

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



Handels-Check „Lebensmittel-Detailhandel“



April 2010

Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Sample-Grösse:** n = 1.050 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- _ **Erhebungszeitraum:** 08.04.2010 – 19.04.2010
- _ **Screening:** Region, Bekanntheit von zumindest einem der genannten Unternehmen
- _ **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus der Schweiz zwischen 14 und 59 Jahren
- _ **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- _ **Umfang:** 43 offene/geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- _ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples:

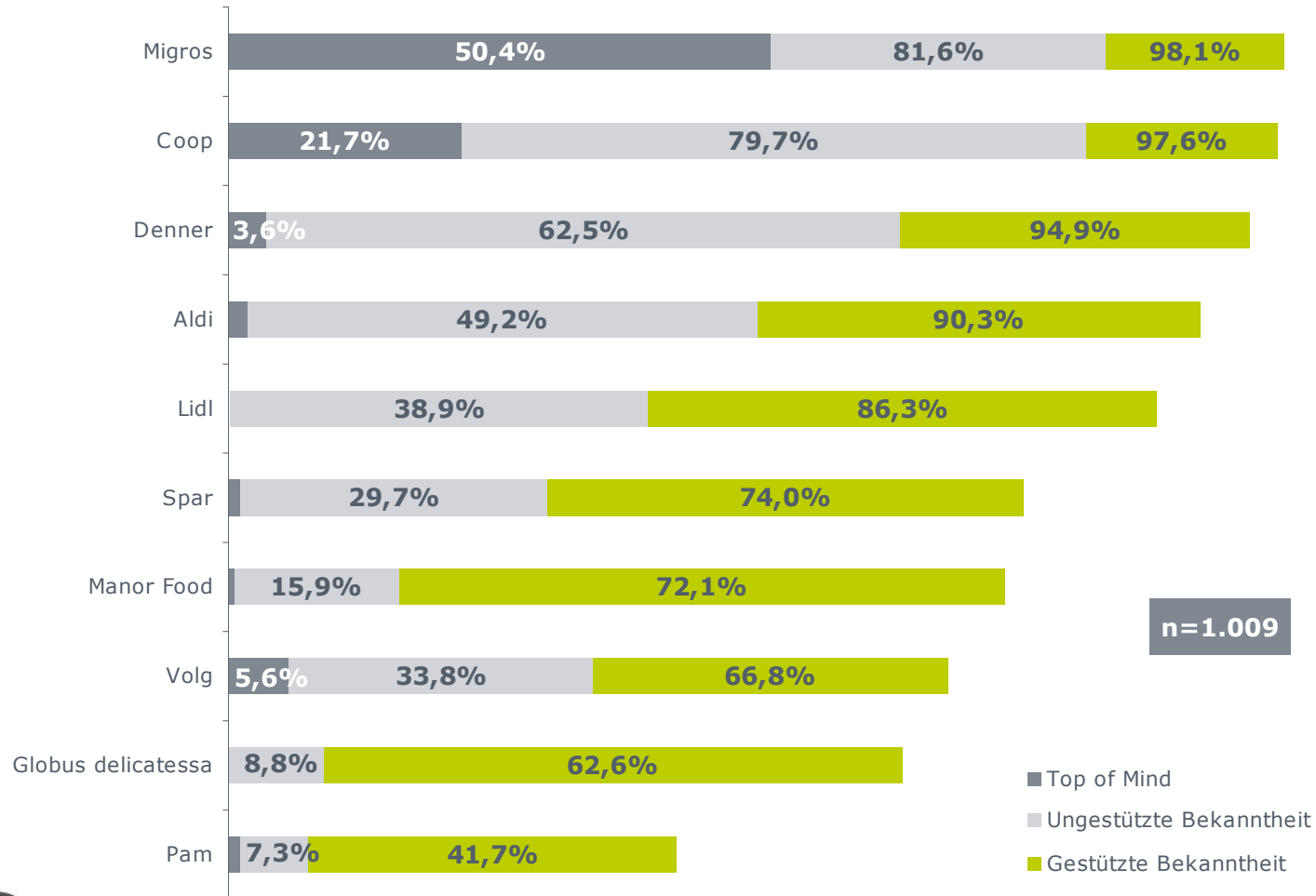
Basis	Ausgangssample		Kernzielgruppe	
	1.050	100,0%	1.000	100,0%
Geschlecht				
Männlich	515	49,0%	491	49,1%
Weiblich	535	51,0%	509	50,9%
Alter				
14 - 19 Jahre	82	7,8%	81	8,1%
20 - 29 Jahre	207	19,7%	197	19,7%
30 - 39 Jahre	254	24,2%	237	23,7%
40 - 49 Jahre	286	27,2%	270	27,0%
50 - 59 Jahre	221	21,0%	215	21,5%
Region				
Deutschschweiz	755	71,9%	747	74,7%
Westschweiz	257	24,5%	253	25,3%
Woanders	28	2,7%	0	0,0%



Die Ergebnisse:



