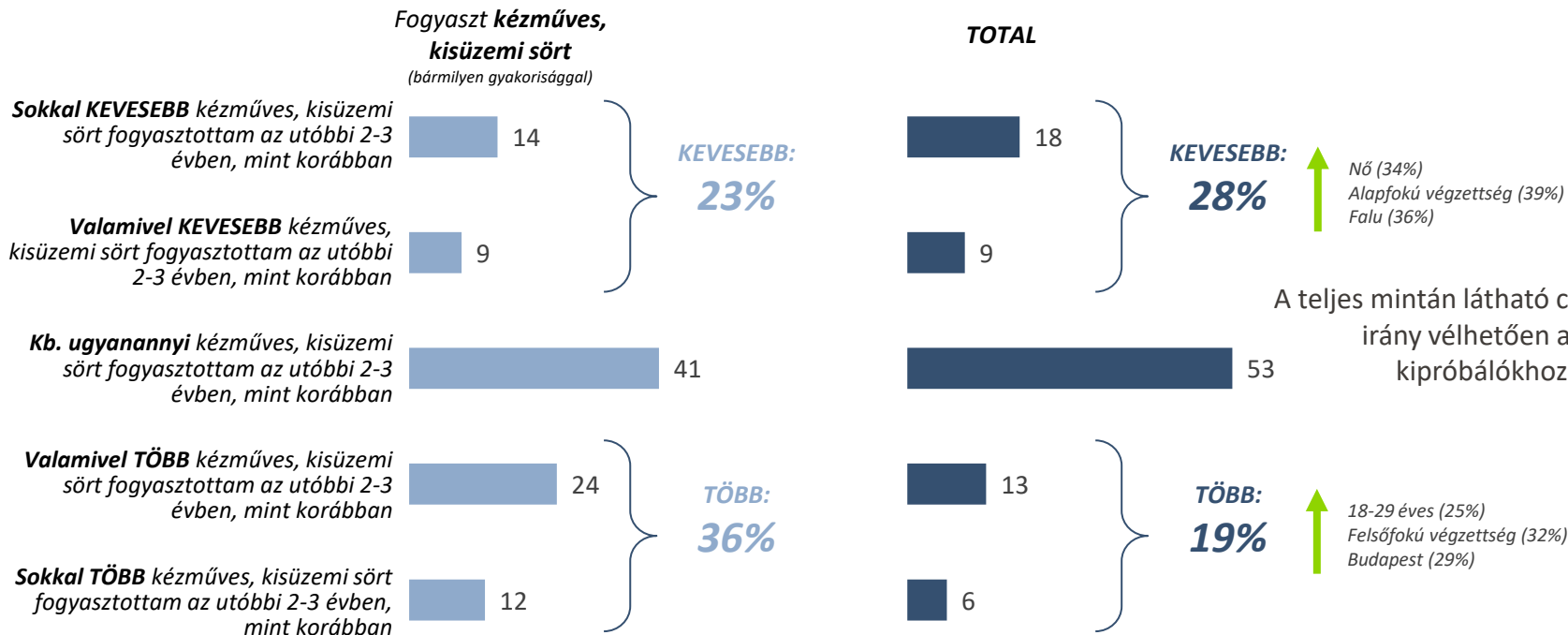
Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?



A jelenlegi kézműves sörfogyasztók inkább növekvő, mint csökkenő fogyasztásról számolnak be.

Ha az utóbbi 2-3 évet hasonlítja össze az azokat megelőző évekkal, akkor melyik az Önre leginkább jellemző állítás?

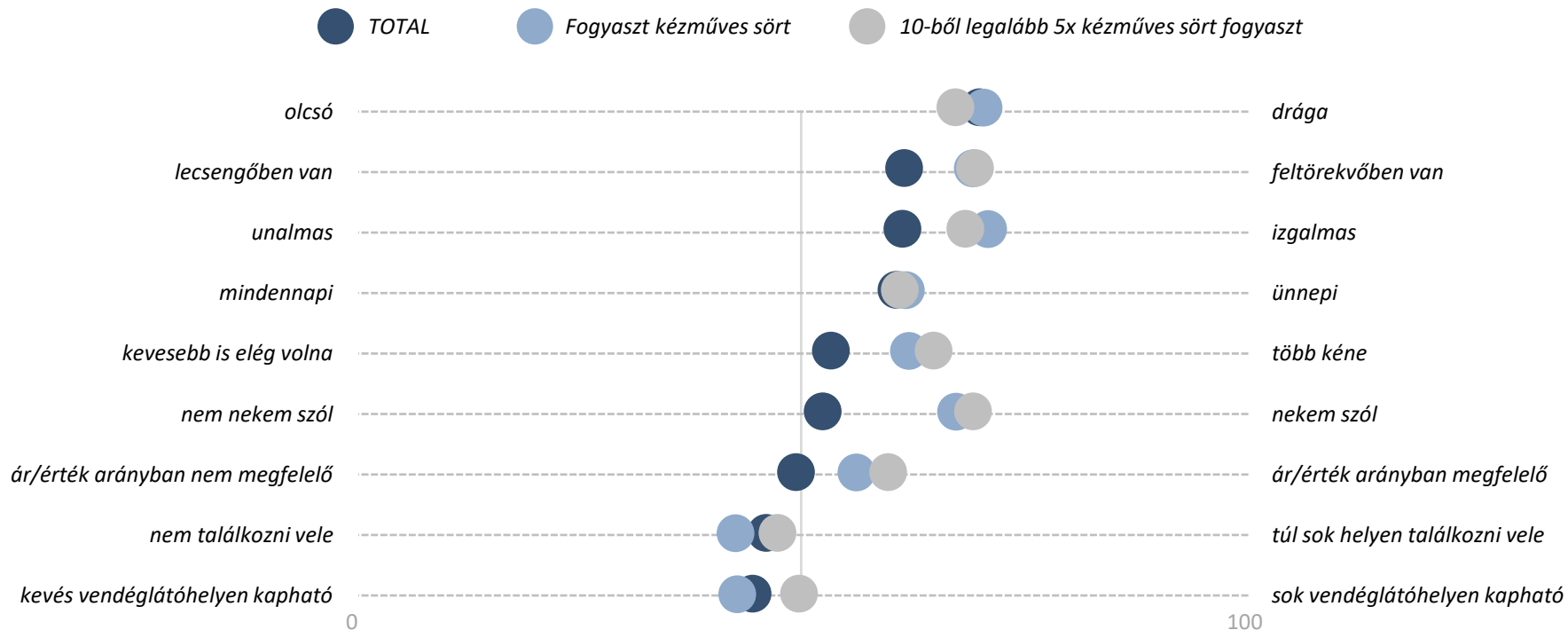
Bázis: Kézműves sör fogyasztók, n=308 / Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978



A kézműves sör percepcióját elsősorban a drágasága fejezi ki, emellett egy izgalmas és feltörekvő kategória. Nem gondolják, hogy sok vendéglátóhelyen kapható.

Hogyan írná le a benyomásait a kézműves, kisüzemi sörökről az alábbi ellentétpárok mentén?

Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978 / Kézműves sör fogyasztók, n=308 / Akik 10-ből legalább 5-ször kézműves sört fogyasztanak, n=120



A spontán említett kedvenc márkákat a Soproni – Borsodi – Dreher – Heineken négyes alkotja.

Most kérem, gondoljon sörmárkákra! Melyik a kedvenc sörmárkája?

Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978 / Kézműves sör fogyasztók, n=308 / Akik TÖBBSÉGÉBEN vendéglátóhelyen fogyasztanak sört, n=181

	TOTAL	AKI FOGYASZT KÉZMŰVES SÖRT	AKI TÖBBSÉGÉBEN VENDÉGLÁTÓHELYEN FOGYASZT SÖRT
Soproni	21	13	20
Borsodi	11	8	9
Dreher	11	10	10
Heineken	9	8	10
Kőbányai	3	2	2
Staropramen	3	4	2
Gösser	3	2	2
Pilsner Urquell	2	5	3
Kozel	2	2	1
nincs ilyen	2	2	1
Arany Ászok	2	1	4
Steffl	1	1	1

	TOTAL	AKI FOGYASZT KÉZMŰVES SÖRT	AKI TÖBBSÉGÉBEN VENDÉGLÁTÓHELYEN FOGYASZT SÖRT
Paulaner	1	3	3
Krusovice	1	2	2
Budweiser	1	1	
Pécsi	1	1	0
Csiki	1	2	0
Stella	1	1	1
Miller	1	2	
Edelweiss	1	2	1
Mort Subite	1	1	1
Leffe	0	1	2
Mad Scientist	0	1	0
Szentandrás	0	1	1

Nagyon sok a magas ismertségű sör, mégis a fogyasztás néhány márka körül sűrűsödik.

Most kérem, gondoljon sörmárkákra! Melyik a kedvenc sörmárkája? / Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi sörmárkákat? Esetleg fogyasztotta is már? /
Melyik az a három sörmárka, amelyeket a legszívesebben fogyasztja?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978

TOTAL

	HALOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	TOP3 KEDVENCE KÖZÖTT (SEGÍTETT)	KEDVENCE (SPONTÁN)
Soproni	98	90	32	50	21
Heineken	98	86	19	38	9
Dreher	97	86	23	40	11
Közel	96	77	9	16	2
Csiki Sör	93	56	6	13	1
Staropramen	88	66	14	24	3
PilsnerUrquell	87	61	10	16	2
Paulaner	58	36	4	5	1
Erdinger	52	27	2	4	
Hoegaarden	49	28	3	5	0
Szentandrás	47	24	3	4	0
Mort Subite	40	23	4	6	1
BelleVue	37	20	2	2	
Legenda	37	13	1	1	
Monyó	29	14	2	3	0
BrewDog	29	11	1	2	
First	29	13	2	2	
MadScientist	27	12	2	2	0
DealBreaker	24	9	1	0	
BrewYourMind	24	9	2	1	

A kézműves sörök fogyasztói a nagyipari sörmárkákat jobban ismerik, ugyanúgy vannak kedvenceik, annyi eltéréssel, hogy preferenciáik a nagyüzemi sörökön belül a prémium márkák felé tolódtak el.

Most kérem, gondoljon sörmárkákra! Melyik a kedvenc sörmárkája? / Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi sörmárkákat? Esetleg fogyasztotta is már? /

Melyik az a három sörmárka, amelyeket a legszívesebben fogyasztja?

Bázis: Kézműves sör fogyasztók, n=308

AKI FOGYASZT KÉZMŰVES SÖRT

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	TOP3 KEDVENCE KÖZÖTT (SEGÍTETT)	KEDVENCE (SPONTÁN)
Soproni	100	94	34	41	13
Dreher	98	87	28	30	10
Heineken	98	88	24	29	8
Csiki Sör	97	69	9	16	2
Kozel	97	84	14	18	2
PilsnerUrquell	96	75	19	24	5
Staropramen	94	79	23	30	4
Paulaner	70	49	7	8	3
Szentandrás	65	44	7	12	1
Erdinger	65	38	4	5	
Hoegaarden	63	43	4	8	0
Mort Subite	54	35	8	9	1
BelleVue	51	31	3	4	
Legenda	48	20	2	2	
Monyó	42	22	4	6	1
BrewDog	40	15	3	4	
MadScientist	37	19	4	4	1
First	35	18	4	2	
BrewYourMind	33	10	4	2	
DealBreaker	30	11	2	1	

A vendéglátóhelyi sörfogyasztók márkahasználati és preferencia mintázata nem tér el a teljes sörfogyasztói mintáétól: ugyanazon márkákat kedvelik.

Most kérem, gondoljon sörmárkákra! Melyik a kedvenc sörmárkája? / Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi sörmárkákat? Esetleg fogyasztotta is már? /

Melyik az a három sörmárka, amelyeket a legszívesebben fogyasztja?

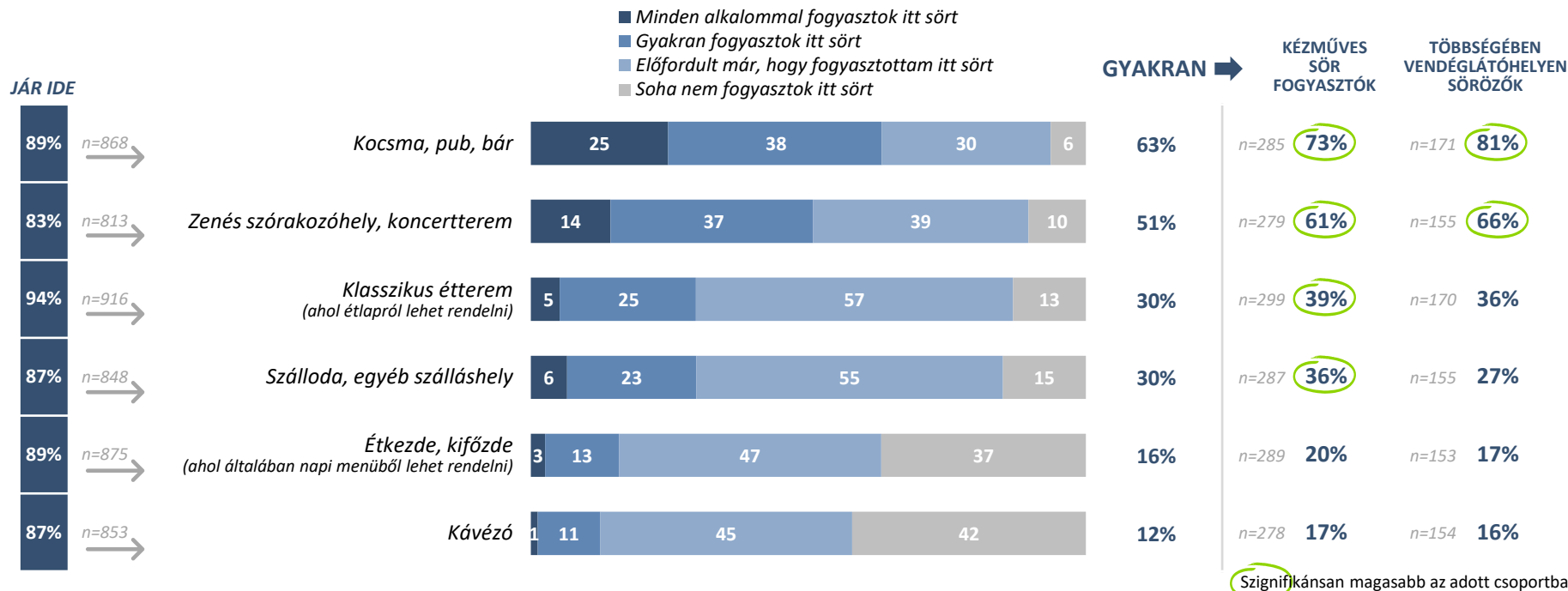
Bázis: Akik TÖBBSÉGÉBEN vendéglátóhelyen fogyasztanak sört, n=181

AKI TÖBBSÉGÉBEN VENDÉGLÁTÓHELYEN FOGYASZT SÖRT

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	TOP3 KEDVENCE KÖZÖTT (SEGÍTETT)	KEDVENCE (SPONTÁN)
Heineken	99	89	19	38	10
Dreher	99	92	27	35	10
Kozel	98	80	8	16	1
Soproni	98	93	34	44	20
Csiki Sör	96	58	7	10	0
PilsnerUrquell	92	77	17	18	3
Staropramen	89	78	22	32	2
Paulaner	62	40	10	6	3
Hoegaarden	57	39	6	8	1
Erdinger	56	33	5	10	
Szentandrás	50	30	4	7	1
Mort Subite	46	28	5	6	1
BelleVue	45	25	4	3	
Legenda	39	18	3	1	
MadScientist	36	15	3	2	0
BrewDog	36	15	3	2	
First	30	17	4	2	
Monyó	30	19	5	6	1
BrewYourMind	28	11	3	1	
DealBreaker	24	7	1	0	

A sörösök a kocsmákban/pubokban, zenés helyeken isznak főleg sört, klasszikus étteremben még ők is hajlamosak mást választani.

Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy sört fogyaszt?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók (akik járnak az adott vendéglátóhelyre) / Körükben a kézműves sör fogyasztók / Akik TÖBBSÉGÉBEN vendéglátóhelyen fogyasztanak sört

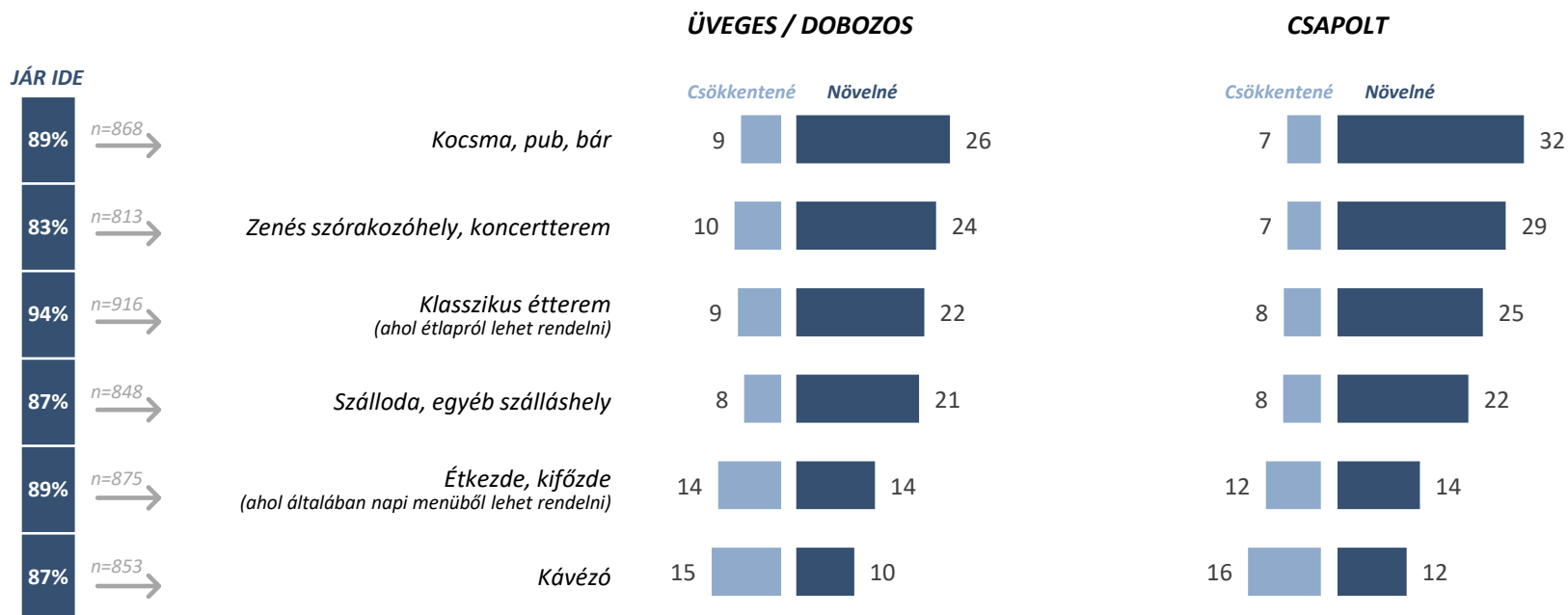


A fogyasztók csak harmada-negyede preferálná a nagyobb sörválasztékot, a csapolt sörre azonban valamelyest nagyobb igény mutatkozik.

