

AGEMAS

Arbeitsgemeinschaft für Markt-
und Meinungsforschung GmbH



Bier Geschmackstest
drinktec Messe-Befragung
September 2013

Studieninhalt und Methodik

Die AGEMAS war als Mitglied des DOEMES Kompetenzzentrums auf der drinktec 2013 auf dem Stand dem DOEMENS Messestand vertreten.

Dabei wurden zufällig ausgewählte Besucher des DOEMENS Messestandes eingeladen an einer Marktforschungsstudie teilzunehmen. Die AGEMAS hatte für eine Messemarktforschung einen strukturierten Fragebogen entwickelt: bei einem Geschmackstest sollten die Teilnehmer im Rahmen einer Blindverkostung ein gängiges Markenbier (Fernsehbier) mit dem Bier einer lokalen Brauerei vergleichen.

Den Testpersonen wurden nacheinander zwei Gläser Bier ausgeschenkt mit der Bitte, den Geschmack anhand einer Schulnotenskala zu bewerten. Dann wurden die Teilnehmer befragt, welcher Marke sie das getestete Bier zuordnen (gestützt und ungestützt). Abschließend wurden die Teilnehmer gefragt, welches Bier Ihnen besser schmeckt.

Faktisch handelte es sich bei beiden getesteten Bieren um Augustiner Hell aus der Flasche (0.5l).

Stichprobengröße

Insgesamt wurden $n = 100$ Besucher des DOEMENS Messestandes auf der drinktec 2013 befragt.

Die Befragungen wurden am 16., 17. und 19. September 2013 durchgeführt.

Die Testpersonen (m/ w) wurden nach einem Zufallsverfahren ausgewählt, d.h. die Teilnehmer an der Marktforschungsstudie wurde aus der Gruppe Messebesucher der drinktec 2013 rekrutiert. Es wurde auf eine ausgewogene Altersstruktur und große berufliche Bandbreite geachtet (u.a. Braumeistern, Einkäufer, Mitarbeiter kleinerer und größerer Brauereien, Techniker u.a.).

Das Ergebnis kann daher als repräsentativ für die drinctec 2013 bezeichnet werden.

Datenschutz

Es wird besonders herausgestellt, dass die AGEMAS den strengen Richtlinien des Bundesdatenschutzgesetzes, sowie den Standesrichtlinien von BVM (Bundesverband der deutschen Marktforscher) und ESOMAR (internationaler Marktforschungsverband) unterworfen ist, die eine personenbezogene Auswertung bzw. Offenlegung der Teilnehmer eindeutig untersagen.

Die Anonymität aller Teilnehmer ist somit absolut gewährleistet.

Frage 1: Wie bewerten Sie das gerade getrunkene Hellbier aufgrund seines Geschmacks anhand einer Schulnotenskala von 1 (=sehr gut) bis 6 (=ungenügend). Die Werte dazwischen dienen zur Abstufung Ihrer Meinung.