Summary: Top of Mind vs. ungestützte Bekanntheit vs. gestützte Bekanntheit



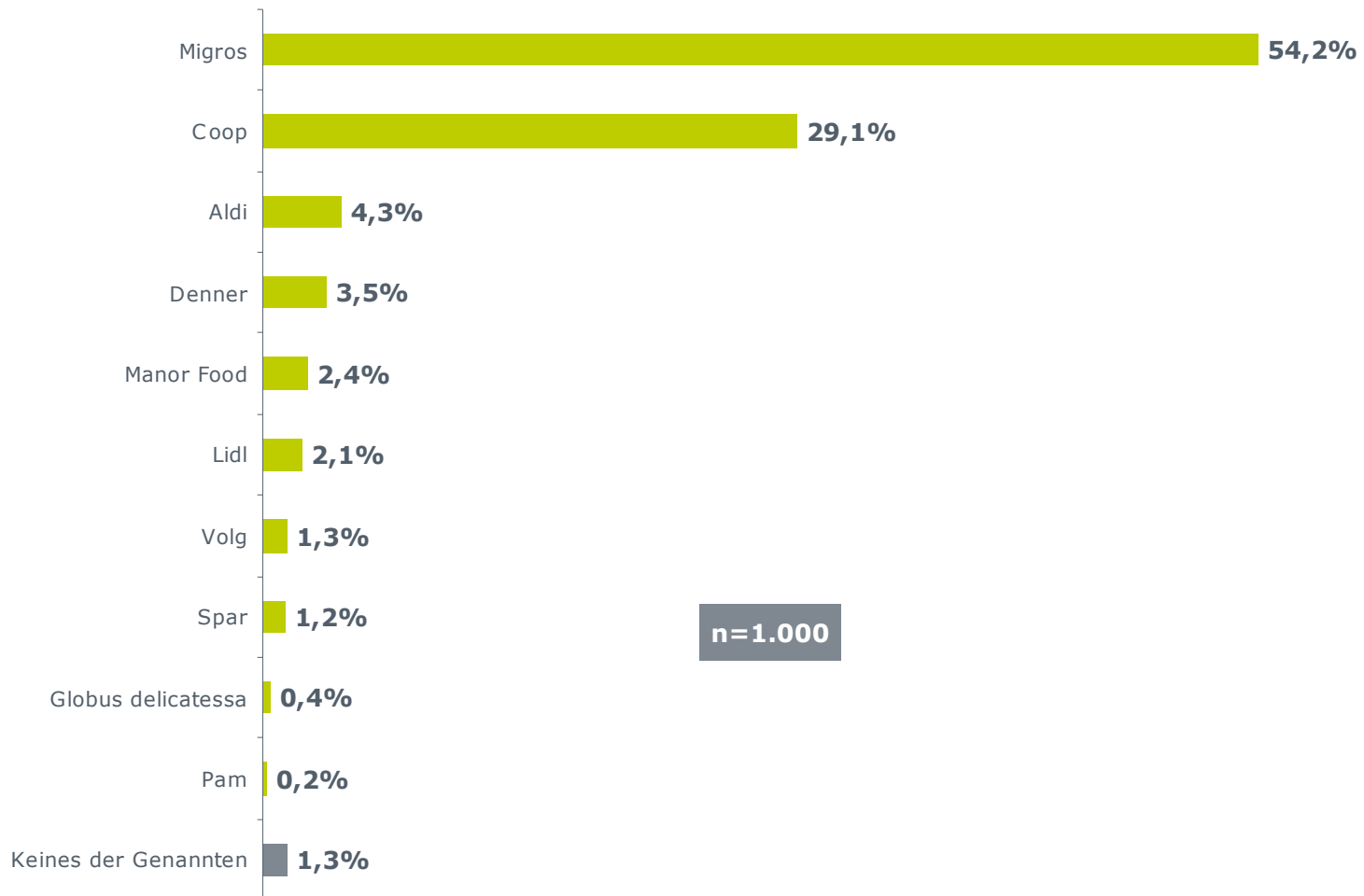
(Basis: Respondenten leben in der Deutsch- oder Westschweiz)



8. Und welches dieser Unternehmen aus dem Bereich „Lebensmittel-Detailhandel“ besuchen Sie bevorzugt? Welches ist sozusagen Ihr Lieblingsunternehmen?

Lieblingsunternehmen

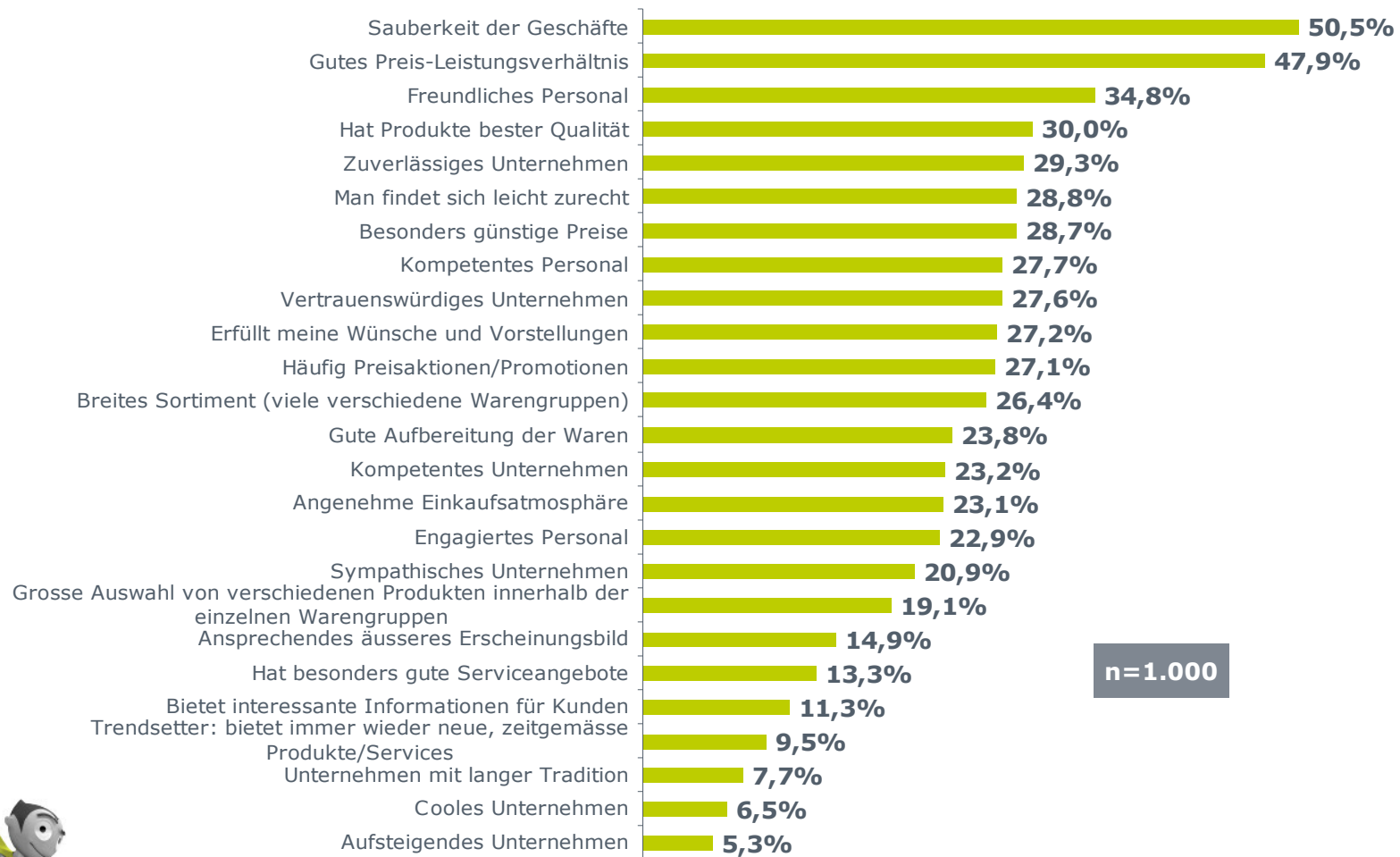
(Basis: Respondenten leben in der Deutsch- oder Westschweiz und kennen mindestens eines der genannten Unternehmen zumindest dem Namen nach)