Általánosságban növelné vagy csökkentené az üveges/dobozos sörválasztékot (tehát a kapható sörmárkák számát) az alábbi vendéglátóhelyeken? /

Általánosságban növelné vagy csökkentené a csapolt sörválasztékot (tehát a kapható csapolt sörmárkákat) az alábbi vendéglátóhelyeken?

Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók (akik járnak az adott vendéglátóhelyre)

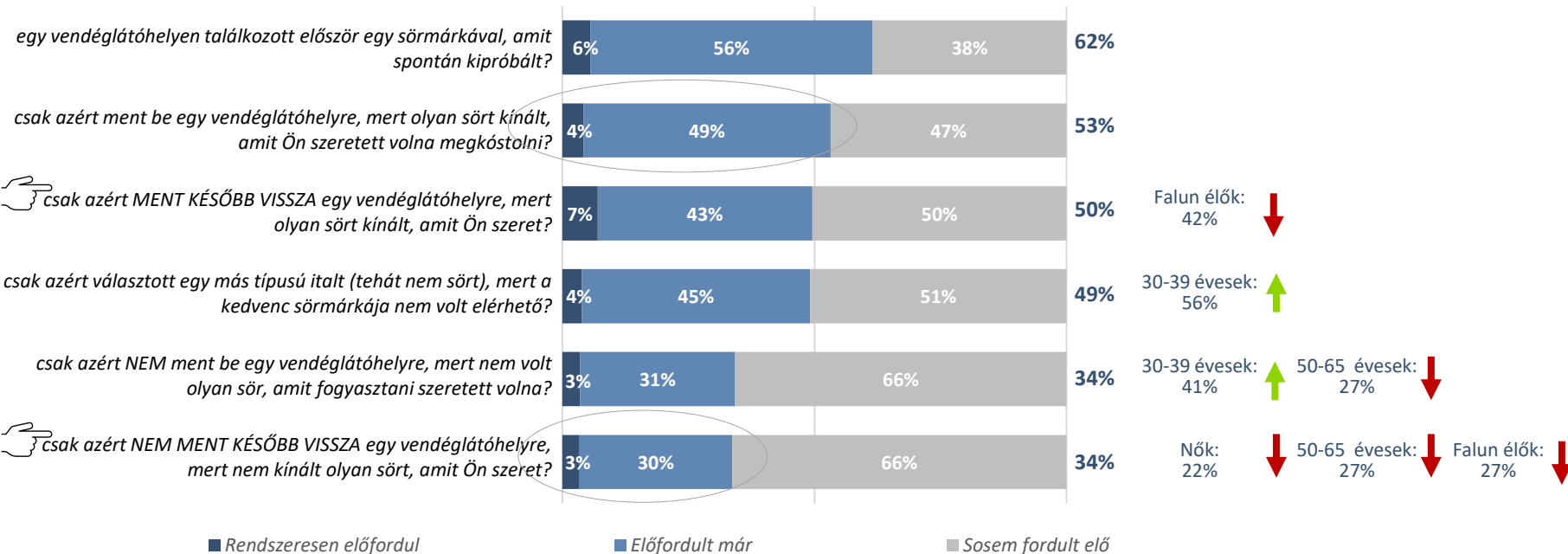


A megfelelő sörválaszték hiánya ritkán idegeníti el a fogyasztót egy helytől, viszont gyakrabban képes bevonzni a vevőt újabb helyekre.

Sörválaszték szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy...
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978

Előfordult



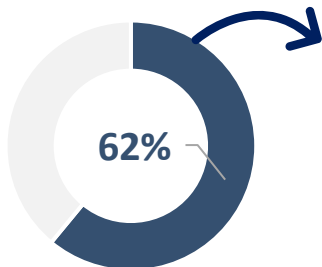
Sokan kísérleteznek új márkával a vendéglátóhelyeken. Ennek csak kis részben oka az, hogy csak az a márka kapható az adott helyen.

Amikor spontán próbált ki egy új sörmárkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek hatására tette azt emlékei szerint?

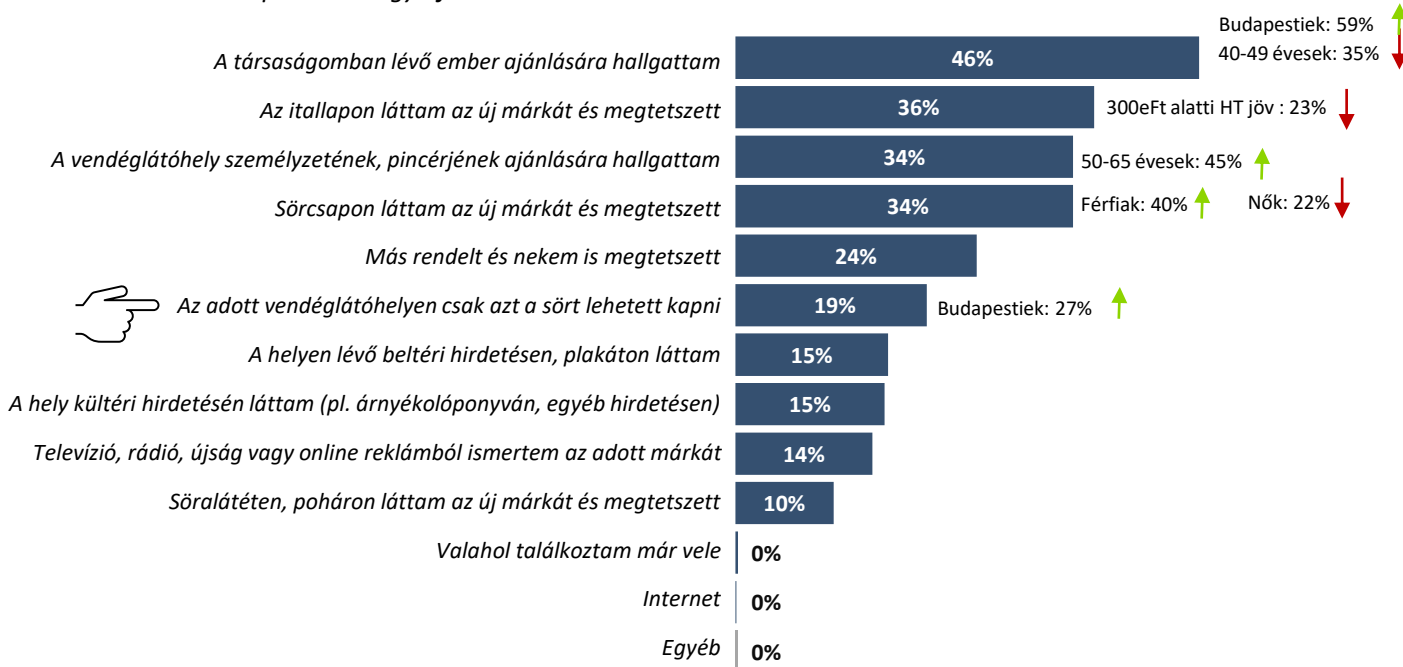
Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új sörmárkát, n=602

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
sör márkát:

(az összes vendéglátóhelyi
sörfogyasztón belül, n=978)

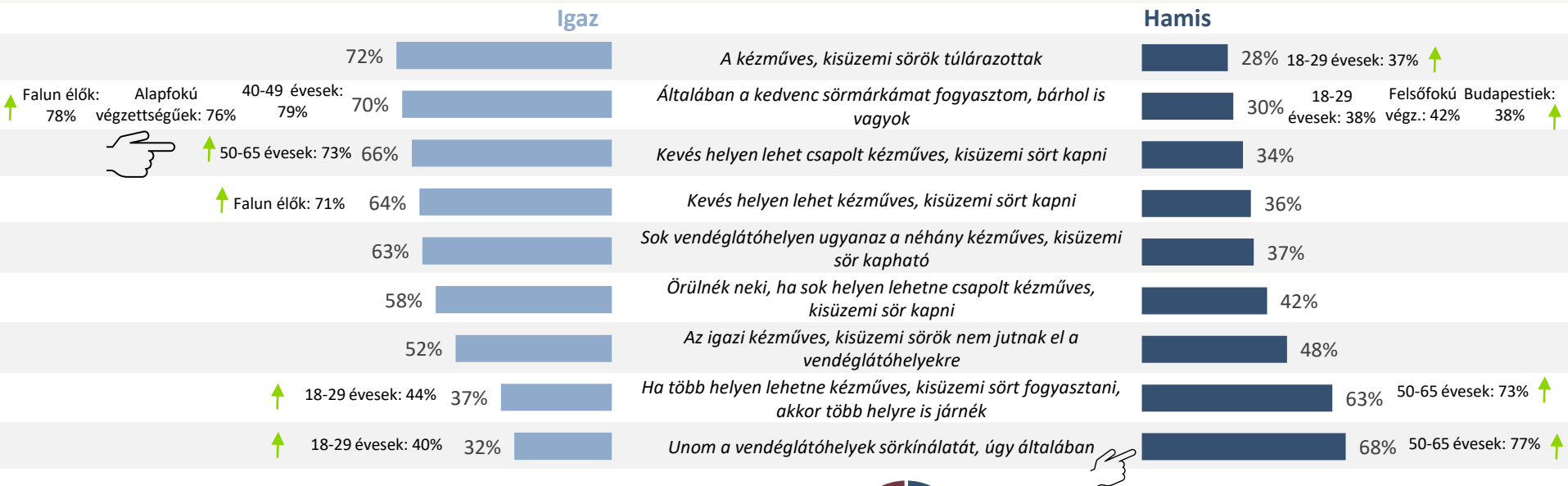


Minek hatására próbált ki egy új sör márkát?



Bár a többség úgy gondolja, hogy kevés helyen kaphatóak kézműves sörök, összességében a fogyasztók nem elégedetlenek a vendéglátóhelyek sörválasztékával.

Igaz vagy hamis?
Bázis: Vendéglátóhelyi sörfogyasztók, n=978



Akik szerint nem igaz, hogy kevés helyen lehet kézműves, kisüzemi sört kapni. **33%**

Akik szerint kevés helyen lehet csapolt kézműves, kisüzemi sört kapni, de **nem is örülnének**, ha sok helyen lehetne. **21%**



46% Akik szerint kevés helyen lehet csapolt kézműves, kisüzemi sört kapni, pedig örülnének, ha sok helyen lehetne.

C. RÖVIDITALOK, KOKTÉLOK



A rövidital fogyasztás hasonló a sörfogyasztáshoz: ugyan az otthoni fogyasztás a jellemzőbb, de a vendéglátóhelyi is jelentős.

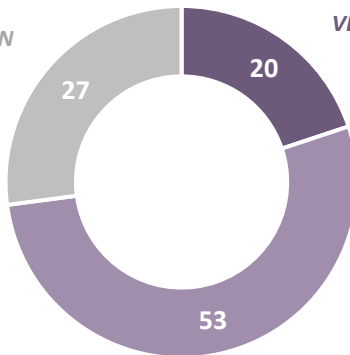
Vendéglátóhelyi és otthoni rövidital fogyasztás

Kérem, gondoljon 10 rövidital fogyasztási alkalomra (akár önmagában vagy koktél formájában), úgy, mintha nem lennének lezárások a járvány miatt! A 10-ből hány esetben fogyaszt röviditalt a saját, családtag vagy ismerős otthonában és hány esetben külső helyszínen, vendéglátóhelyen?

Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847

Rövidital-fogyasztás **tipikus helyszíne**

UGYANOLYAN
ARÁNYBAN
VENDÉGLÁTÓHELYEN
ÉS OTTHON



LEGTÖBBSZÖR
VENDÉGLÁTÓHELYEN

10 italból átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
3,9

LEGTÖBBSZÖR OTTHON/
MÁS OTTHONÁBAN

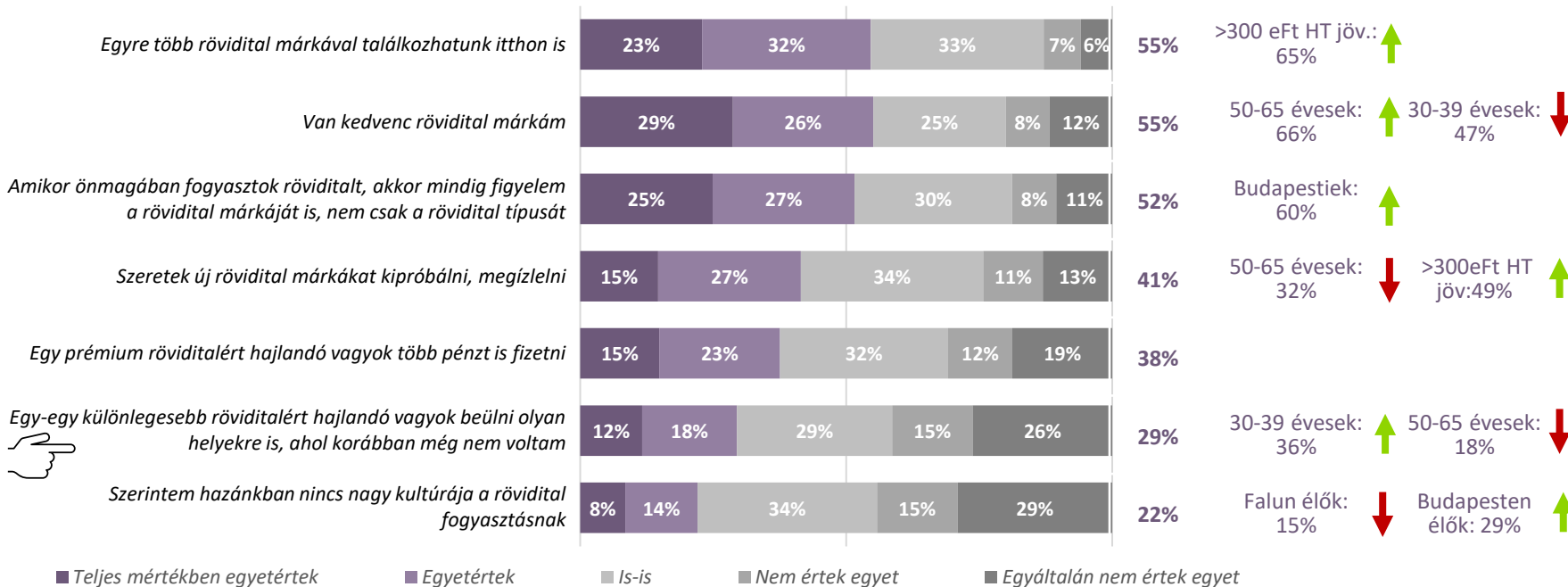
10 italból átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
6,1

A többségnek van kedvenc rövidital márkája, de ettől még kísérletezni is szeretnek. Azonban az új rövidital-élményért kevesen váltanának vendéglátóhelyet.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847

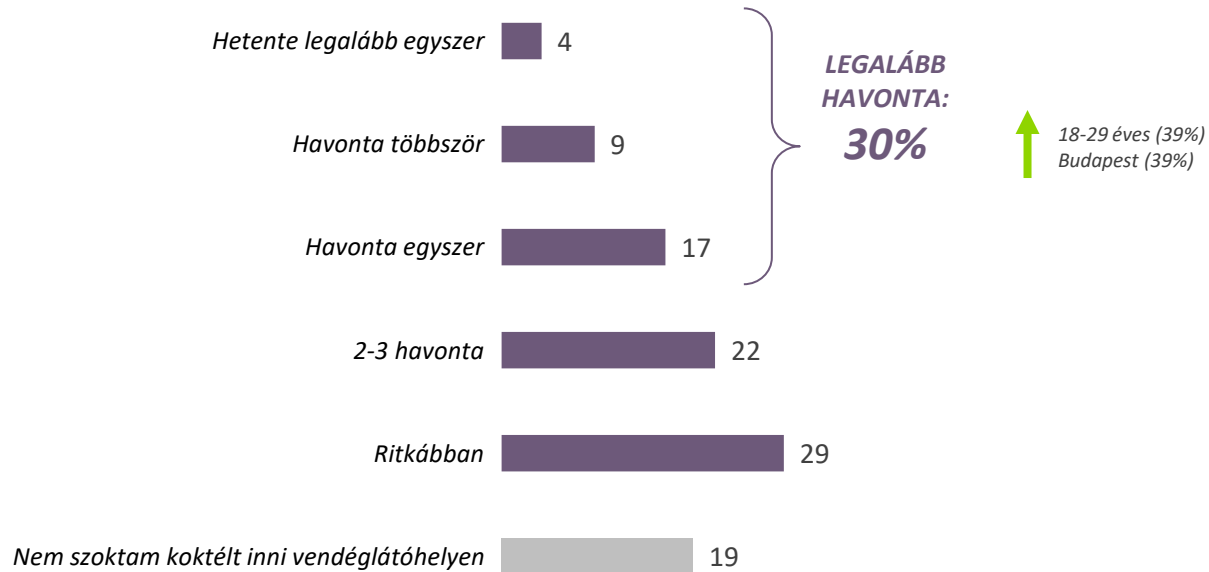
Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?

TOP2



A koktél kifejezetten ritkán fogyasztott ital, ugyanakkor kevesen vannak azok is, akik vendéglátóhelyen egyáltalán nem fogyasztják legalább alkalmanként.

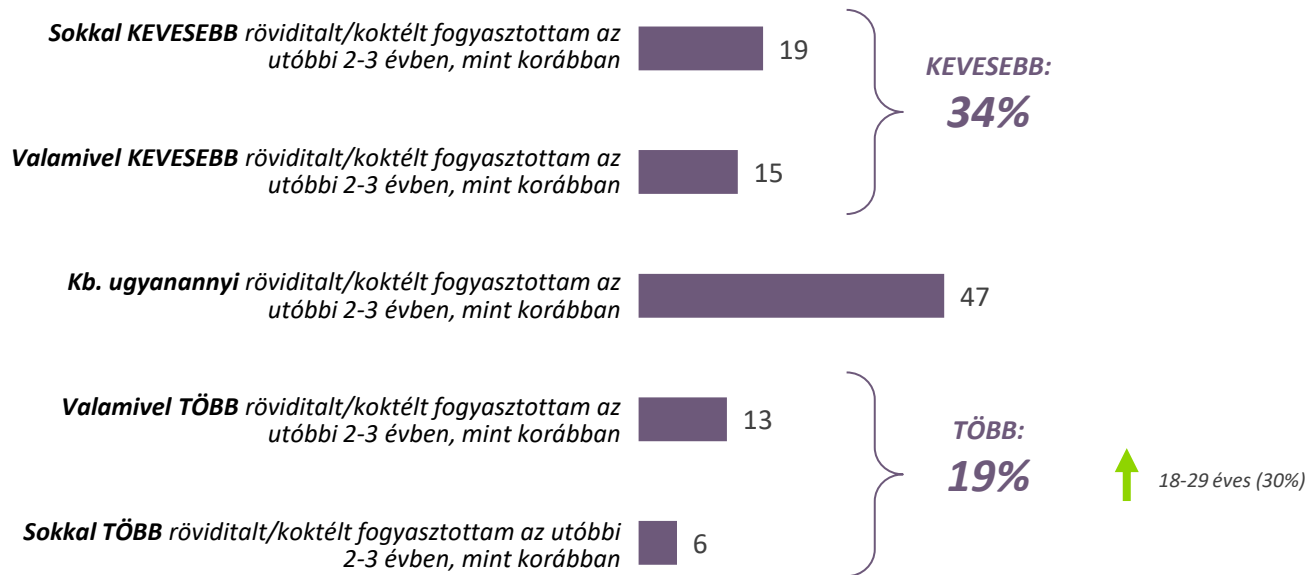
Most kérem, gondoljon koktélokra és a járvány előtti időszakra! Milyen gyakran szokott Ön koktélt fogyasztani?
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847



A fogyasztói érzékelés szerint ritkábbá vált a vendéglátóhelyi rövidital és koktél-fogyasztás.