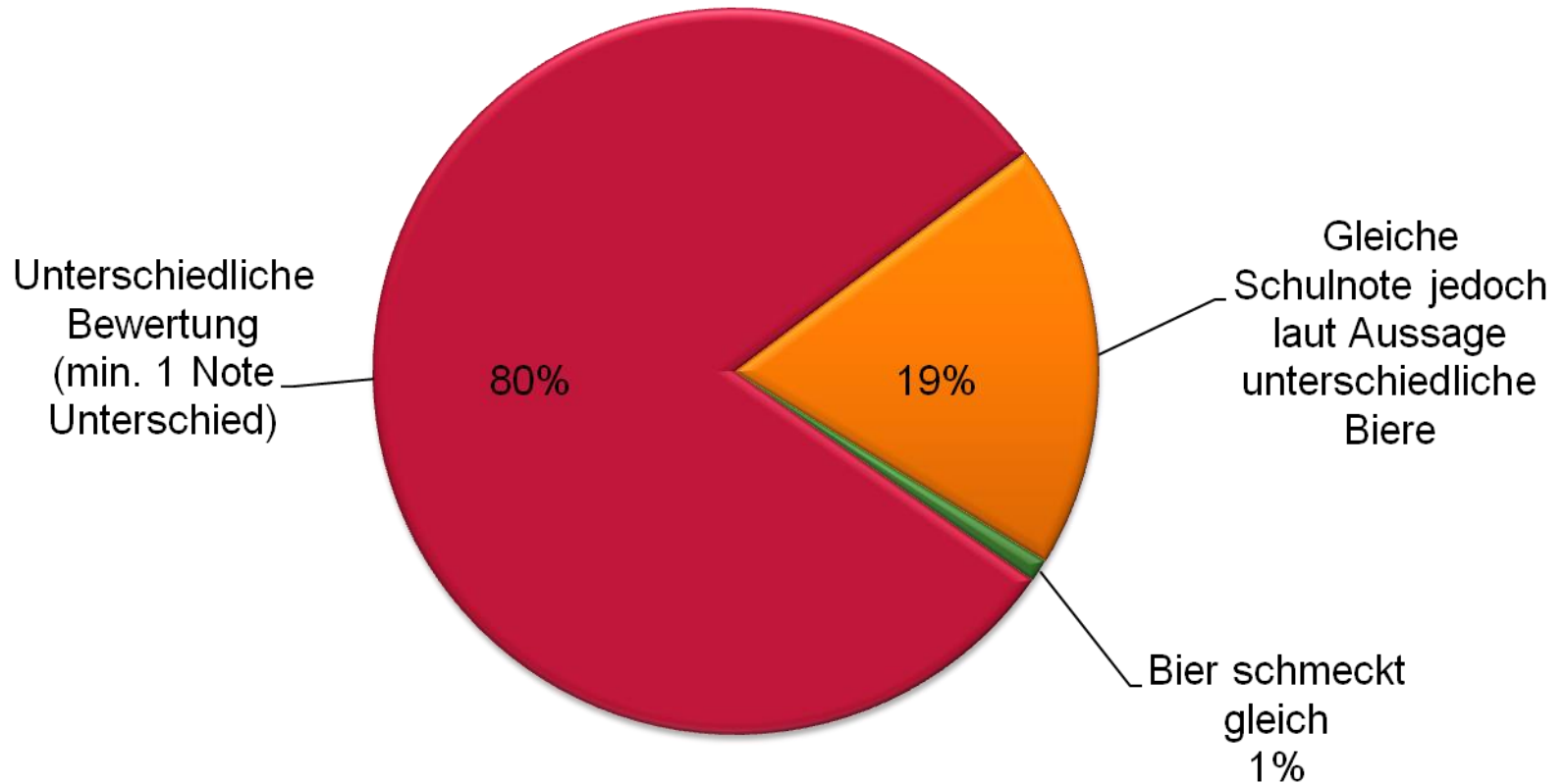
Blindverkostung von 2 Hellbieren Gängiges Markenbier vs. Lokaler Brauer

- 80 %** der Befragten bewerten die beiden Biere mit mindestens einer Schulnote Unterschied
- 19 %** der Befragten geben beiden Bierern die gleiche Schulnote, finden jedoch, dass es sich um unterschiedliche Biermarken handelt
- 1 %** der Befragten findet, dass beide Biere gleich schmecken

n= 100

In Wirklichkeit bekam jeder Proband zweimal Augustiner Hell aus derselben 0,5l Flasche zu probieren.