15. Inwieweit sind die folgenden Kriterien für Sie persönlich wichtig, wenn Sie Ihren Einkauf im Lebensmittel-Detailhandel tätigen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig"

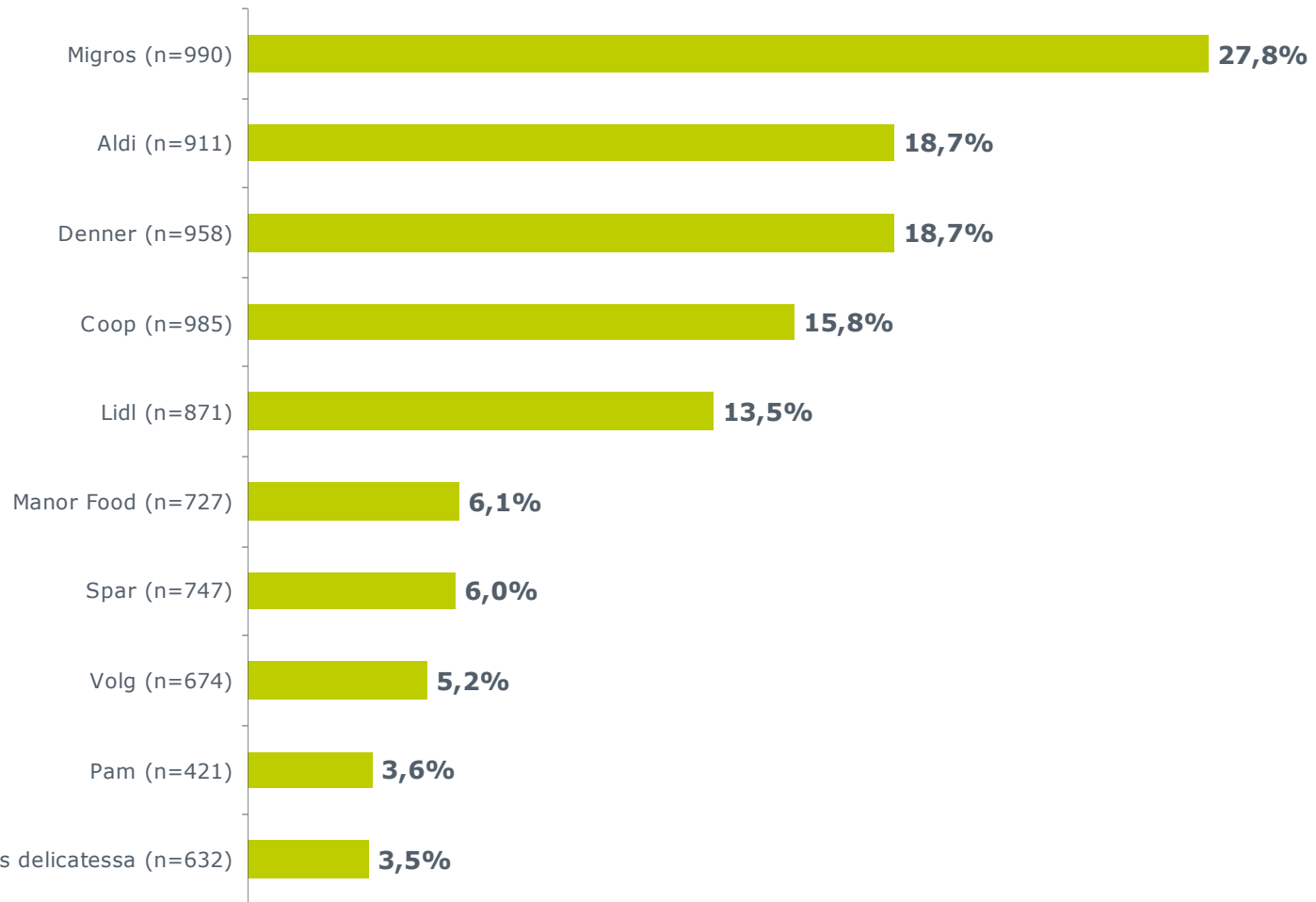
(Basis: Respondenten leben in der Deutsch- oder Westschweiz und kennen mindestens eines der genannten Unternehmen zumindest dem Namen nach)



