

# Studiensteckbrief Bau- und Heimwerkermärkte 2023



Methode	Onlineinterviews (CAWI) nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren) zur Nutzung verschiedener Dienstleister des täglichen Lebens, durchgeführt über Online Access Panel
Erhebungszeit	2. bis 11. Mai 2023
Auswertungsbasis	<p>2.054 Interviews mit Kunden von Bau- und Heimwerkermärkten</p> <p><u>Im Benchmarkingvergleich ausgewiesene Anbieter mit mindestens 100 geführten Interviews:</u> Bauhaus (449 geführte Interviews), Hagebau (174), Hornbach (385), Lagerhaus (222), Obi (634)</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 30 geführten Interviews:</u> Hellweg (45), Zgonc (35)</p> <p><u>Weitere erhobene Anbieter:</u> U. a. BayWa, Conrad, Let's do it, Öbau, Würth-Hochenburger</p>
Studientyp	Der Kundenmonitor® wird von <i>ServiceBarometer AG</i> als auftraggeberunabhängige „Syndicated Study“ herausgegeben. Die nach eigenem Erhebungs- und Qualitätsstandard ermittelten Ergebnisse werden Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern bzw. Verbänden als sogenannte Branchenreports (Daten, Tabellen, Grafiken, Management Summary, Präsentationen) zum Kauf angeboten. Die Urheberrechte für Konzeption, Fragebogen und Ergebnisaufbereitungen liegen grundsätzlich bei <i>ServiceBarometer AG</i> .

Bezugspreis des Branchenberichts inkl. tabellarischer Darstellung für einen Anbieter des Benchmarkingvergleichs: € 9.500,- zzgl. MWSt.  
Weitere Details und Studienangebot: Dr. Frank Dornach, *ServiceBarometer AG*, [kundenmonitor@servicebarometer.de](mailto:kundenmonitor@servicebarometer.de)

# Untersuchte Themen Bau- und Heimwerkermärkte 2023



<b>Kontakt</b>	Einkaufsquellen für Produkte aus den Bereichen Bauen, Heimwerken oder Garten in den letzten 12 Monaten Hauptsächlich genutzter Bau- und Heimwerkermarkt Weitere genutzte Bau- und Heimwerkermärkte
<b>Zufriedenheit</b>	Globalzufriedenheit, Preis-Leistungs-Verhältnis, Beschwerdequoten und -zufriedenheit sowie Zufriedenheit mit Leistungsmerkmalen zu: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Filialaspekten wie Erreichbarkeit, Gestaltung, Warenpräsentation, Sauberkeit, Wartezeit an der Kasse</li> <li>– Mitarbeiteraspekten wie Verfügbarkeit, Freundlichkeit, fachliche Beratung</li> <li>– Sortimentsaspekten wie Auswahl und Angebotsvielfalt, Produktqualität, Aktualität, Eigenmarken, Vorrätigkeit sowie zu einzelnen Sortimentsbereichen</li> <li>– Websiteaspekten wie Auffindbarkeit von Inhalten, Tipps und Tricks zur Verwendung der Produkte</li> <li>– Serviceaspekten wie Kundenkarte, App, Online-Abfrage der Warenverfügbarkeit im Markt, Click &amp; Collect</li> </ul>
<b>Informationsverhalten</b>	Informationsquellen
<b>Image bei Kunden</b>	Wertschätzung, Begeisterung, Vertrauen, Ruf, Zukunftsorientierung, zeitgemäße Lösungen zur Digitalisierung, Umweltschutz, legt großen Wert auf Nachhaltigkeit
<b>Wettbewerbsvorteile</b>	Vorteile gegenüber anderen Anbietern sowie Wettbewerbsvergleich zu Produktangebot, Service, fachlicher Beratung, Preisen, Sonderangeboten, angebotenen Zusatzleistungen, digitalen Lösungen
<b>Kundenloyalität</b>	Zukünftiges Einkaufsverhalten, Net Promoter Score
<b>Kundenstrukturdaten</b>	Dauer der Kundenbeziehung, Einkaufshäufigkeit, Durchschnittsbetrag, Kundenkarten-, Website-/Appnutzung, Heimwerkerfähigkeit
<b>Soziodemographie</b>	Geschlecht, Alter, Haushaltsgröße, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsnettoeinkommen, frei verfügbares Einkommen, Endgeräte zur Internetnutzung, Wohnsituation, Gemeindegrößenklassen etc.