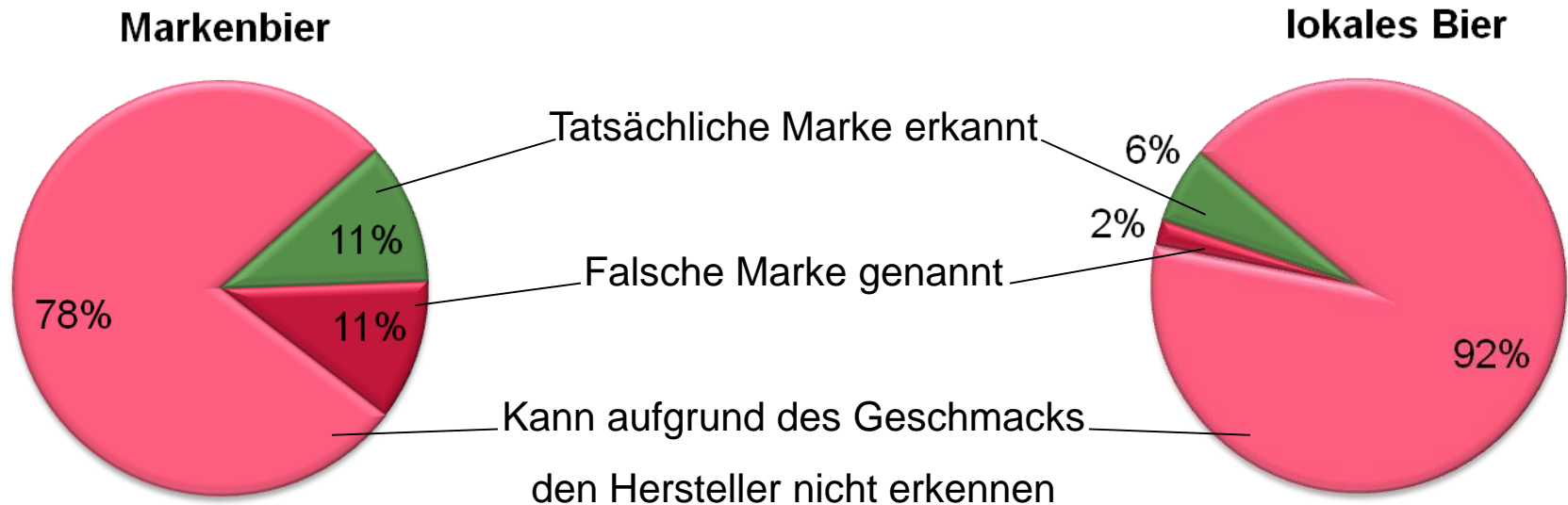
Frage 1: Wie bewerten Sie das gerade getrunkene Hellbier aufgrund seines Geschmacks anhand einer Schulnotenskala von 1 (=sehr gut) bis 6 (=ungenügend). Die Werte dazwischen dienen zur Abstufung Ihrer Meinung.



n= 100

Jeder Proband bekam zweimal Augustiner Hell aus derselben 0,5l Flasche zu probieren.

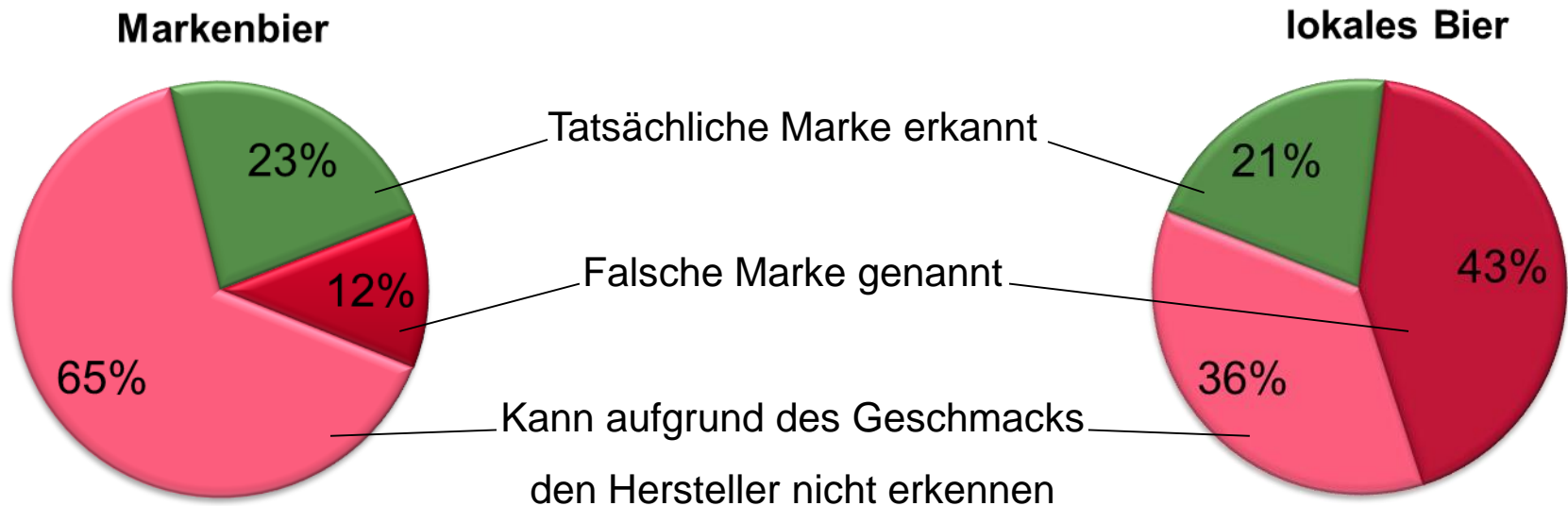
Frage 2: Aufgrund des Geschmacks. Von welcher Marke ist dieses Hellbier Ihrer Meinung nach? (Ungestützte Abfrage)



n= 100

Jeder Proband bekam zweimal Augustiner Hell aus derselben 0,5l Flasche zu probieren.