33. Inwieweit bieten die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an? Bitte bewerten Sie von „sehr schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis“ bis „sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Top-Box: bewertet mit "sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis"

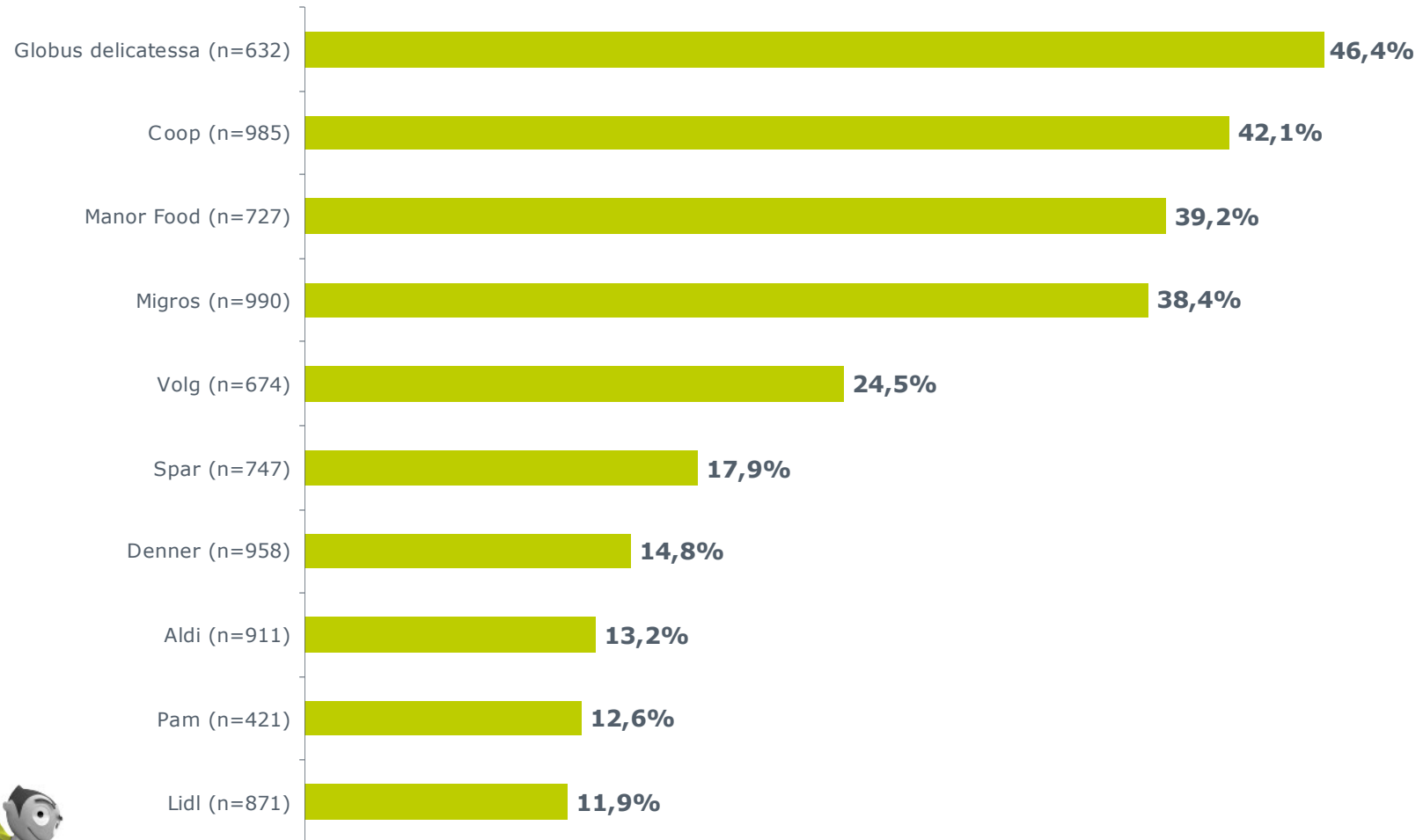
(Basis: Respondenten leben in der Deutsch- oder Westschweiz und kennen die jeweiligen Unternehmen zumindest dem Namen nach)



39. Inwieweit würden Sie die folgenden Geschäfte als sauber bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht sauber“ bis „sehr sauber“, dazwischen können Sie fein abstufen.

Top-Box: bewertet mit "sehr sauber"