Ha az utóbbi 2-3 évet hasonlítja össze az azokat megelőző évekkkel, akkor melyik a leginkább jellemző állítás?

Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847

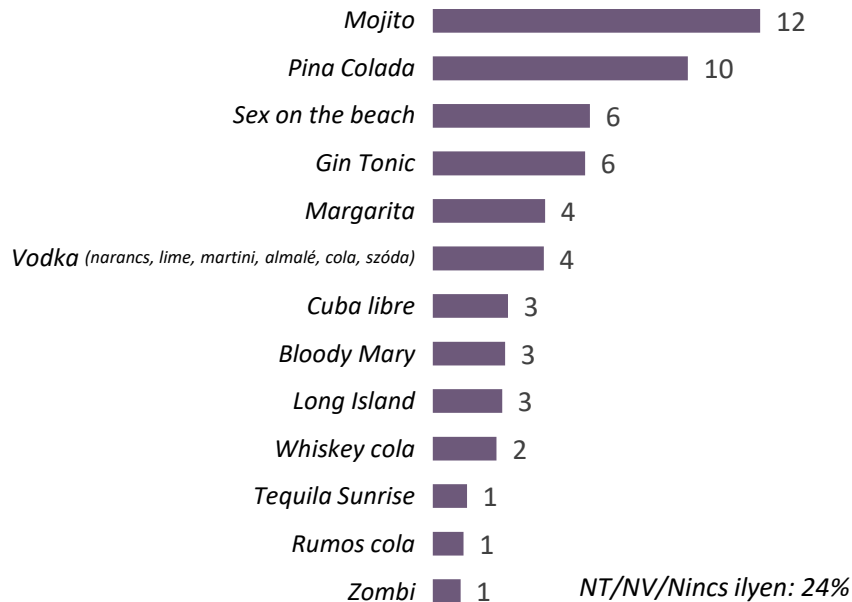


Mind a koktél, mind a rövidital esetében változatos a fogyasztói ízlés, a vezető márkák / koktélok is csak 10% körüli kedvelőt tudnak magukénak.

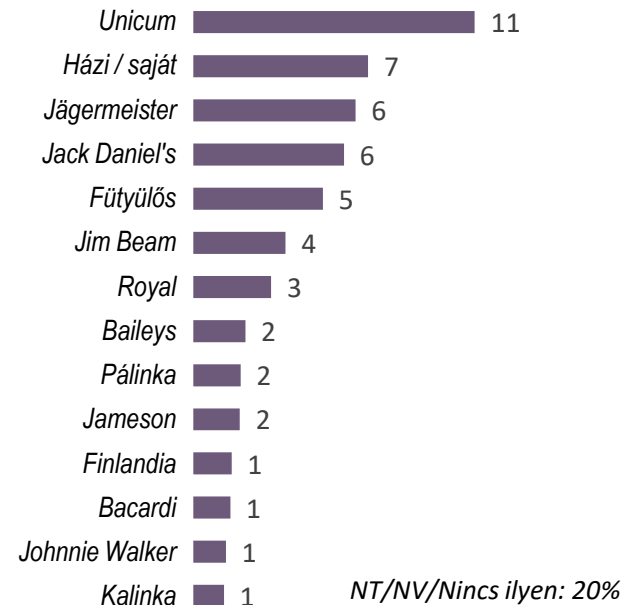
Melyik a kedvenc koktélja? / Most kérem, gondoljon rövidital márkákra! Melyik a kedvenc rövidital márkája?
Bázis: Koktélfogyasztók, n=682 / Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847

Kedvenc koktél (leggyakoribb említések):

Aki fogyaszt koktét, n=682



Kedvenc rövidital márka (leggyakoribb említések):



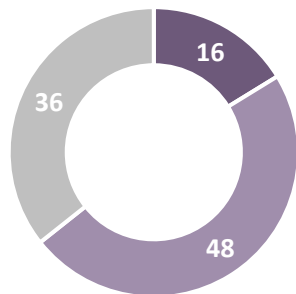
Koktélfogyasztásnál előfordul, de nem általános, hogy a fogyasztó figyeli a koktélba kerülő alkohol márkáját.

Meg szokta kérdezni, hogy milyen márkájú alkohoból készül a koktélja? / Mi a leginkább jellemző Önre?

Bázis: Koktélfogyasztók, n=682 / Aki legalább havonta fogyaszt koktélt vendéglátóhelyen, n=255

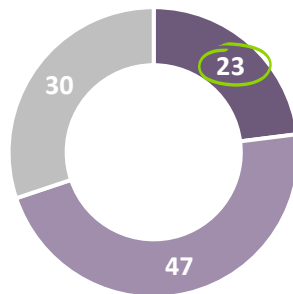
Megkérdezi-e, hogy **milyen márkájú** alkohoból készül a koktélja?

Koktél-fogyasztók
(TOTAL)



- Igen, mindig megkérdezem
- Igen, előfordult már
- Sosem kérdezem meg

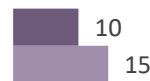
Legalább havi
koktélfogyasztók



- Igen, mindig megkérdezem
- Igen, előfordult már
- Sosem kérdezem meg

Szignifikánsan magasabb az adott csoportban.

Mindig külön kérem, hogy az általam megjelölt márkájú alkohoból készítsék el a koktélimat



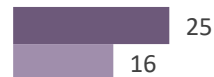
Az esetek nagy részében tudom, hogy milyen márkájú alkohoból készült koktélt iszom, de előfordul, hogy nem tudom, hogy milyen márkájú alkoholt tesznek a koktélomba



Általában nem tudom, hogy milyen márkájú alkoholt tesznek a koktélomba, de volt már, hogy márkás alkohoból kértem az elkészítést



Nem szoktam figyelni, hogy milyen márkájú alkoholt tesznek a koktélomba

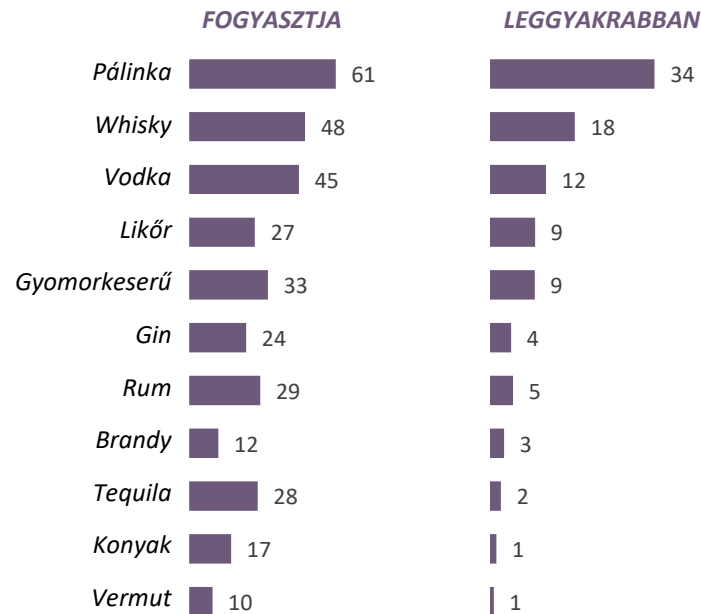


- Koktél-fogyasztók
- Legalább havonta

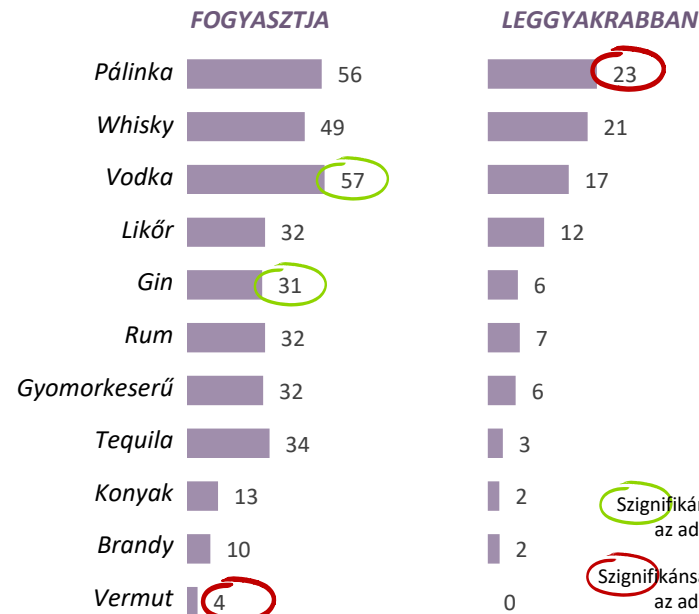
A pálinka, a whisky és a vodka a legkedveltebb röviditalok. A gin és a vodka fogyasztása (alighanem koktélalapanyagként is) jellemzőbb a vendéglátóhelyeken, leginkább a pálinka rovására.

Most kérem, gondoljon röviditalokra! Milyen típusú röviditalokat szokott Ön fogyasztani akár önmagában, akár koktél formájában? / Melyik típusú röviditalt fogyasztja a leggyakrabban?
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847 / Akik TÖBBSÉGÉBEN vendéglátóhelyen fogyasztanak röviditalt, n=168

TOTAL



TÖBBSÉGÉBEN VENDÉGLÁTÓHELYEN FOGYASZT RÖVIDITALT

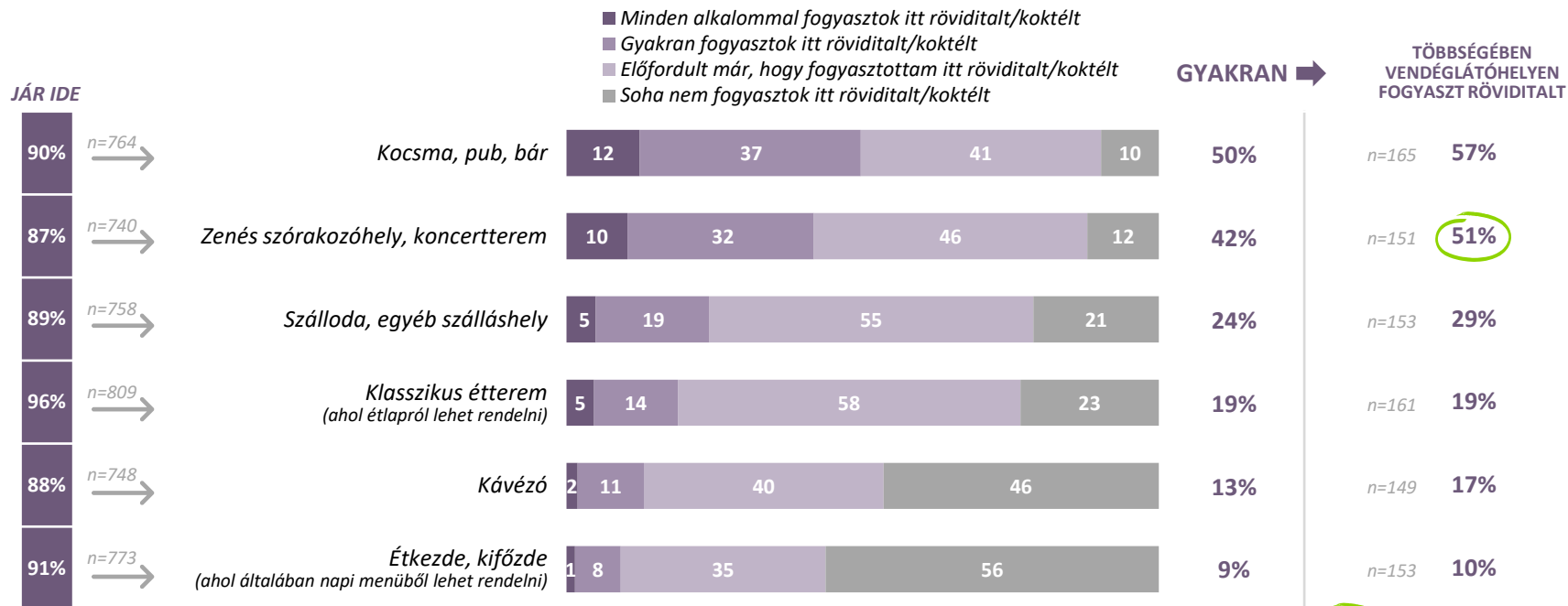


Szignifikánsan magasabb az adott csoportban.

Szignifikánsan alacsonyabb az adott csoportban.

A rövidital fogyasztás ott gyakoribb, ahol a sör is: a kocsmában/pubban és a zenés helyeken. Érdekes, hogy a klasszikus étteremben sem gyakori (pl. mint aperitif).

Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy röviditalt fogyaszt akár önmagában, akár koktél formájában?
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók (akik járnak az adott vendéglátóhelyre) / Körükben, akik TÖBBSÉGÉBEN vendéglátóhelyen fogyasztanak röviditalt



Szignifikánsan magasabb az adott csoportban.

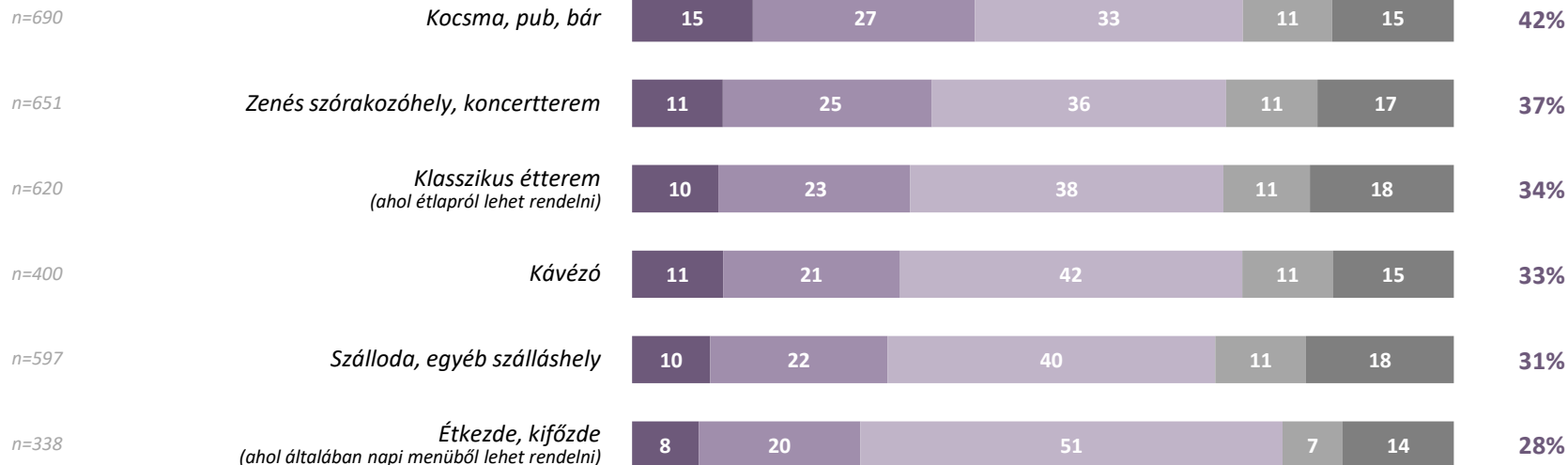
A többség nem ragaszkodik a kedvenc rövidital márkához. Kissé erősebb a ragaszkodás a kocsmában/pubban, zenés helyeken (éppen a gyakori fogyasztási helyszíneken).

Kedvenc márka fogyasztása a vendéglátóhelyen

Mennyire ragaszkodik Ön a kedvenc rövidital márkájához az alábbi vendéglátóhelyeken?
Bázis: Akik fogyasztanak röviditalt az adott vendéglátóhelyen

■ 5 - Teljes mértékben ragaszkodom hozzá ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 - Egyáltalán nem ragaszkodom hozzá

TOP2

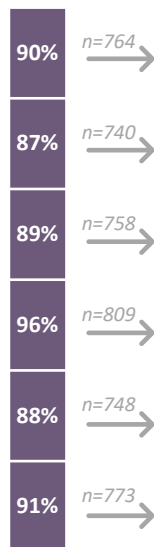


A fogyasztók ötöde növelné a rövidital választékot a gyakori fogyasztási helyeken (kocsmá/pub és zenés helyek).

Növelné vagy csökkentené a rövidital választékot (tehát a kapható rövidital márkák számát) az alábbi vendéglátóhelyeken?

Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók (akik járnak az adott vendéglátóhelyre)

JÁR IDE



Kocsmá, pub, bár

Zenés szórakozóhely, koncertterem

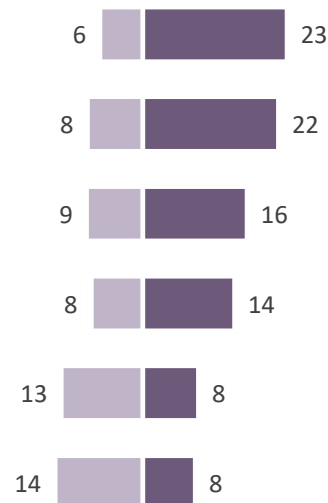
Szálloda, egyéb szálláshely

Klasszikus étterem
(ahol étlapról lehet rendelni)

Kávézó

Étkezdé, kifiződe
(ahol általában napi menüből lehet rendelni)

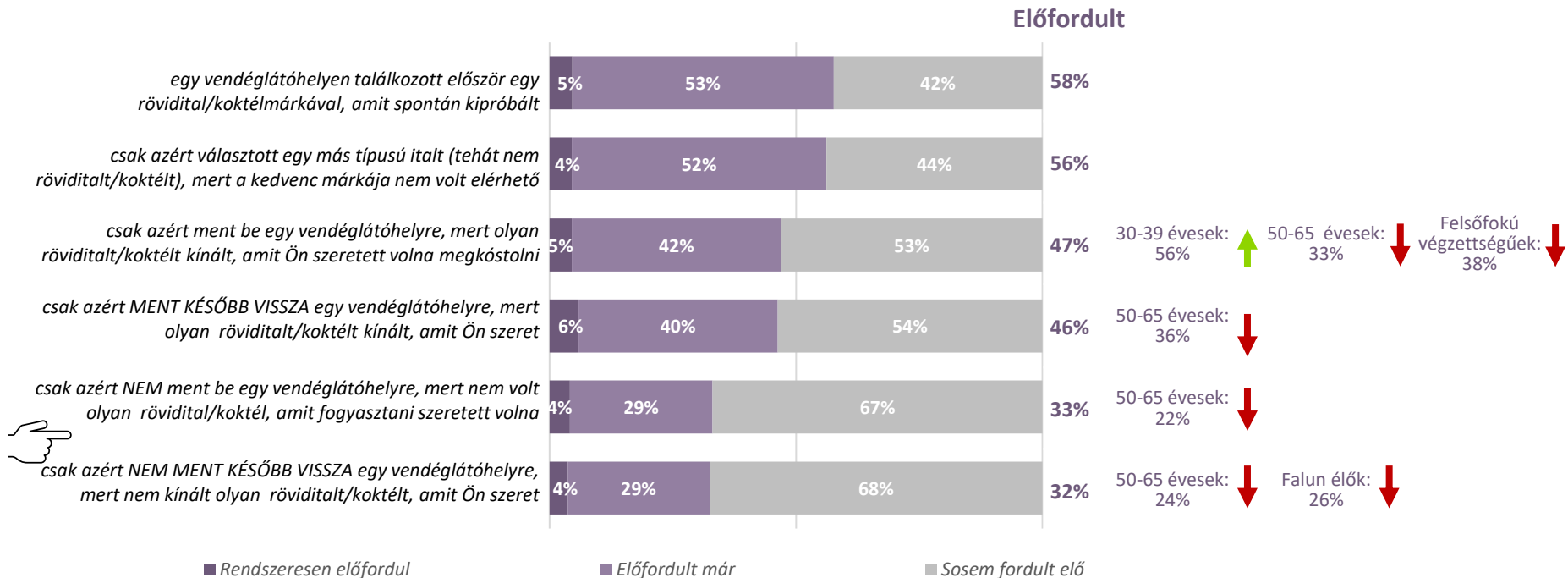
Csökkentené Növelné



Ritka, hogy egy rövidital márka vagy koktél hiánya miatt a fogyasztó másik vendéglátóhelyet választ.

Röviditalválaszték szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy...
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847



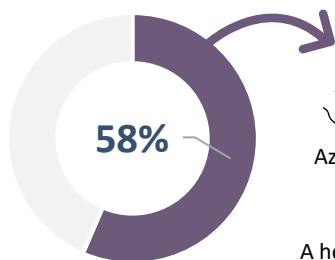
Új rövidital márkákat szívesen próbál ki a fogyasztó másokra hallgatva. A „kényszerből” kipróbálás ritka.

Amikor spontán próbált ki egy új rövidital márkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek a hatására tette azt emlékei szerint?

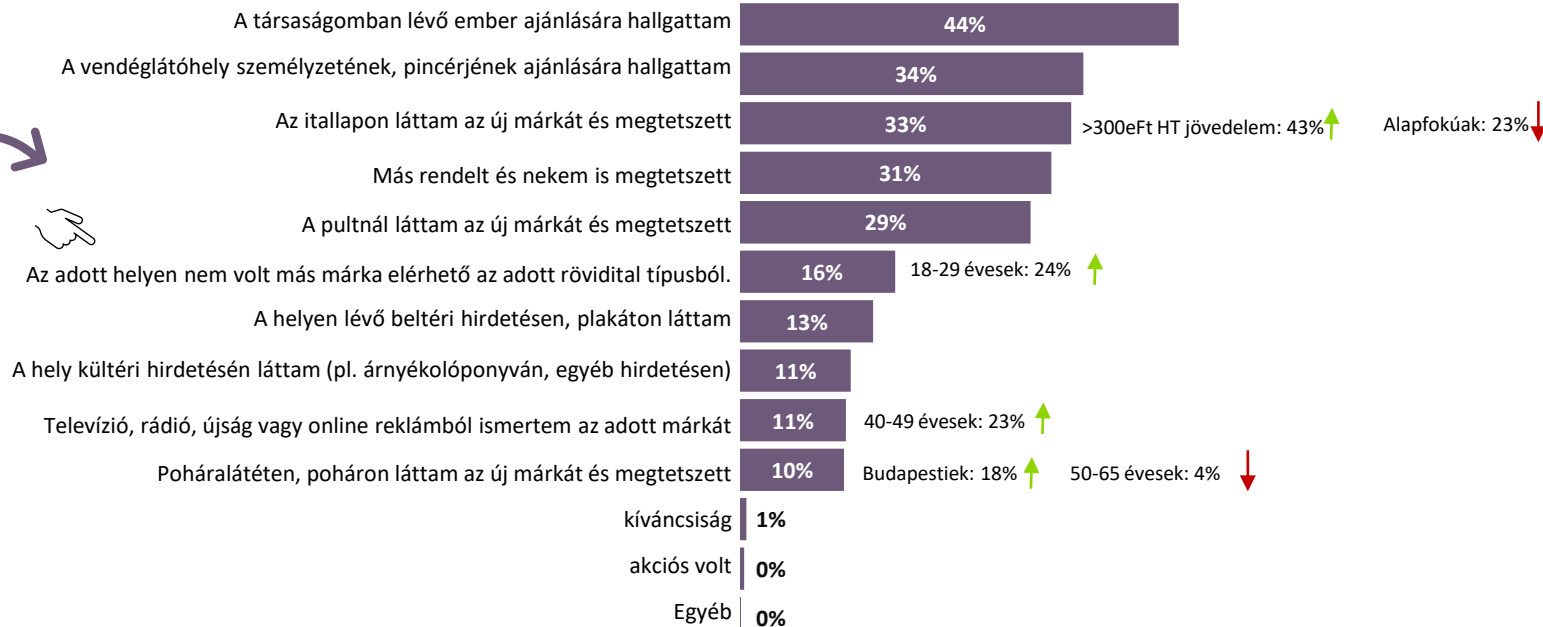
Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új röviditalmárkát, n=488

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
rövidital márkát:

(az összes vendéglátóhelyi rövidital-
fogyasztón belül, n=847)



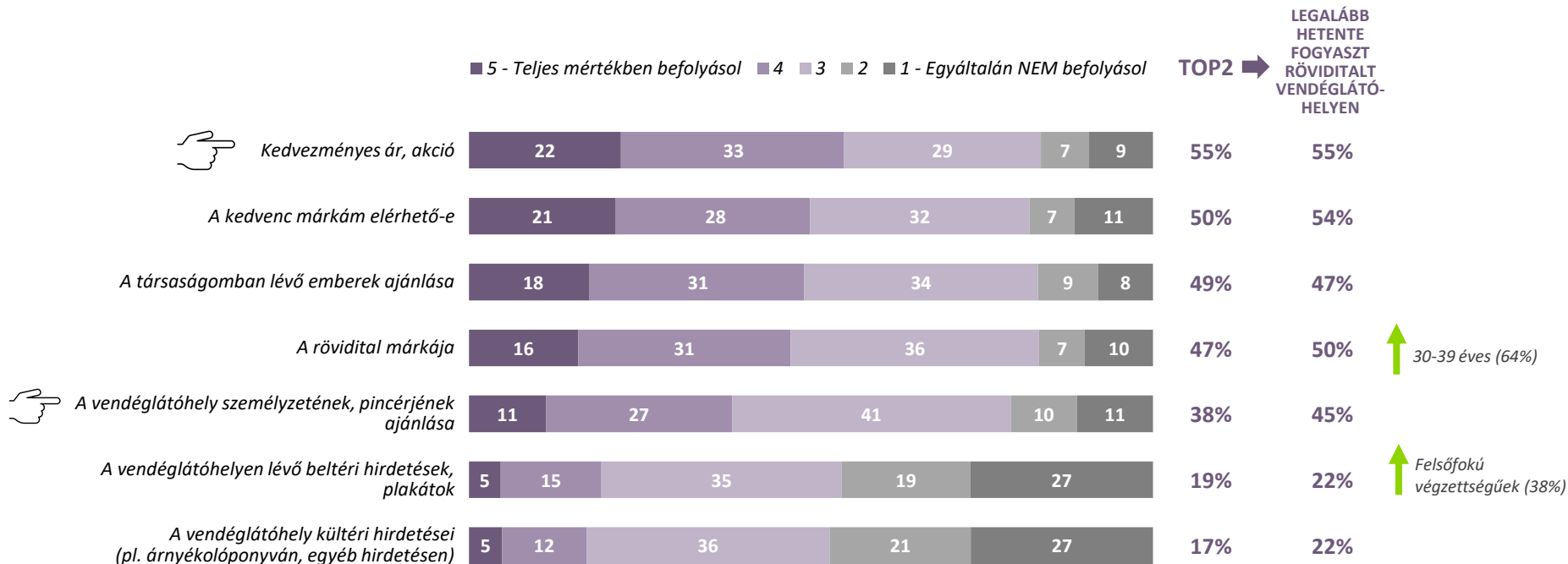
Minek hatására próbált ki egy új rövidital márkát?



A fogyasztók nyitottnak tűnnek arra, hogy a hely ajánlását, akcióját elfogadva válasszanak rövidítalt.

Amikor rövidítalt választ egy vendéglátóhelyen, akkor az alábbiak mennyire befolyásolják Önt a választásban? Gondoljon az Ön által jellemzően vendéglátóhelyen fogyasztott rövidítalt fajtára.

Bázis: A felsorolt vendéglátóhelyeken rövidítalt fogyasztók, n=796 / Akik legalább hetente fogyasztanak rövidítalt vendéglátóhelyen, n=216



A fogyasztók többsége úgy érzi, hogy meglehetősen egysíkú a rövidital választék. Ez azonban nem jár együtt kifejezett elégedetlenséggel.

Igaz vagy hamis?
Bázis: Vendéglátóhelyi rövidital-fogyasztók, n=847



D. ÜDÍTŐITALOK

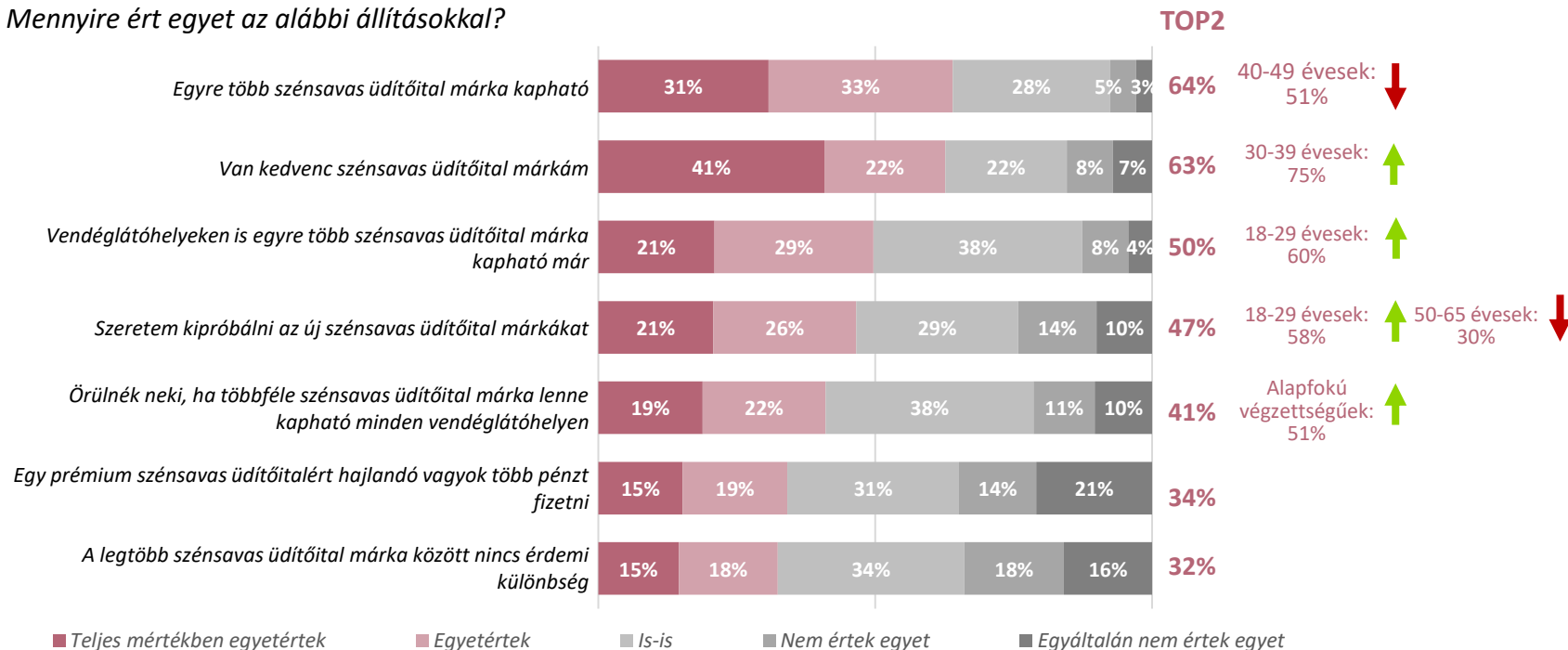


I. SZÉNSAVAS ÜDÍTŐK

A fogyasztók úgy érzékelik, hogy egyre több a márka, és jellemzően nem gondolják, hogy még több márkát látnának szívesen a vendéglátóhelyeken, nincs ilyesfajta hiányérzetük.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi szénsavas üdítő fogyasztók, n=491

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?



Bár általában a szénsavas üdítőitalok márkaismertsége és kipróbáltsága nagyon magas, mégis a rendszeres fogyasztás esetében a két kóla a preferencia nagy részét lefedi.

Szénsavas üdítő márkák ismerete, fogyasztása

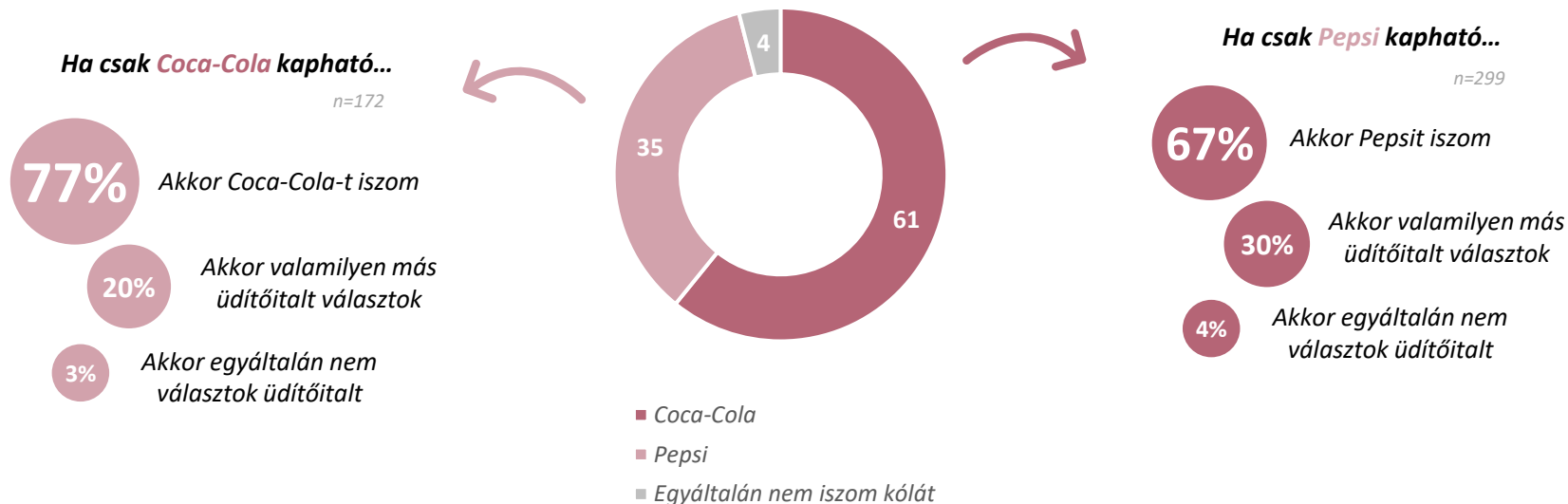
Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi szénsavas üdítőital márkákat? Esetleg fogyasztotta is már? / Most kérem, gondoljon szénsavas üdítőital márkákra! Melyik a kedvenc márkája?
Bázis: Vendéglátóhelyi szénsavas üdítő fogyasztók, n=491

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	KEDVENCE (SPONTÁN)
Coca-Cola	100	95	46	36
Fanta	100	96	22	7
Pepsi	99	97	33	19
Sprite	99	93	15	2
Mirinda	99	91	9	1
7up	98	91	7	0
Kinley	96	82	14	5
Xixo	94	66	7	1
Mountain Dew	78	58	4	
dr. Pepper	73	37	2	
Club Mate	23	8	0	

Coca vs. Pepsi preferenciája szinte mindenkinek van, viszont a vendéglátóhelyen a többség elfogadja a nem preferáltat is, ha csak az van.

Ha mindenképp választania kellene a Coca-Cola és a Pepsi márkák közül, akkor melyiket választja Ön szívesebben? /
Ha egy vendéglátóhelyen csak a Coca-Cola márkát választhatja, akkor Ön mit tesz? / Ha egy vendéglátóhelyen csak a Pepsi márkát választhatja, akkor Ön mit tesz?
Bázis: Vendéglátóhelyi szénsavas üdítő fogyasztók, n=491

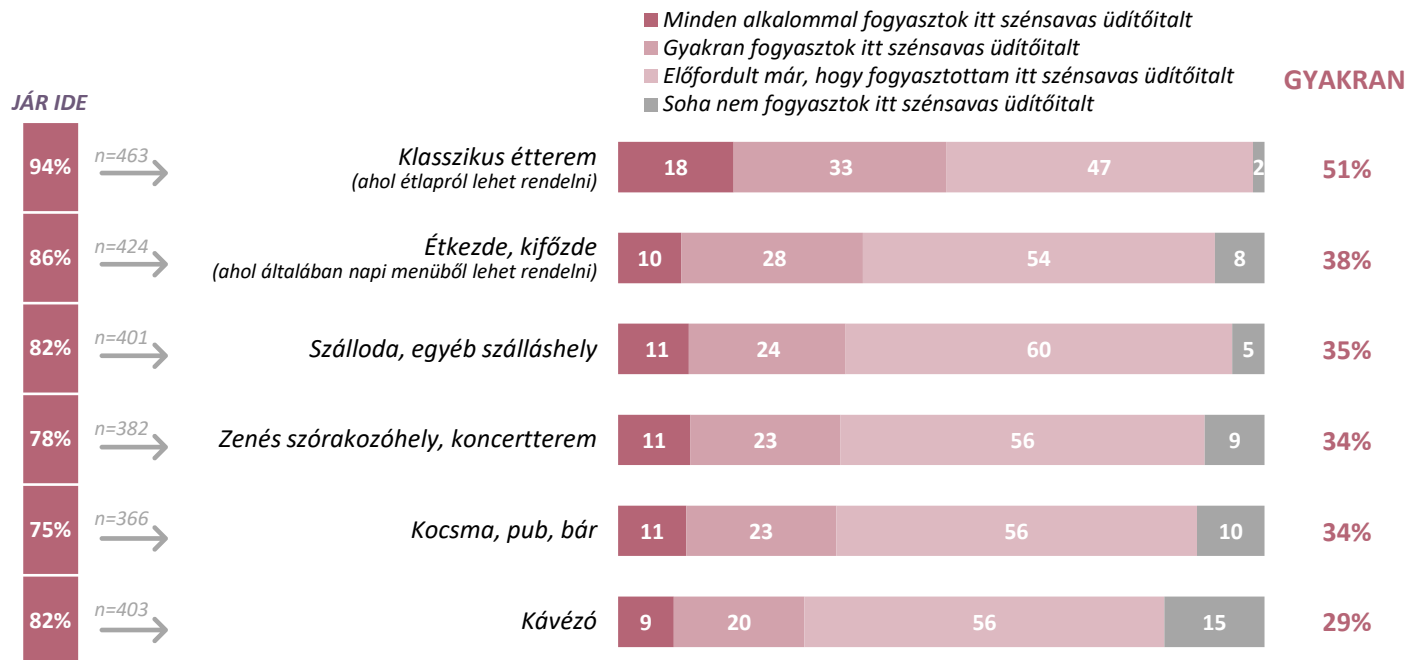
Márkapreferencia



Szénsavas üdítőt gyakrabban fogyasztanak étkezéshez, mint szórakozáshoz kapcsolódó vendéglátóhelyeken.

Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy szénsavas üdítőitalt fogyaszt?

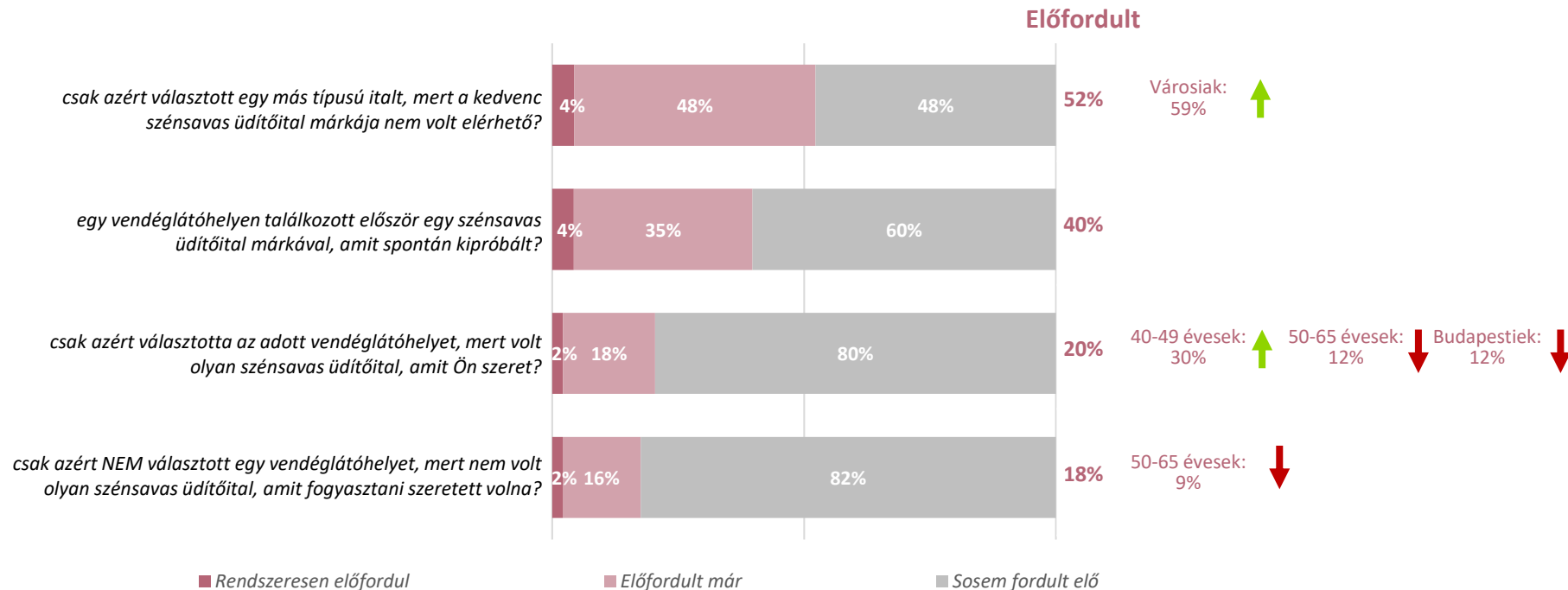
Bázis: Vendéglátóhelyi szénsavas üdítő fogyasztók (akik járnak az adott vendéglátó helyre)



A vendéglátóhely kiválasztásában kevesek veszik meghatározó módon figyelembe az elérhető szénsavas üdítő márkákat.

Szénsavas üdítő választék szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy...
Bázis: Vendéglátóhelyi szénsavas üdítő fogyasztók, n=491

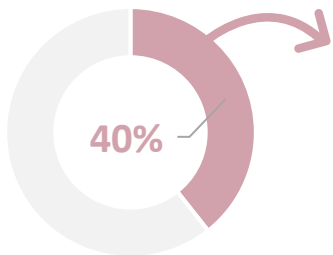


Szénsavas üdítő esetében az alkoholos italokhoz képest ritkább az új márkák vendéglátóhelyi kipróbálása. Leggyakrabban az itallap hatására történik ilyen.

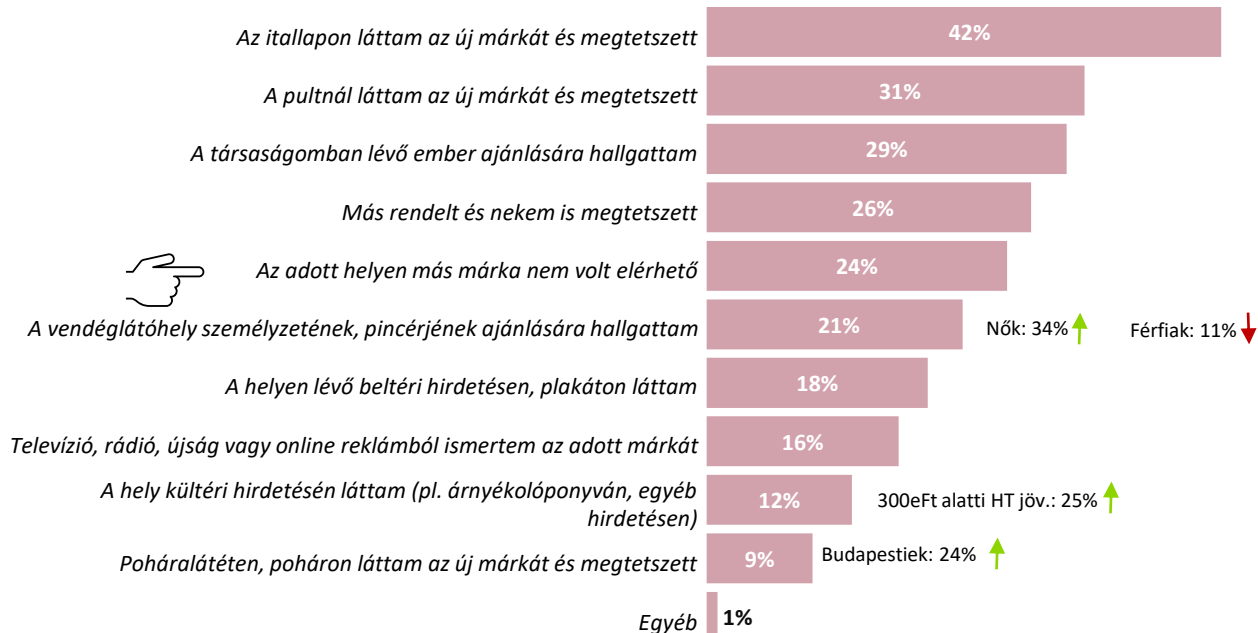
Amikor spontán próbált ki egy új szénsavas üdítőital márkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek a hatására tette azt emlékei szerint?

Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új szénsavas üdítő márkát, n=195

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
szénsavas üdítő márkát:
(az összes vendéglátóhelyi szénsavas
üdítő fogyasztón belül, n=491)



Minek hatására próbált ki egy új szénsavas üdítőital márkát?



II. GYÜMÖLCSLEVEK

A fogyasztó növekvő kínálatot érzékel, de úgy tűnik, még nem telt el vele: sokan örülnének még több márkának, még több kísérletezési lehetőségnek.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi gyümölcsléfogyasztók, n=474

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?

TOP2

Egyre több gyümölcslé márká kapható már

30% 32% 31% 4% 3% 62%



Szeretem kipróbálni az új gyümölcslé márkákat

23% 29% 34% 8% 5% 52%



Örülnek neki, ha többféle gyümölcslé márká lenne kapható minden vendéglátóhelyen.

23% 27% 34% 8% 6% 51%

Vendéglátóhelyeken is egyre több gyümölcslé márká kapható már

16% 32% 38% 6% 6% 49%

Van kedvenc gyümölcslé márkám

23% 24% 29% 8% 16% 47%

Egy prémium gyümölcsléért hajlandó vagyok több pénzt fizetni

14% 22% 36% 10% 17% 37%

A legtöbb gyümölcslé márká között nincs érdemi különbség

11% 18% 39% 17% 15% 29%

Teljes mértékben egyetérték

Egyetérték

Is-is

Nem értek egyet

Egyáltalán nem értek egyet

300eFt alatti
HT jövő.:
62% ↑

18-29 évesek:
39% ↓

300eFt alatti
HT jövő.:
62% ↑

300eFt feletti
HT jövő.:
61% ↑

Nők:
56% ↑

Felsőfokú
végzettségűek:
58% ↑

>300 eFt HT
jövő.:
49% ↑

Sokféle márkát próbáltak ki a fogyasztók, ennek ellenére kevés rendszeresen fogyasztott, kedvenc márká köré csoportosul a piac.

Gyümölcslé márkák ismerete, fogyasztása

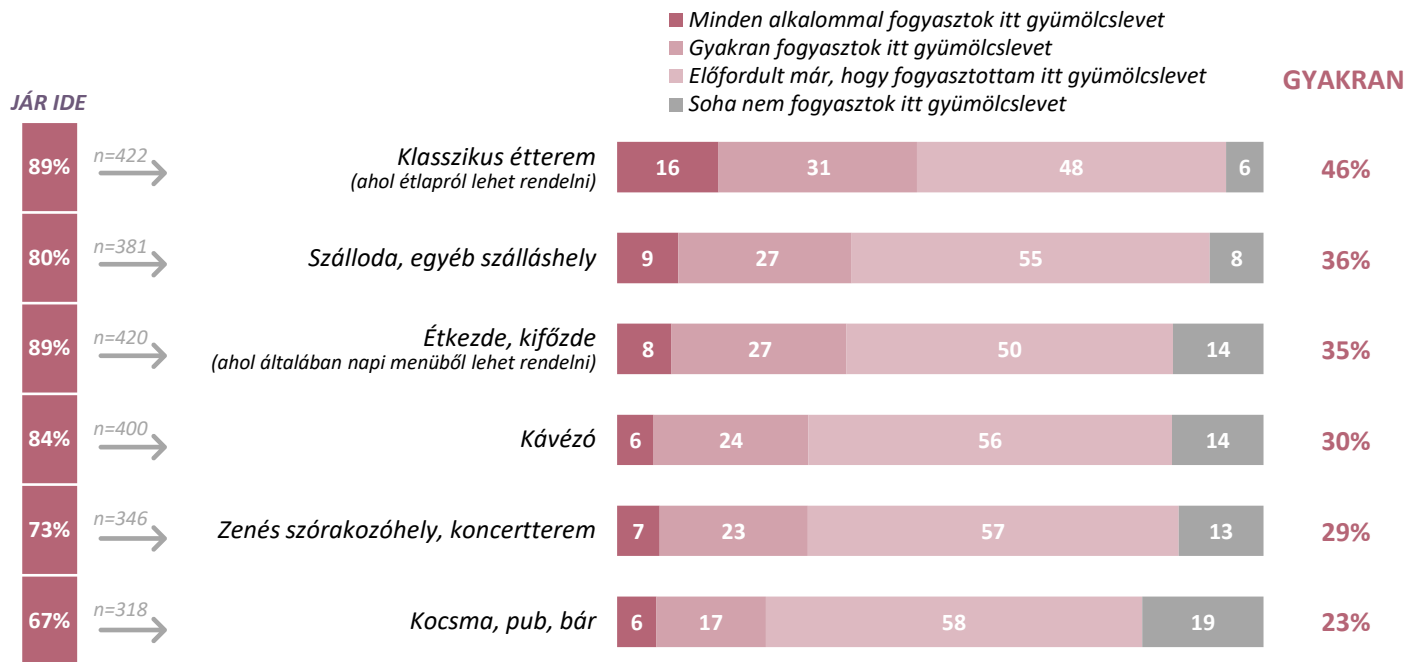
Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi gyümölcslé márkákat? Esetleg fogyasztotta is már? / Most kérem, gondoljon gyümölcslé márkákra! Melyik a kedvenc márkája?
Bázis: Vendéglátóhelyi gyümölcsléfogyasztók, n=474

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESSEN	KEDVENCE (SPONTÁN)
Sió	99	94	37	45
Cappy	98	92	27	13
Topjoy	98	87	18	4
Happy Day	98	84	13	4
Hohes C	97	79	12	6
Szobi	97	77	9	1
Rauch	93	77	10	2
Toma	69	40	3	

A gyümölcslé a fogyasztás helyszínei szerint úgy viselkedik, mint a szénsavas üdítő: inkább étkezéshez kötődő helyeken fogyasztják.

Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy gyümölcslevet fogyaszt?

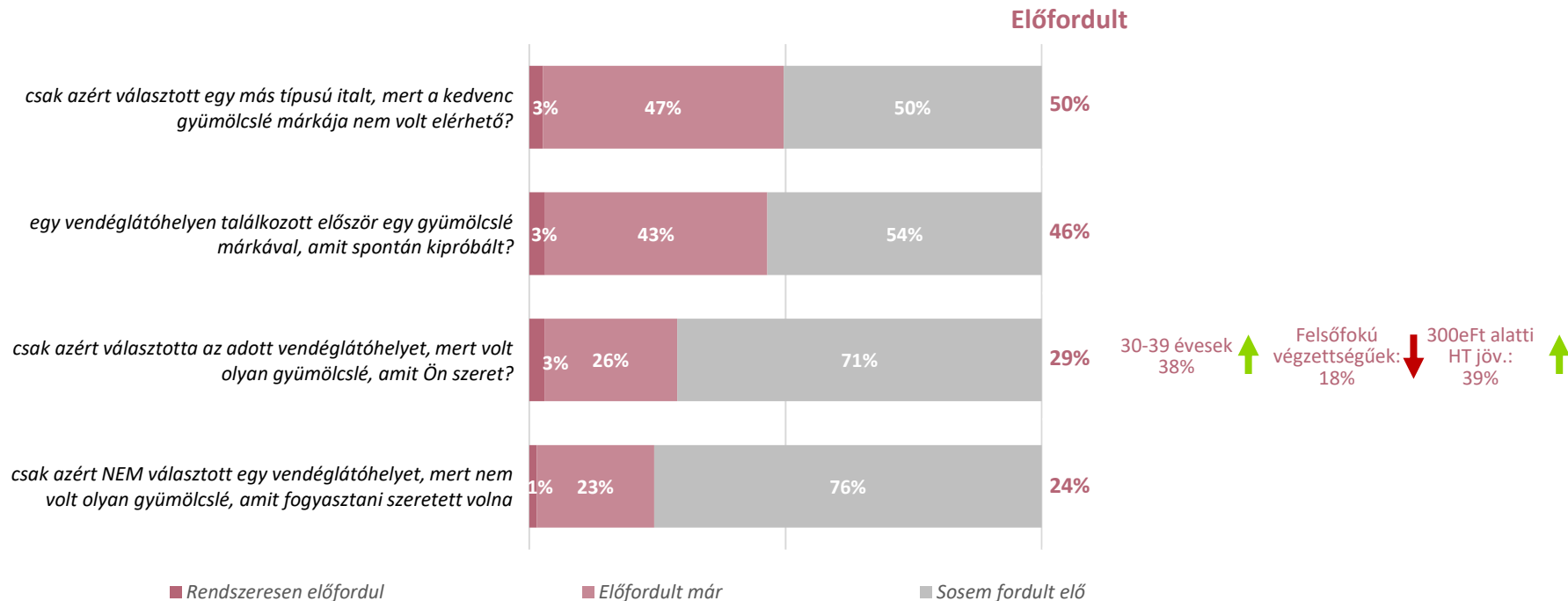
Bázis: Vendéglátóhelyi gyümölcsléfogyasztók (akik járnak az adott vendéglátó helyre)



Akárcsak a szénsavas üdítónél, a fogyasztó hajlamosabb helyettesíteni a gyümölcsle márkát és ritkán választ inkább másik vendéglátóhelyet.

Gyümölcslé választék szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy..
Bázis: Vendéglátóhelyi gyümölcsléfogyasztók, n=474



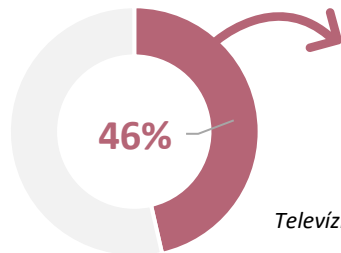
Új gyümölcslelé márkát a szénsavas üdítőkhöz hasonló arányban próbálnak ki vendéglátóhelyen, de kissé gyakrabban azért, mert más nincs.

Amikor spontán próbált ki egy új gyümölcslelé márkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek a hatására tette azt emlékei szerint?