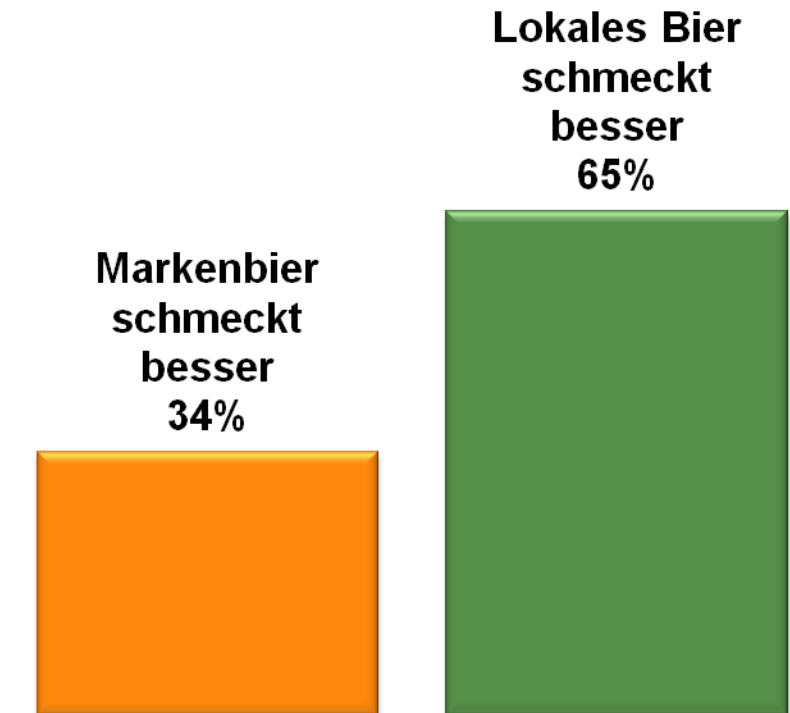
Frage 3: Aufgrund des Geschmacks. Von welcher Marke ist dieses Hellbier Ihrer Meinung nach? (Gestützte Abfrage)



n= 100

Jeder Proband bekam zweimal Augustiner Hell aus derselben 0,5l Flasche zu probieren.

Frage 4: Welches der beiden Hellbiere schmeckt Ihnen besser?



n= 100
1% fanden, dass es das gleiche Bier war und daher gleich schmeckt

Fazit:

Das Ergebnis dieser Studie scheint zunächst überraschend: nur 1% der Teilnehmer hat tatsächlich bemerkt hat, dass es sich bei den im Test vorgestellten Bieren um die gleiche Marke gehandelt hat. Dabei waren unter den Teilnehmern gestandene Braumeister, sowie Mitarbeiter größerer und kleinerer Brauereien, die sich regelmäßig mit dem Geschmack von Bieren beschäftigen. Doch auch sie waren aufgrund ihres subjektiven Geschmackseindrucks fest davon überzeugt, dass es sich bei den von ihnen probierten Bieren um zwei unterschiedliche Marken handeln würde!

Allein die Vorstellung, dass ein gängiges Markenbier mit dem Bier einer lokalen Brauerei verglichen wird, verändert bei den Teilnehmern das subjektive Geschmacksempfinden wesentlich. Eine weitere interessante Erkenntnis ist, dass **von 65% der Befragten die vermeintlich lokale Brauerei eindeutig bevorzugt wird!** Allein durch das Kriterium „lokale Brauerei“ scheint hier ein klares Qualitätskriterium vorhanden zu sein!



Ansprechpartner:

Dr. Christian Schmiedl

**AGEMAS GmbH
Neuhauser Straße 27
80331 München**

Telefon: 089/ 23 23 688 - 0
cs@agemas.de

Expeditionen erweitern Horizonte...



Eine Forschungsreise zu Ihrer Zielgruppe ist ein spannendes Unterfangen.
Was werden wir finden?
Welche Überraschungen, welche Erkenntnisse fördern wir zutage?
Mit uns haben Sie einen leistungsstarken Partner an Ihrer Seite.
Gemeinsam können wir viel bewegen - Wir begleiten Sie!