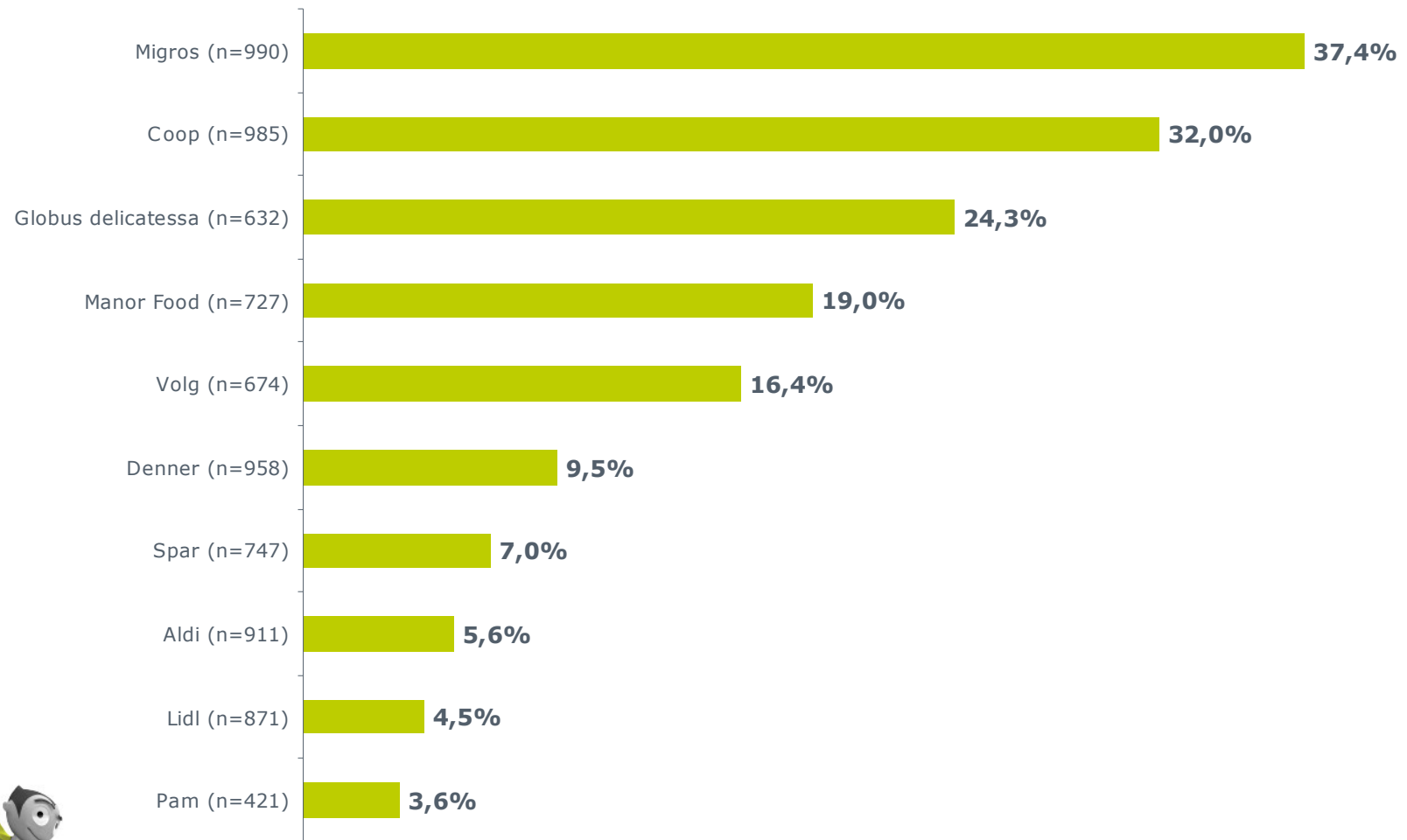
(Basis: Respondenten leben in der Deutsch- oder Westschweiz und kennen die jeweiligen Unternehmen zumindest dem Namen nach)



Wohlfühl-Index* (2010)

Wohlfühl-Index*

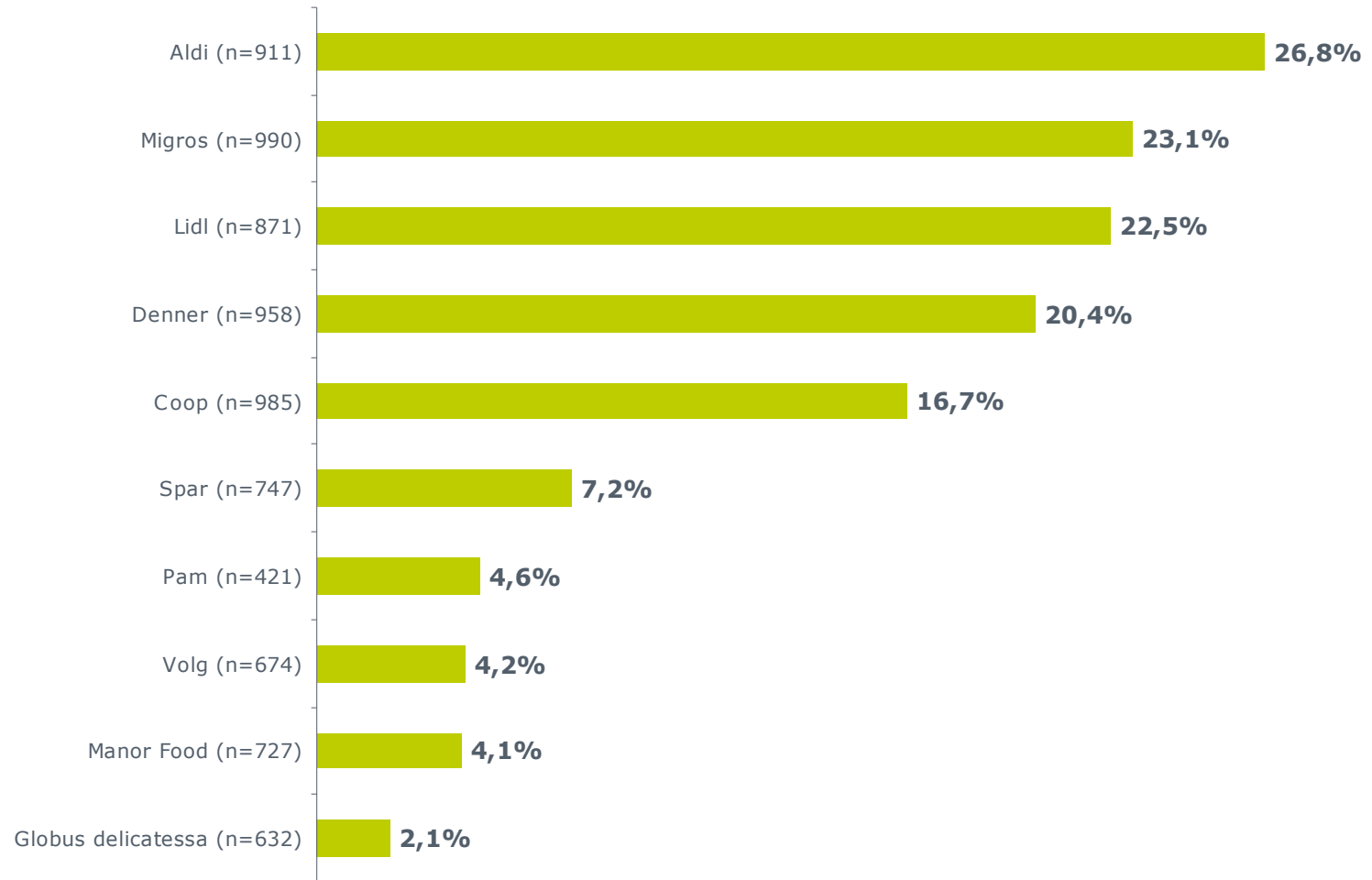
(* miteinbezogen wurden jeweils die Top-Box-Werte der Images: Sympathie, Vertrauen, Zuverlässigkeit, Kompetenz, Serviceorientierung & Freundlichkeit des Personals)