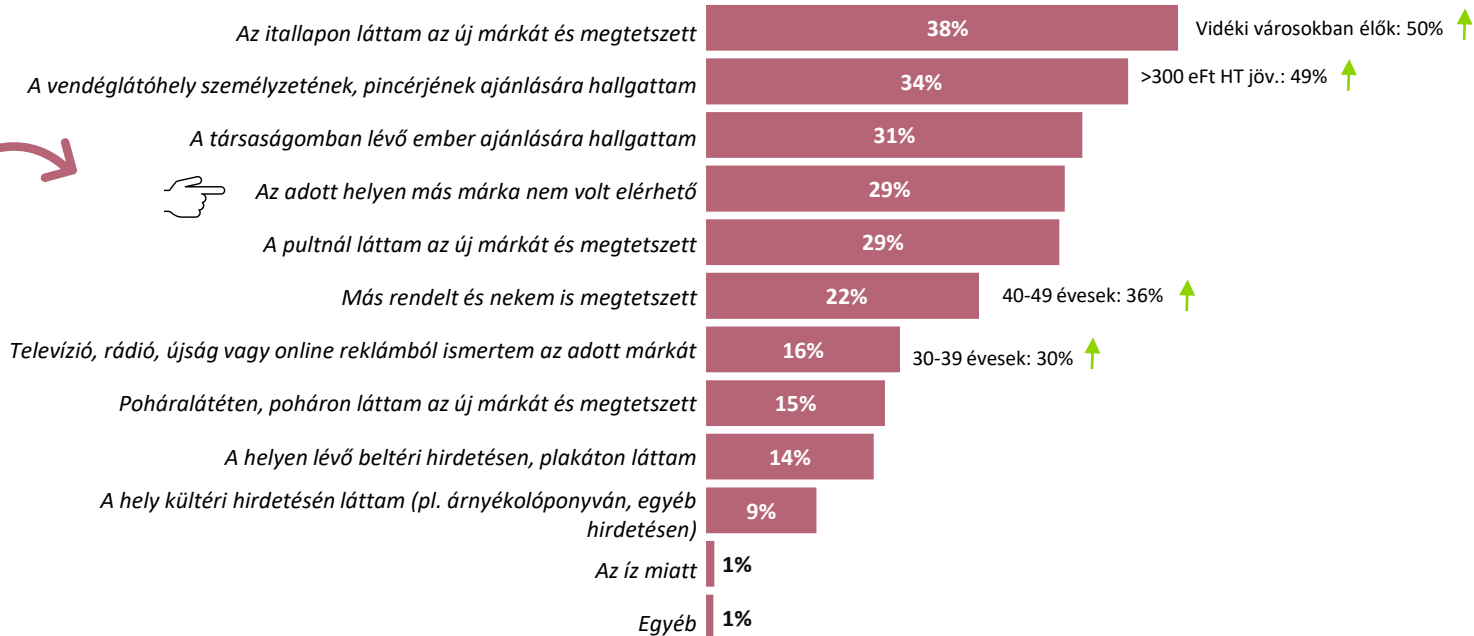
Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új gyümölcslelé márkát, n=220

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
gyümölcslelé márkát:

(az összes vendéglátóhelyi gyümölcslelé-
fogyasztón belül, n=474)



Minek hatására próbált ki egy új gyümölcslelé márkát?

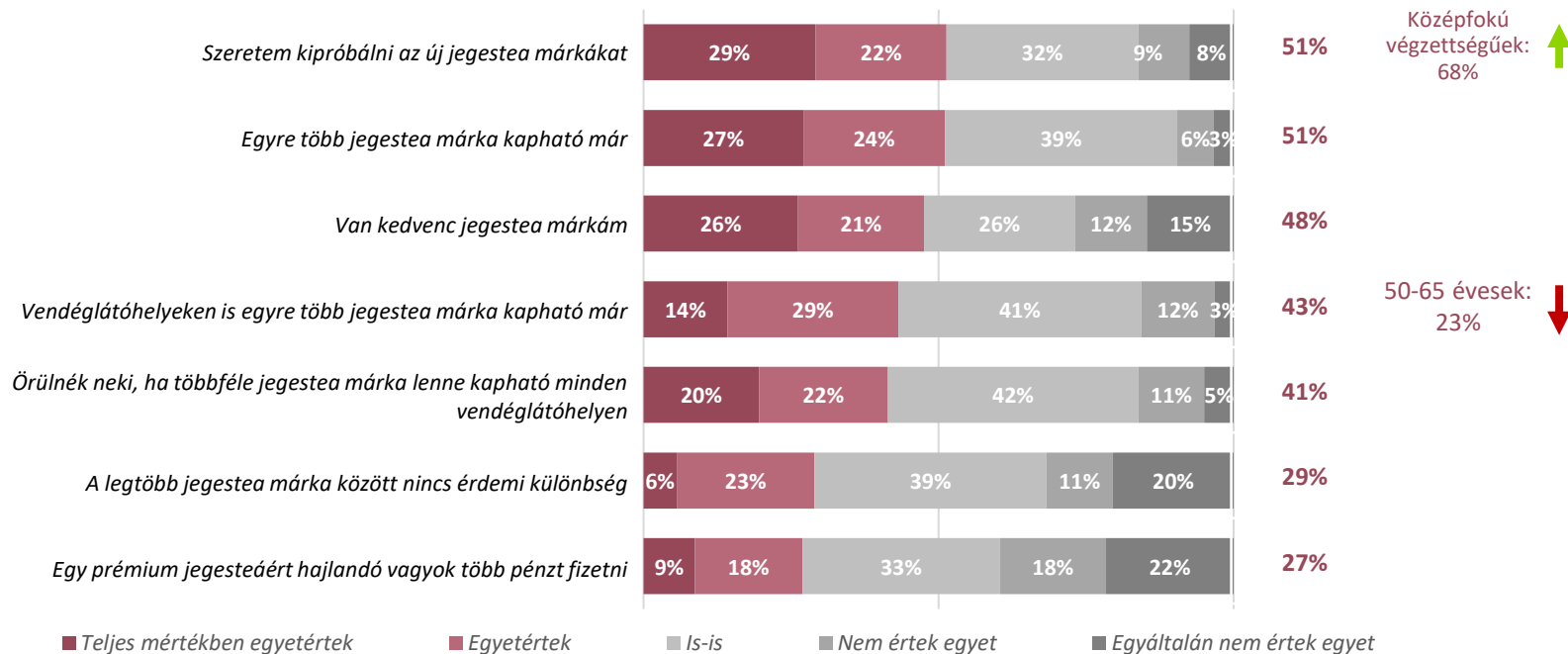


III. JEGESTEÁK

A fogyasztók nyitottak az új márkák kipróbálására, de prémium minőséget csak a kisebbség fizetne meg.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi jegestea-fogyasztók, n=172

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?



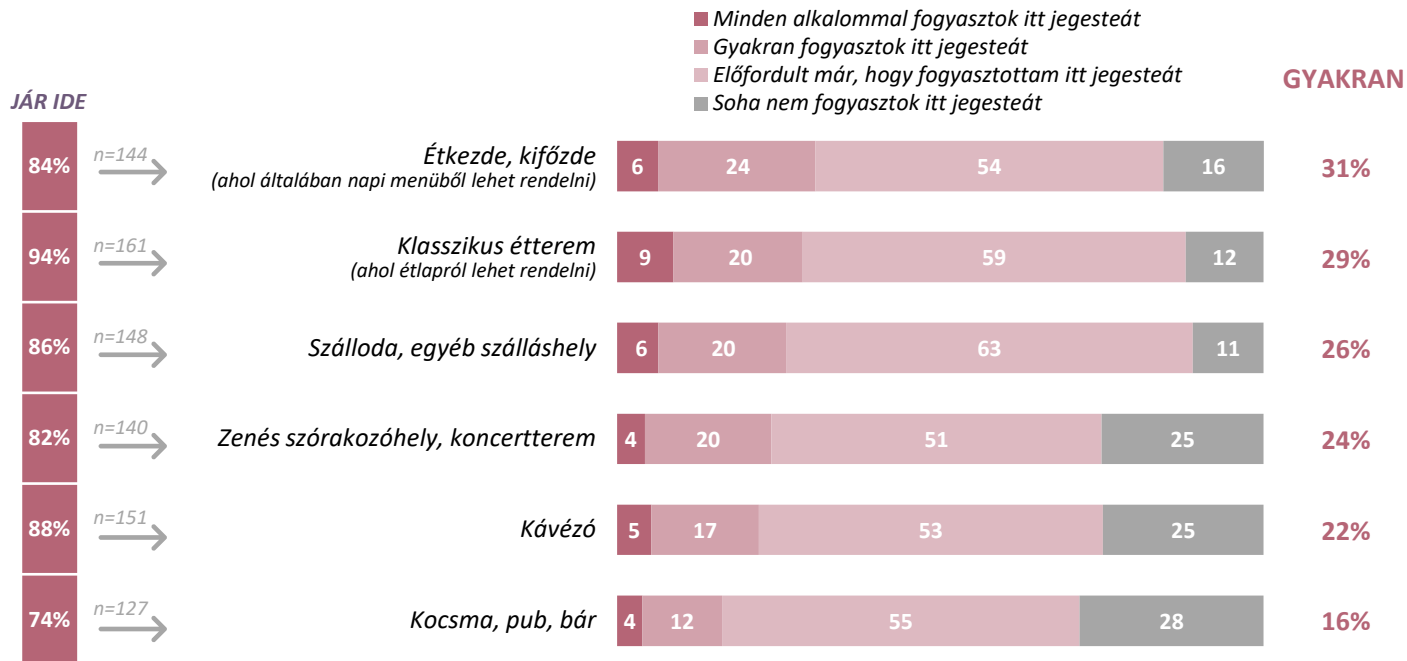
A jegesteák esetében megosztottabb a fogyasztói preferencia, mint a szénsavas üdítők vagy a gyümölcslevek esetében.

Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi jegesteá márkákat? Esetleg fogyasztotta is már? / Most kérem, gondoljon jegesteá márkákra! Melyik a kedvenc márkája?
Bázis: Vendéglátóhelyi jegesteá-fogyasztók, n=172

	<i>HALLOTT RÓLA</i>	<i>FOGYASZTOTTA MÁR</i>	<i>RENDSZERESEN</i>	<i>KEDVENCE (SPONTÁN)</i>
<i>Lipton Ice Tea</i>	100	90	15	9
<i>Nestea</i>	100	95	22	22
<i>Fuze Tea</i>	96	84	18	8
<i>Xixo</i>	95	79	23	16
<i>Rauch MyTea</i>	90	74	14	5

A jegestea fogyasztás gyakorisága csak kissé függ a fogyasztás helyszínétől.

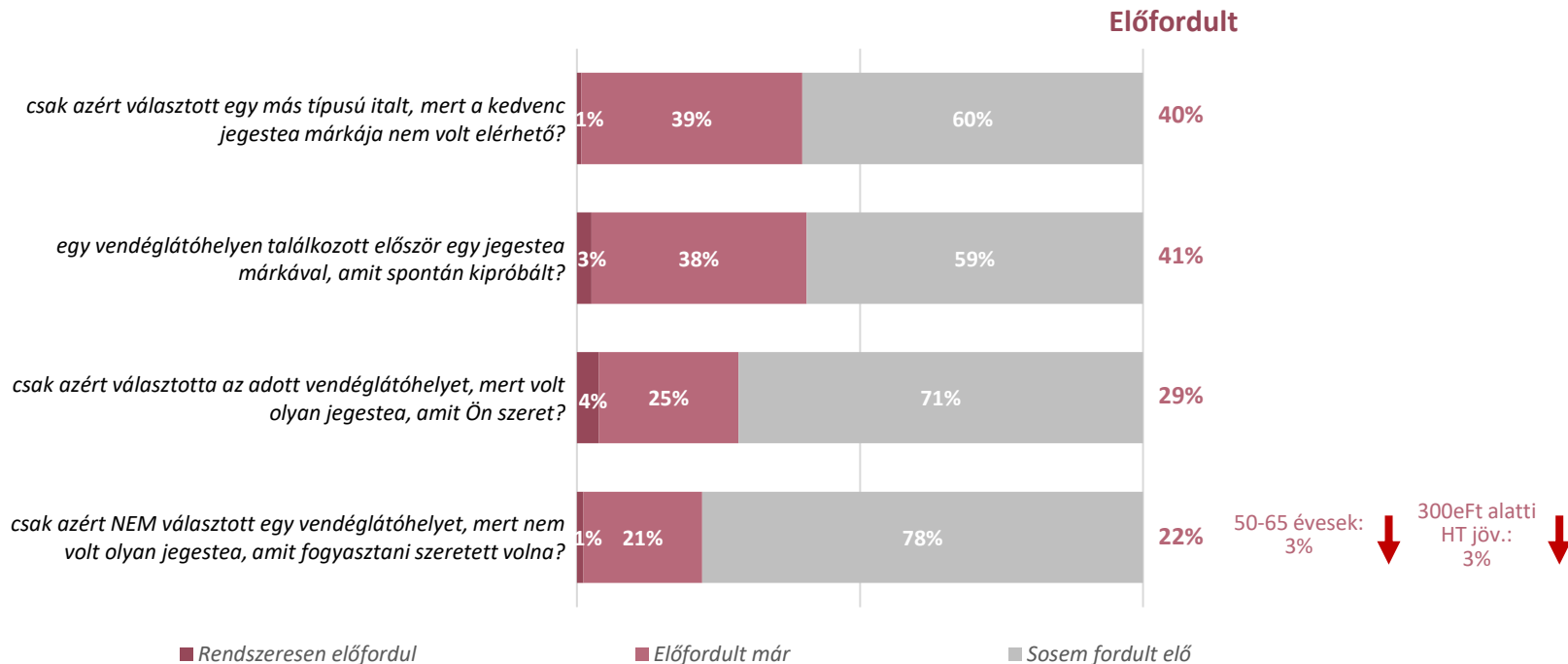
Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy jegesteaát fogyaszt?
Bázis: Vendéglátóhelyi jegestea-fogyasztók (akik járnak az adott vendéglátó helyre)



A jegestea márkák elérhetősége alig határozza meg a vendéglátóhely választást.

Jegestea választék szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy...
Bázis: Vendéglátóhelyi jegestea-fogyasztók, n=172



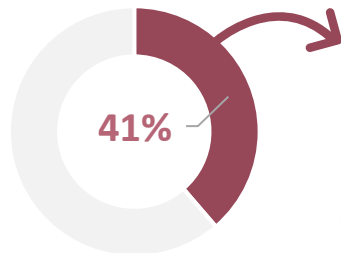
A jegestea esetében a legmagasabb azon esetek aránya, amikor azért próbálnak ki új márkát, mert adott helyen más nincs.

Amikor spontán próbált ki egy új jegestea márkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek a hatására tette azt emlékei szerint?

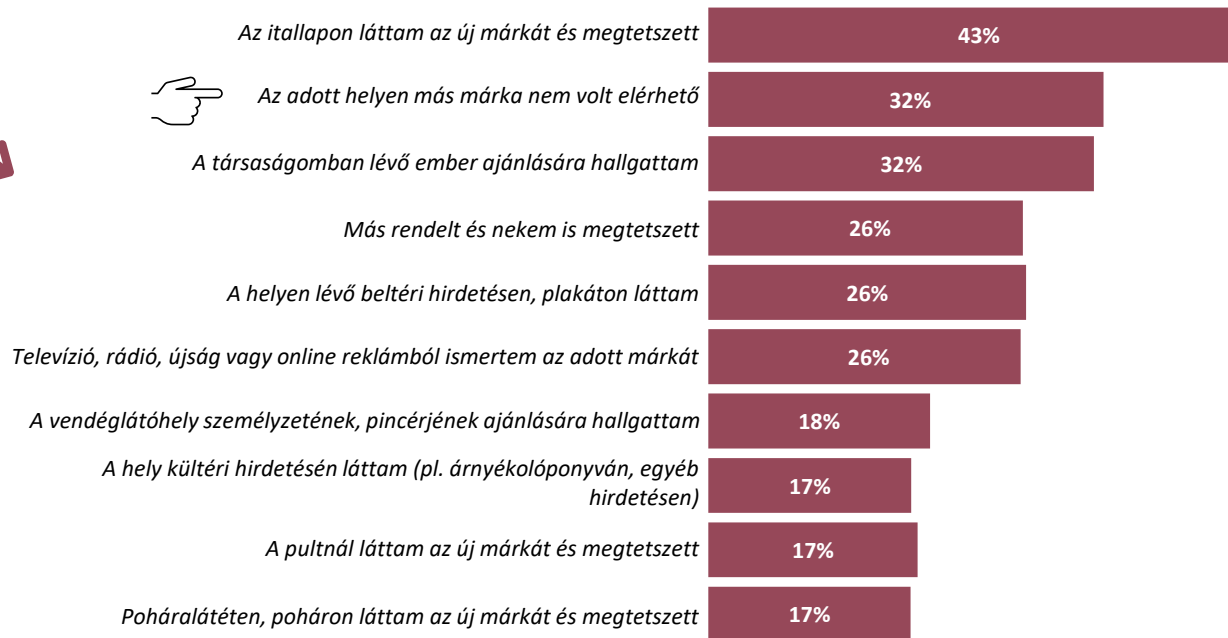
Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új jegestea márkát, n=70

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
jegestea márkát:

(az összes vendéglátóhelyi jegestea-
fogyasztón belül, n=172)



Minek hatására próbált ki egy új jegestea márkát?



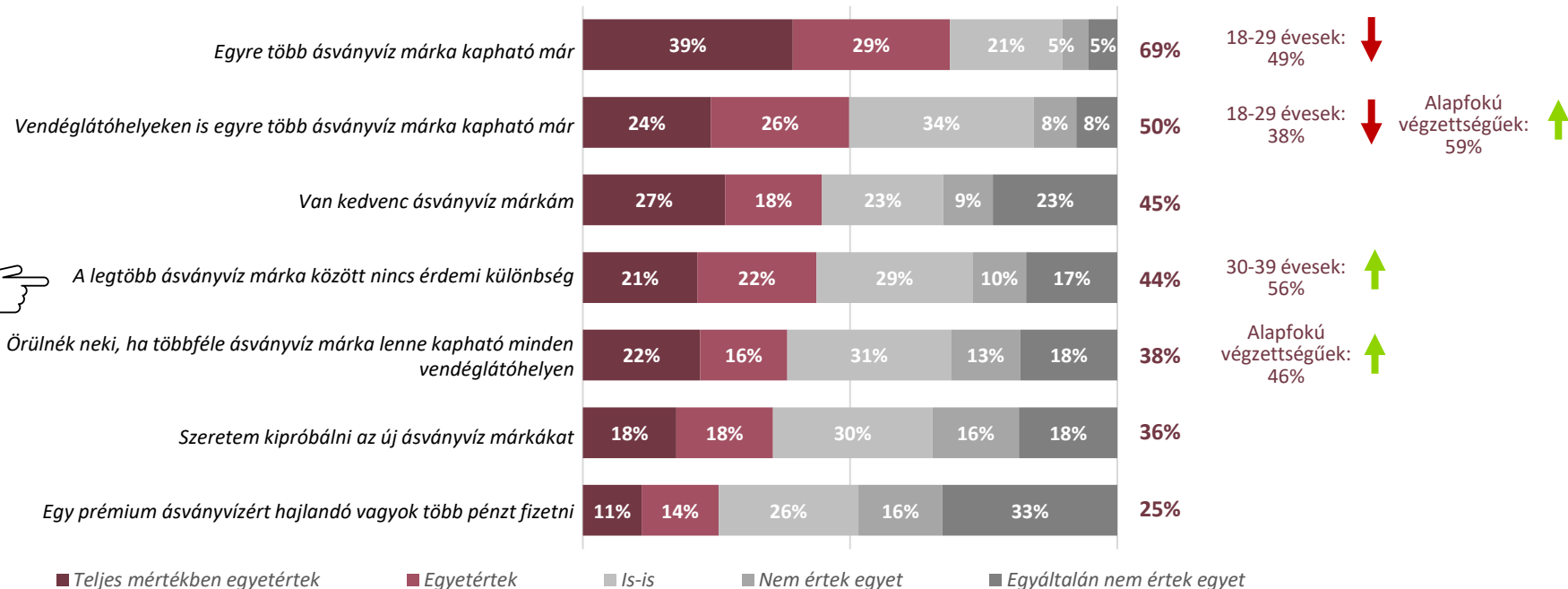
IV. ÁSVÁNYVIZEK

A fogyasztók bővülő ásványvíz kínálatot érzékelnek, ugyanakkor kisebb az új márkák kipróbálási hajlandósága, mint az üdítők esetében.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi ásványvízfogyasztók, n=573

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?