Smart Shopper-Index* (2010)

Smart Shopper-Index*

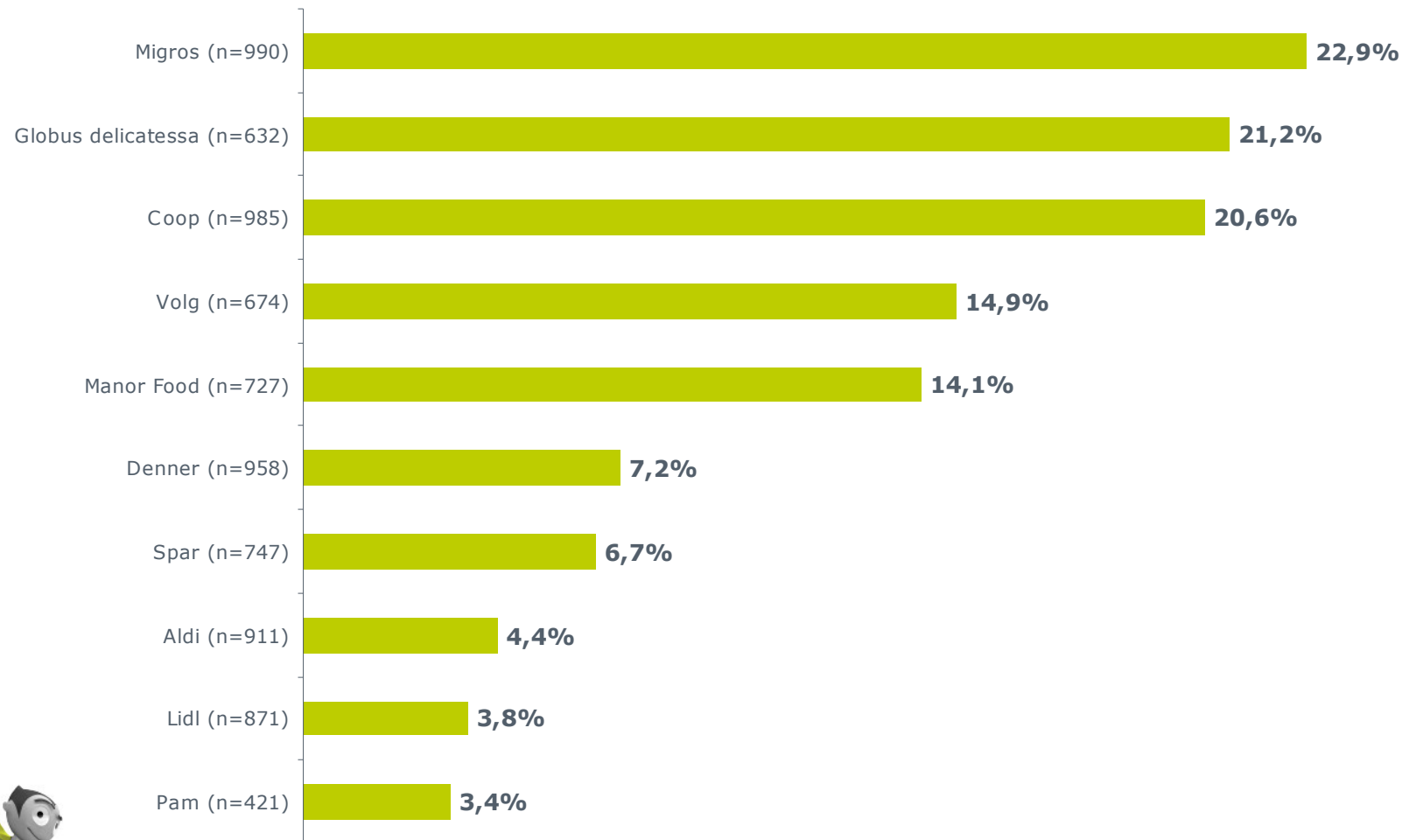
(* miteinbezogen wurden jeweils die Top-Box-Werte der Images: Preis-/ Leistungsverhältnis, häufige Preisaktionen, günstige Preise)



Personal-Index* (2010)

Personal-Index*

(* miteinbezogen wurden jeweils die Top-Box-Werte der Images: Freundlichkeit, Kompetenz und Engagement des Personals)



Original-Fragestellungen [1]

- Herzlich willkommen zu unserer aktuellen Online Befragung. Bitte beantworten Sie uns zu Beginn eine ganz allgemeine Frage. Sie sind ...?
- In welcher der folgenden Regionen der Schweiz leben Sie? Welcher der folgenden Regionen würden Sie sich am ehesten zuordnen?
- Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?
- In unserer aktuellen Online Umfrage geht es um die Schweizer Handelslandschaft. Konkret wollen wir uns heute mit dem „Lebensmittel-Detailhandel“ auseinandersetzen. Welche Unternehmen aus dem Bereich „Lebensmittel-Detailhandel“ kennen Sie, welche sind Ihnen zumindest dem Namen nach bekannt?
- Von welchen Unternehmen aus dem Bereich „Lebensmittel-Detailhandel“ können Sie sich an Werbung erinnern? Damit meinen wir, von welchen Unternehmen aus dem „Lebensmittel-Detailhandel“ haben Sie in den letzten 4 Wochen Werbung gesehen, gelesen oder gehört?
- Oft kann man sich an bestimmte Unternehmen nicht gleich erinnern. Wir zeigen Ihnen daher im Folgenden eine Liste mit den bekanntesten Unternehmen aus dem Bereich „Lebensmittel-Detailhandel“. Welche dieser Unternehmen sind Ihnen zumindest namentlich bekannt?
- Welche dieser Unternehmen haben Sie in den letzten 4 Wochen besucht?



Original-Fragestellungen [2]

- Und welches dieser Unternehmen aus dem Bereich „Lebensmittel-Detailhandel“ besuchen Sie bevorzugt? Welches ist sozusagen Ihr Lieblingsunternehmen?
- Von welchen dieser Unternehmen haben Sie in den letzten 4 Wochen Werbung (Prospekt, Flugblatt, Inserat, persönlich adressierte Werbepost, Plakat, TV, Radio, Online, etc.) gesehen bzw. gehört? Bitte nennen Sie jene Lebensmittelhändler, von welchen Sie sagen können: „Ja, ich kann mich an Werbung von diesem Unternehmen erinnern.“:
- Und wie haben Ihnen die Werbungen der folgenden Lebensmittel-Detailhändler „alles in allem“ gefallen? Bitte beurteilen Sie die Werbungen insgesamt von „überhaupt nicht gut“ bis „sehr gut“, dazwischen können Sie wieder abstufen:
- Haben sich Ihrem persönlichen Eindruck nach die Preise von Produkten aus dem Lebensmittel-Detailhandel in den letzten 12 Monaten verändert?
- Wie viel geben Sie pro Monat durchschnittlich für Produkte aus dem Lebensmittel-Detailhandel aus? Bitte machen Sie Ihre Angabe in CHF in ganzen Zahlen, Ihre beste Schätzung genügt uns hier.
- Wenn Sie an Ihr Einkaufsverhalten von Produkten aus dem Lebensmittel-Detailhandel denken: Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu? Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen auf einer Skala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“, dazwischen können Sie fein abstufen.



Original-Fragestellungen [3]

- Werden Sie in den nächsten 12 Monaten gefühlsmässig mehr, gleich viel oder weniger Geld für Produkte aus dem Lebensmittel-Detailhandel ausgeben als in den letzten 12 Monaten?
- Inwieweit sind die folgenden Kriterien für Sie persönlich wichtig, wenn Sie Ihren Einkauf im Lebensmittel-Detailhandel tätigen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Wir möchten Sie im Folgenden etwas genauer zu jenen Unternehmen befragen, die Sie zumindest dem Namen nach kennen. Ihre Beurteilung kann auf eigener Erfahrung mit den Unternehmen beruhen oder auf dem, was Sie von anderen Personen gehört haben. Inwieweit sind Ihnen die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel sympathisch? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „überhaupt nicht sympathisch“ bis „sehr sympathisch“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Und wie vertrauenswürdig sind für Sie die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel? Bitte verwenden Sie hierzu eine Skala von „überhaupt nicht vertrauenswürdig“ bis „sehr vertrauenswürdig“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:
- Und wie steht es mit der Kompetenz der Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel? Bitte bewerten Sie die einzelnen Unternehmen von „überhaupt nicht kompetent“ bis „sehr kompetent“, dazwischen können Sie wieder abstufen:



Original-Fragestellungen [4]

- Welche(s) der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel würden Sie als zuverlässig einstufen? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „überhaupt nicht zuverlässig“ bis „sehr zuverlässig“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:
- Inwieweit würden Sie die folgenden Unternehmen als cool bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht cool“ bis „sehr cool“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Welche(s) der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel ist/sind für Sie (ein) aufsteigende(s) Unternehmen? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „deutlich absteigend“ bis „deutlich aufsteigend“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:
- Inwieweit würden Sie sagen, die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel haben eine lange Tradition? Bitte verwenden Sie eine Skala von „überhaupt keine lange Tradition“ bis „sehr lange Tradition“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Insgesamt gesehen, inwieweit würden Sie sagen, dass die folgenden Unternehmen Ihre Wünsche und Vorstellungen von einem Lebensmittel-Detailhändler erfüllen? Bitte verwenden Sie dazu eine Skala von „überhaupt nicht“ bis „voll und ganz“:
- Welche(s) der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel würden Sie als besonders serviceorientiert einstufen? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „ungenügender Service“ bis „sehr guter Service“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:



Original-Fragestellungen [5]