TOP2



Az ásványvíz márkák ismertsége magas, a rendszeres fogyasztásnál sok márka ért el 10% feletti értéket.

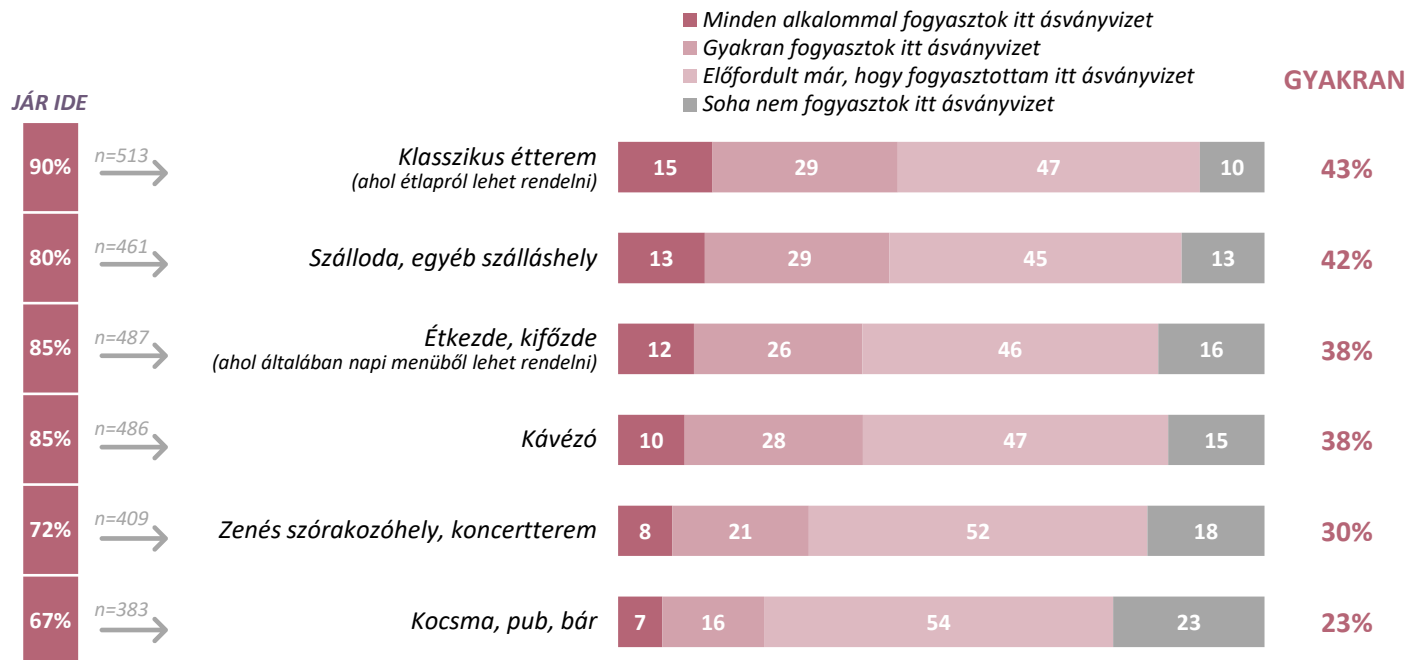
Ásványvíz márkák ismertsége és fogyasztása

Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi ásványvíz márkákat? Esetleg fogyasztotta is már? / Most kérem, gondoljon ásványvíz márkákra! Melyik a kedvenc márkája?
Bázis: Vendéglátóhelyi ásványvízfogyasztók, n=573

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	KEDVENCE (SPONTÁN)
Szentkirályi	99	93	37	30
NaturAqua	97	91	24	7
Apenta	96	78	13	4
Theodora	96	85	16	7
Mizse	95	81	23	10
Visegrádi	94	72	10	2
Jana	93	70	10	2
Fonyódi	90	61	6	1
Aquarel	90	71	12	4
Balfi	88	60	7	3
Ave	76	45	3	
Evian	63	32	3	0
Vis Vitalis	47	20	1	
Szigetközi Frissvíz	39	14	2	

Az ásványvízfogyasztás minden típusú helyen előfordul, étkezőhelyen, kávézóban gyakrabban, mint szórakozóhelyen.

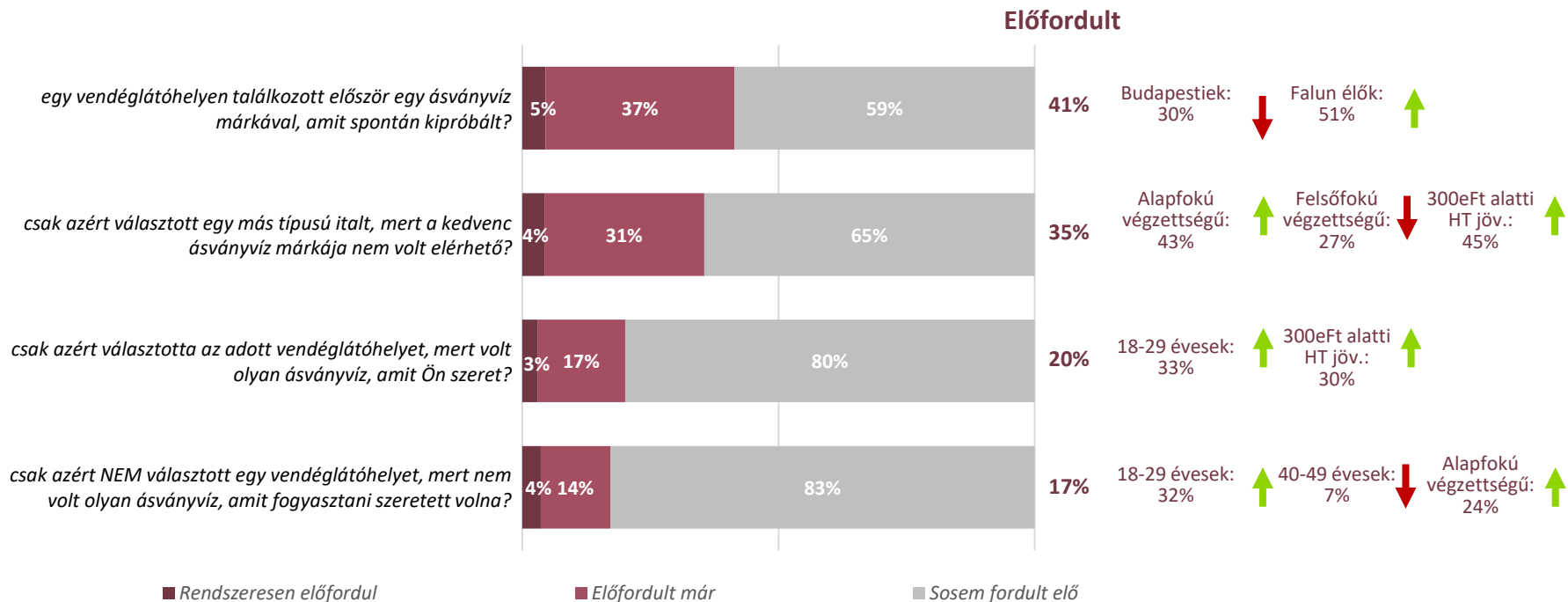
Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy ásványvizet fogyaszt?
Bázis: Vendéglátóhelyi ásványvízfogyasztók (akik járnak az adott vendéglátó helyre)



Az ásványvíznél végképp ritka más vendéglátóhely választása nem megfelelő kínálat esetén.

Ásványvíz választék szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnek, hogy
Bázis: Vendéglátóhelyi ásványvízfogyasztók, n=573



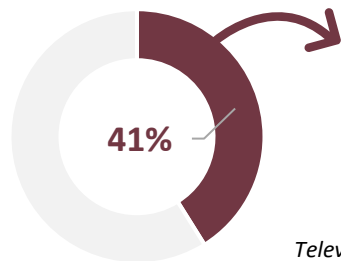
Az új ásványvíz márkák kipróbálása vendéglátóhelyeken hasonló, mint az üdítők esetében, azonban az esetek harmadában kényszerből történik.

Amikor spontán próbált ki egy új jeges tea márkát egy vendéglátóhelyen, akkor minek a hatására tette azt emlékei szerint?

Bázis: Akik vendéglátóhelyen spontán próbáltak már ki új ásványvíz márkát, n=237

Vendéglátóhelyen
spontán kipróbált egy új
ásványvíz márkát:

(az összes vendéglátóhelyi ásványvíz-
fogyasztón belül, n=573)



Minek hatására próbált ki egy új ásványvíz márkát?

A vendéglátóhely személyzetének, pincérjének ajánlására hallgattam

37%

18-29 évesek: 15%
50-65 évesek: 52%



Az adott helyen más márká nem volt elérhető

33%

Az itallapon láttam az új márkát és megtetszett

27%

A társaságomban lévő ember ajánlására hallgattam

26%

A pultnál láttam az új márkát és megtetszett

19%

30-39 évesek: 40%

Más rendelt és nekem is megtetszett

18%

Televízió, rádió, újság vagy online reklámból ismertem az adott márkát

15%

Poháralátétén, poháron láttam az új márkát és megtetszett

11%

30-39 évesek: 25%

A helyen lévő beltéri hirdetésen, plakáton láttam

11%

A hely kültéri hirdetésén láttam (pl. árnyékolóponyván, egyéb
hirdetésen)

5%

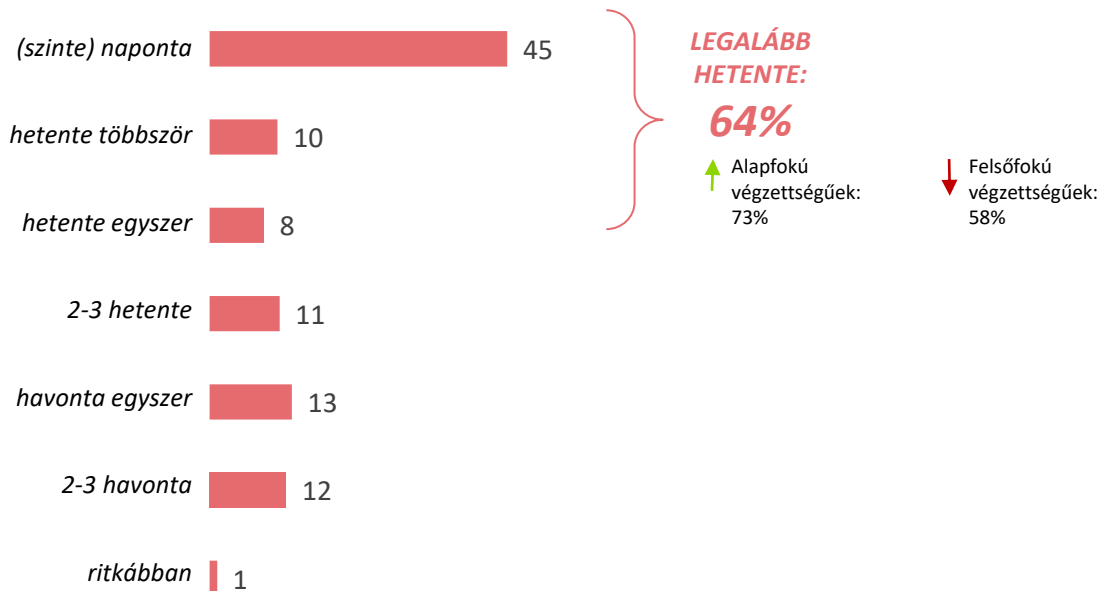
Egyéb 1%

E. KÁVÉFOGYASZTÁS



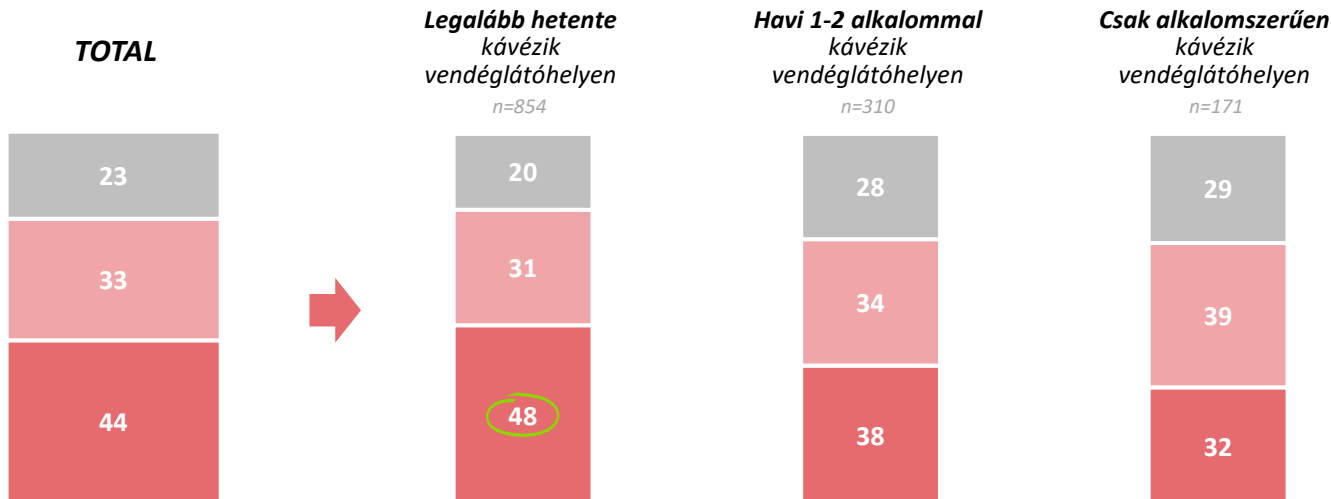
Nagyon gyakori a vendéglátóhelyi kávéfogyasztás: a fogyasztók közel fele napi gyakorisággal rendel vendéglátóhelyen kávé.

Milyen gyakran fogyaszt kávé vendéglátóhelyen? Kérem, gondoljon a járvány előtti időszakra!
Bázis: Vendéglátóhelyi kávéfogyasztók, n=1335



A márkatudatosság alacsony a vendéglátóhelyi kávéfogyasztásnál, különösen a vendéglátóhelyen ritkán kávézók esetében.

Mi a leginkább jellemző Önre, amikor vendéglátóhelyen fogyaszt kávé?
Bázis: Vendéglátóhelyi kávéfogyasztók, n=1335



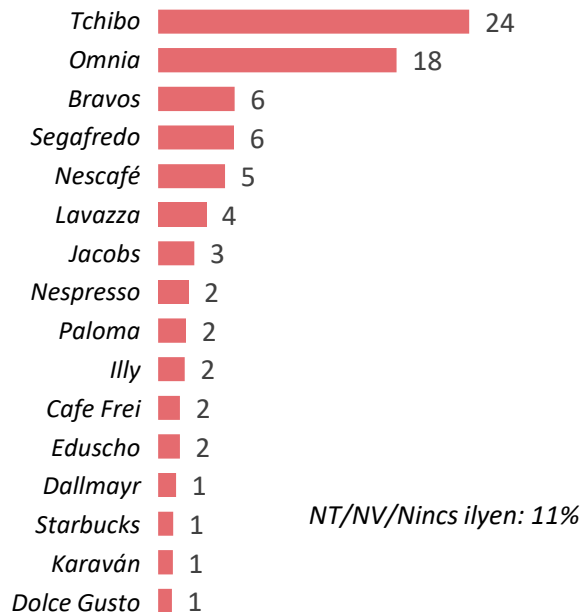
- Nem szoktam figyelni, hogy milyen márkájú kávéát iszom
- Általában nem tudom, hogy milyen márkájú kávéát iszom
- Az esetek nagy részében tudom, hogy milyen márkájú kávéát iszom

Szignifikánsan magasabb az adott csoportban.

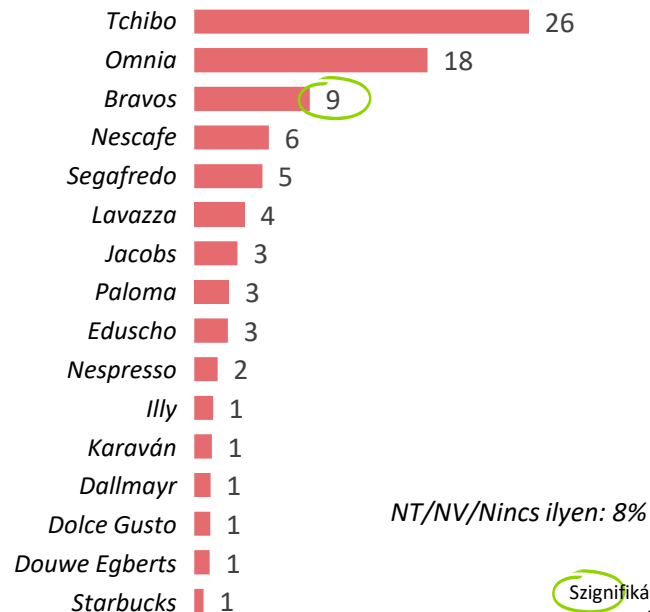
Két kávémárka az igazán kedvenc, ugyanakkor érdekes módon ezek nem specifikusan vendéglátóhelyi márkák, az FMCG piacon is erősek.

Most kérem, gondoljon kávémárkákra! Melyik a kedvenc kávémárkája?
Bázis: Vendéglátóhelyi kávéfogyasztók, n=1335 / Napi szintű vendéglátóhelyi kávéfogyasztók, n=606

Kedvenc kávémárka (leggyakoribb említések):



→ Aki napi szinten fogyaszt kávé vendéglátóhelyen:

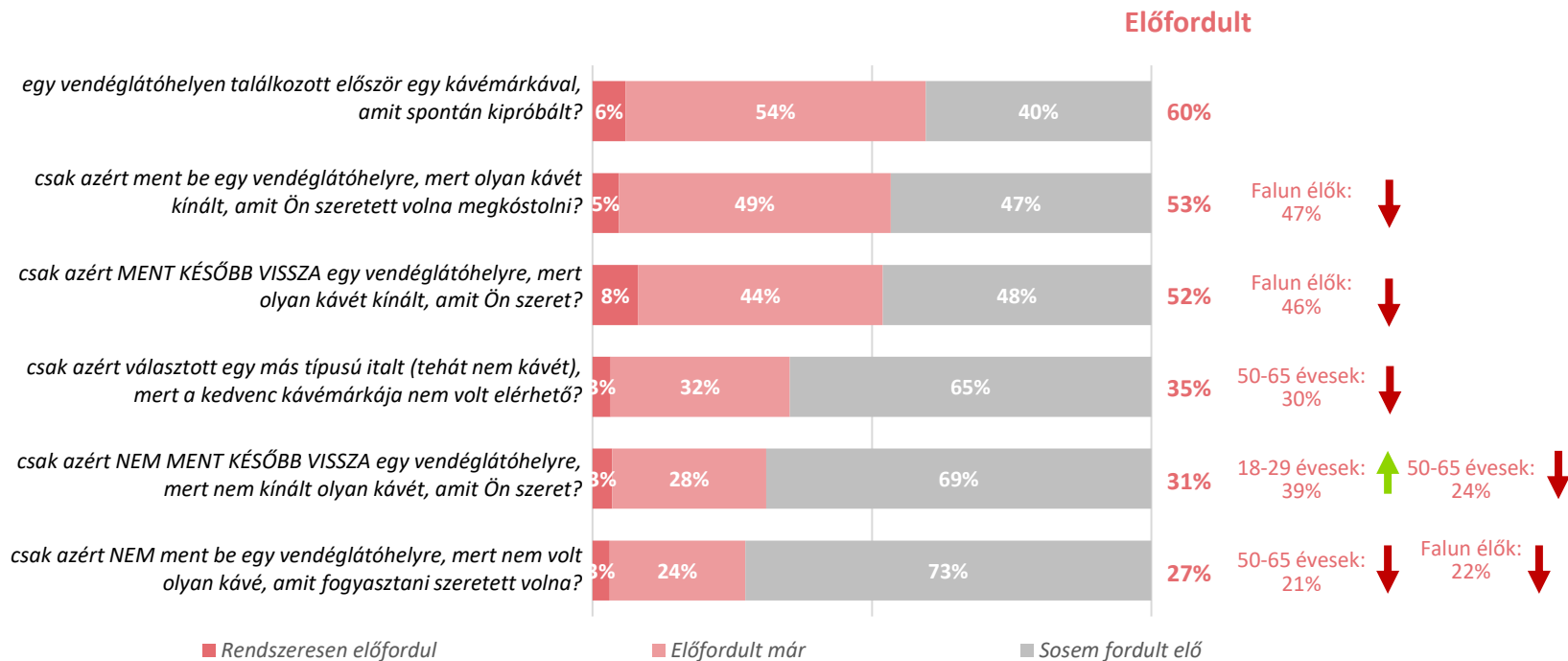


Szignifikánsan magasabb az adott csoportban.

A kávéválaszték nem meghatározó a vendéglátóhely választásban.

Kávéválaszték szerepe a vendéglátóhely kiválasztásában

Előfordult-e már Önnel, hogy...
Bázis: Vendéglátóhelyi kávéfogyasztók, n=1335



F. ENERGIAITALOK



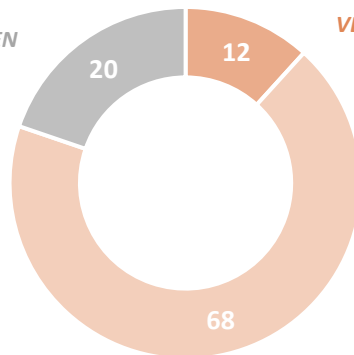
Az energiaital nem jellegzetesen vendéglátóhelyen fogyasztott termék, nagyobbrészt máshol fogyasztják.

Vendéglátóhelyi és otthoni energiaital fogyasztás

Kérem, gondoljon 10 energiaital fogyasztási alkalomra, úgy, mintha nem lennének lezárások a járvány miatt!
A 10-ből hány esetben fogyaszt energiaitalt vendéglátóhelyen és hány esetben fogyaszt máshol (pl.: otthon, útközben)?
Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók, n=517

Energiaital-fogyasztás tipikus helyszíne

UGYANOLYAN
ARÁNYBAN
VENDÉGLÁTÓHELYEN
ÉS OTTHON



LEGTÖBBSZÖR
VENDÉGLÁTÓHELYEN

10 italból átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
2,9

LEGTÖBBSZÖR MÁSHOL
(OTTHON, ÚTKÖZBEN)

10 italból átlagosan
ennyit fogyaszt itt:
7,1

Annak ellenére, hogy nem kimondottan az íz miatt fogyasztják az energiaitalokat, íz tekintetében fontos sokaknak a változatosság. Az energiaital fogyasztók többsége elégedett a vendéglátóhelyek kínálatával.

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?
Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók, n=517

Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?

TOP2



Szeretem a változatos ízű energiaitalokat



Szeretek új energiaital márkákat kipróbálni



Csak az íze miatt iszom energiaitalt



Nők: 42% ↑ 18-29 évesek: 43% ↑ Budapest: 19% ↓

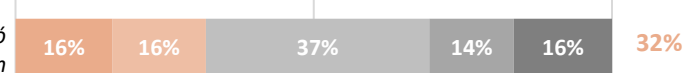
Csak akkor iszom energiaitalt, amikor fáradt vagyok



Felsőfokú végzettségűek: 50% ↑ Budapest: 46% ↑



Örülnek neki, ha többféle energiaital márká lenne kapható minden vendéglátóhelyen



Középfokú végzettségűek: 23% ↓

Napi szinten fogyasztok energiaitalt



50-65 évesek: 9% ↓ Alapfokú végzettségűek: 38% ↑ Középfokú végzettségűek: 20% ↓

Gyakran fogyasztok vendéglátóhelyen energiaitalt



18-29 évesek: 27% ↑ 50-65 évesek: 9% ↓

Teljes mértékben egyetérték

Egyetérték

Is-is

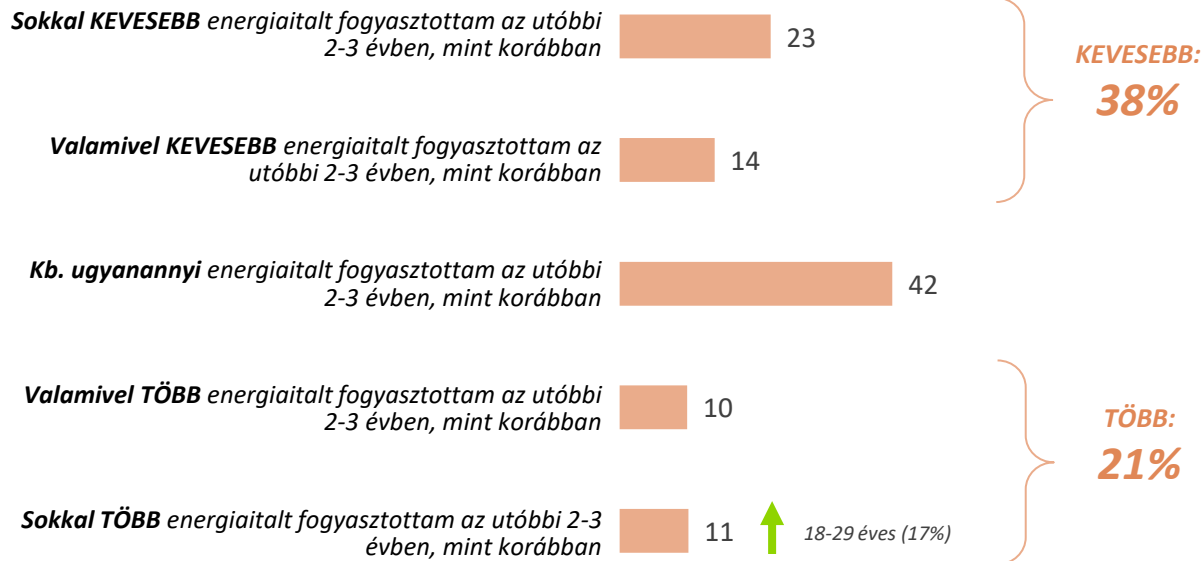
Nem értek egyet

Egyáltalán nem értek egyet

Trendszerűen úgy érzékelik a fogyasztók, hogy kevesebb energiaitalt fogyasztanak (nem tudni, ez mennyire a járványhoz kapcsolható).

Ha az utóbbi 2-3 évet hasonlítja össze az azokat megelőző évekkkel, akkor melyik a leginkább jellemző állítás?

Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók, n=517



A Hell nagyon erős kedvenc márka, nem osztódik sokfelé a preferencia. Ez magyarázhatja, miért okozhat keveseknek gondot a szűk vagy visszaköszönő márkakínálat.

Energiaital márkák ismerete, fogyasztása

Ismeri-e akár csak hallomásból is az alábbi energiaital márkákat? Esetleg fogyasztotta is már?
Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók, n=517

	HALLOTT RÓLA	FOGYASZTOTTA MÁR	RENDSZERESEN	KEDVENCE (SPONTÁN)
Red Bull	98	82	12	10
Hell	97	90	39	56
Bomba	96	78	14	6
Monster	93	72	12	6
Burn	93	72	12	4
Watt	90	67	7	2
Coca-Cola Energy Drink	86	47	2	
Adrenalin	83	56	4	
Tiger	64	32	2	

Az energiaital fogyasztás inkább a szórakozóhelyekhez kötődik, ahol egyébként az alkoholfogyasztás is jellemzőbb.

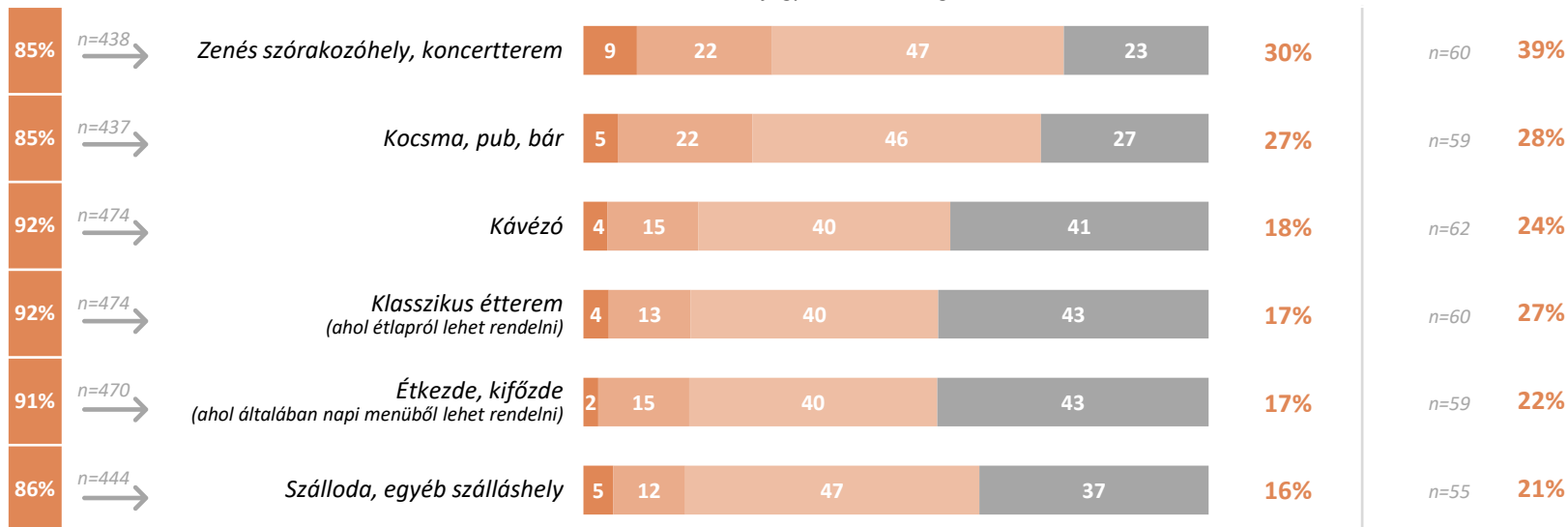
Ha az alábbi vendéglátóhelyeken jár, akkor mennyire jellemző, hogy energiaitalt fogyaszt?

Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók (akik járnak az adott vendéglátó helyre)

- Minden alkalommal fogyasztok itt energiaitalt
- Gyakran fogyasztok itt energiaitalt
- Előfordult már, hogy fogyasztottam itt energiaitalt
- Soha nem fogyasztok itt energiaitalt

GYAKRAN →

**TÖBBSÉGÉBEN
VENDÉGLÁTÓHELYEN
FOGYASZT ENERGIAITALT**



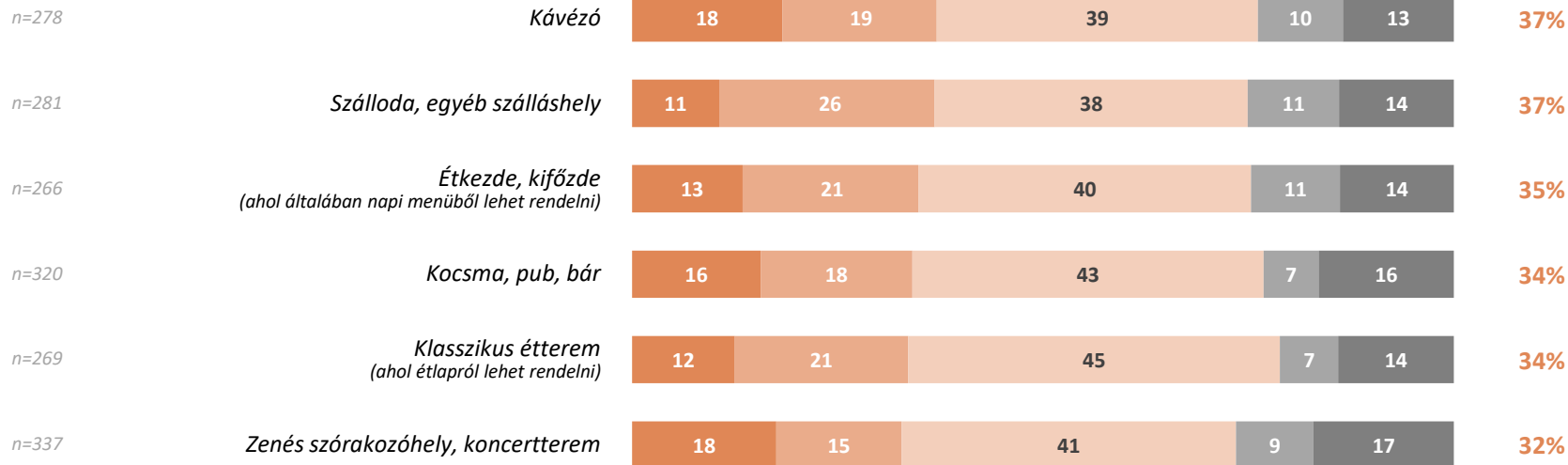
Az energiaital márkájához való ragaszkodás sehol sem erős.

Kedvenc márka fogyasztása a vendéglátóhelyen

Mennyire ragaszkodik Ön a kedvenc energiaital márkájához az alábbi vendéglátóhelyeken?
Bázis: Akik fogyasztanak energiaitalt az adott vendéglátóhelyen

5 - Teljes mértékben ragaszkodom hozzá 4 3 2 1 - Egyáltalán nem ragaszkodom hozzá

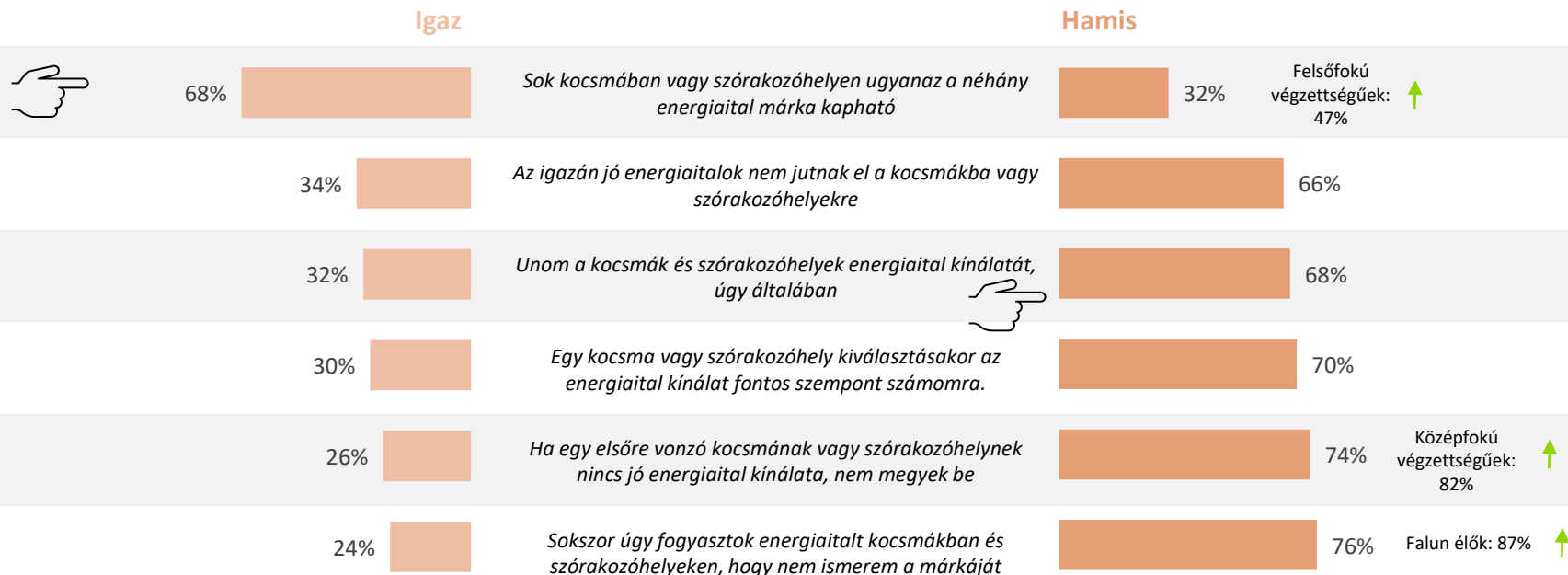
TOP2



Az energiaital kínálattal nem elégedetlenek a fogyasztók, annak ellenére, hogy hasonlóknak tartják a helyek kínálatát.

Igaz vagy hamis?

Bázis: Vendéglátóhelyi energiaital-fogyasztók, akik járnak a következők valamelyikébe: kocsmá, pub, bár / zenés szórakozóhely, koncertterem, n=472

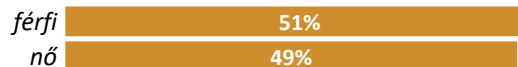


MINTAÖSSZETÉTEL

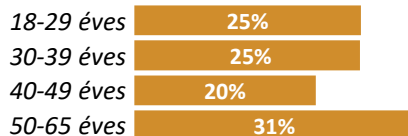


Teljes minta, n=2000

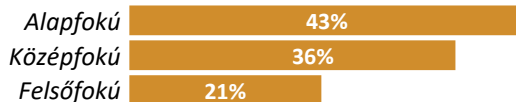
NEM



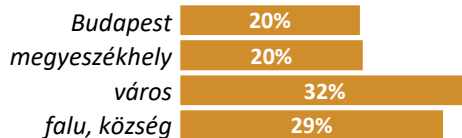
KOR



VÉGZETTSÉG



TELEPÜLÉSTÍPUS



HÁZTARTÁS JÖVEDELEM



NT/NV: 46%