- Inwieweit würden Sie sagen, dass die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel interessante Informationen für Kunden bieten? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „überhaupt keine interessanten Informationen für Kunden“ bis „sehr interessante Informationen für Kunden“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:
- Wie würden Sie die Freundlichkeit des Personals in den folgenden Unternehmen beurteilen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht freundlich“ bis „sehr freundlich“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Wie würden Sie die Kompetenz des Personals in den folgenden Unternehmen beurteilen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht kompetentes Personal“ bis „sehr kompetentes Personal“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Inwieweit würden Sie das Personal der folgenden Unternehmen als engagiert bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht engagiert“ bis „sehr engagiert“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Wie würden Sie die Breite des Sortiments, also den Umfang der angebotenen Warengruppen der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel bewerten? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „überhaupt nicht breites Produktsortiment / sehr wenige Warengruppen“ bis „sehr breites Produktsortiment / sehr viele Warengruppen“, dazwischen können Sie fein abstufen:



Original-Fragestellungen [6]

- Und wie würden Sie die Auswahl von verschiedenen Produkten innerhalb der einzelnen Warengruppen der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel bewerten? Bitte beurteilen Sie auf einer Skala von „sehr kleine Produkt-Auswahl innerhalb der einzelnen Warengruppen“ bis „grosse Produkt-Auswahl innerhalb der einzelnen Warengruppen“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Und inwieweit würden Sie die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel als Trendsetter oder Innovationsführer bezeichnen (d.h. bieten immer wieder neue zeitgemässe Produkte und Services an)? Bitte bewerten Sie die folgenden Unternehmen von „sehr konservativ“ bis „sehr innovativ“, dazwischen können Sie wieder fein abstufen:
- Und wie würden Sie die Qualität der Produkte der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel bewerten? Bitte verwenden Sie eine Skala von „sehr schlechte Produkt-Qualität“ bis „sehr gute Produkt-Qualität“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Inwieweit bieten die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an? Bitte bewerten Sie von „sehr schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis“ bis „sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Und inwieweit haben die folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel günstige Preise? Bitte bewerten Sie von „sehr hohe Preise“ bis „sehr günstige Preise“, dazwischen können Sie fein abstufen:



Original-Fragestellungen [7]

- Inwieweit gibt es bei den folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel häufig Preisaktionen/Promotionen? Bitte verwenden Sie eine Skala von „überhaupt nicht häufig“ bis „sehr häufig“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Wie würden Sie die Aufbereitung der Waren (Platzierung der Waren, Anordnung der Regale, ...) in den folgenden Lebensmittelmärkten bewerten? Bitte stufen Sie zwischen "sehr schlecht" und "sehr gut" ab:
- Inwieweit findet man sich in den folgenden Lebensmittelgeschäften zurecht? Bitte bewerten Sie von „man findet sich überhaupt nicht leicht zurecht“ bis „man findet sich sehr leicht zurecht“, dazwischen können Sie wiederum fein abstufen:
- Wie würden Sie die Einkaufs-Atmosphäre in den folgenden Unternehmen bewerten? Bitte verwenden Sie eine Skala von „überhaupt keine angenehme Einkaufs-Atmosphäre“ bis „sehr angenehme Einkaufs-Atmosphäre“, dazwischen können Sie fein abstufen:
- Inwieweit würden Sie die folgenden Geschäfte als sauber bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „überhaupt nicht sauber“ bis „sehr sauber“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Wie gefällt Ihnen das äussere Erscheinungsbild der folgenden Lebensmittel-Detailhändler? Würden Sie persönlich sagen, das äussere Erscheinungsbild der folgenden Unternehmen gefällt mir...



Original-Fragestellungen [8]

- Welche der folgenden Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel würden Sie als "Top-Unternehmen" einordnen? Inwieweit würden Sie bei den folgenden Unternehmen sagen: „Ja, das ist für mich ein Top-Unternehmen.“? Bitte bewerten Sie von „auf keinen Fall“ bis „auf jeden Fall“, dazwischen können Sie fein abstufen.
- Inwieweit wären Sie bei den folgenden Unternehmen enttäuscht, wenn es diese nicht mehr am Markt geben würde? Bitte bewerten Sie die einzelnen Unternehmen von „überhaupt nicht enttäuscht“ bis „sehr enttäuscht“, dazwischen können Sie wieder abstufen:
- Wenn Sie mit jemandem über Unternehmen aus dem Lebensmittel-Detailhandel sprechen, inwieweit würden Sie die folgenden Unternehmen weiter empfehlen? Bitte bewerten Sie von „auf keinen Fall weiter empfehlen“ bis „auf jeden Fall weiter empfehlen“, dazwischen können Sie wieder abstufen:



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com Schweiz AG ist eine Beteiligung der Marketagent.com online reSearch GmbH, Österreichs führendem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte, derzeit rund 18'000 Schweizer Panelisten umfassende Online-Access-Panel (plus 145'000 in Deutschland und Österreich) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Basis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Zu den Schweizer Referenzen gehören u. a. Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé, Parship.ch und Advico Young & Rubicam.



Das Online Access-Panel von Marketagent.com ...

Ein Online Access Panel ist ein Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Da im Internet bislang kein zentrales Register von eMail-Adressaten zur Ziehung von Online-Samples existiert, bietet sich der Aufbau eines Pools an befragungswilligen Internet Anwendern, ein Online Access-Panel, als Lösung an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen dem Institut die registrierten Mitglieder sowohl für ad hoc-Befragungen als auch für Längsschnittbefragungen zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online Access-Panel besteht aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über Aktivitäten im Internet (z.B. Werbebanner und Links auf andere Websites) als auch klassische offline-Methoden (z.B. Call-Center) rekrutiert. Durch die Vielzahl an verschiedenen Massnahmen (Eintrag in Suchmaschinen und Internet-Angeboten zu entsprechenden Themen, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring und Website-Tests auf verschiedensten Portalen des www) wird ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen.



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

**Ursula Kaspar
Marketagent.com Schweiz AG
Seefeldstrasse 281
8008 Zürich**

**043 466 88 44
u.kaspar@marketagent.com
www.marketagent.com**

