

Studiensteckbrief Bau- und Heimwerkermärkte 2024



Methode	Onlineinterviews (CAWI) nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Basis: Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren) zur Nutzung verschiedener Dienstleister des täglichen Lebens, durchgeführt über Access Panel
Erhebungszeit	29. April bis 8. Mai 2024
Auswertungsbasis	<p>2.114 Interviews mit Kunden von Bau- und Heimwerkermärkten</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 100 geführten Interviews für Benchmarkingvergleiche:</u> Bauhaus 544, Hagebau 212, Hornbach 467, Lagerhaus 224, Obi 503</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 30 geführten Interviews:</u> Hellweg 34, Zgonc 31</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 Benchmarkingreports 2024 inkl. tabellarischer Darstellung und Management Summary: € 9.900,- zzgl. MWSt.
Weitere Details und Studienangebot: Dr. Frank Dornach, *ServiceBarometer AG*, kundenmonitor@servicebarometer.de

Untersuchte Themen Bau- und Heimwerkermärkte 2024



Kontakt	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 (inkl. Onlineanbieter)
Nutzungsquoten	<ul style="list-style-type: none"> – Website, Onlineshop, App, Onlinerecherche vor letztem Einkauf – Fachliche Beratung – Sortimente – Zusatzangebote wie Farbmisch-/Zuschnittservice, Heimwerkerkurse, Mietfahrzeuge/-geräte, Lieferservice – Kundenkarten, Newsletter, Online-Abfrage Warenverfügbarkeit, Online-Reservierung, Rückgabe
Zufriedenheit	<p>Globalzufriedenheit, Preis-Leistungs-Verhältnis, Beschwerdequoten und -zufriedenheit sowie Zufriedenheit mit Leistungsmerkmalen zu</p> <ul style="list-style-type: none"> – Filialaspekten wie Erreichbarkeit, Gestaltung, Warenpräsentation, Sauberkeit, Wartezeit an der Kasse, Zusatzservices – Mitarbeiteraspekten wie Verfügbarkeit, Freundlichkeit, fachliche Beratung, Aufmerksamkeit des Personals – Sortimentsaspekten wie Auswahl und Angebotsvielfalt, Produktqualität, Aktualität des Sortiments, Eigenmarken, Vorrätigkeit sowie einzelnen Sortimentsbereichen – Onlineshop-/Websiteaspekten wie Auffindbarkeit von Inhalten, Tipps und Tricks zur Verwendung der Produkte – Serviceaspekten wie Newsletter, Kundenkarte, App, Online-Abfrage der Warenverfügbarkeit im Markt, Click & Collect
Image bei Kunden	Wertschätzung, Begeisterung, Vertrauen, Ruf, Zukunftsorientierung, digitale Lösungen, Umweltschutz, legt großen Wert auf Nachhaltigkeit, preisgünstigstes Angebot, Preisniveau
Wettbewerbsvorteile	Vorteile gegenüber anderen Anbietern sowie Wettbewerbsvergleich zu Produktangebot, Service durch Mitarbeiter, fachlicher Beratung, Preise, Sonderangebote, angebotene Zusatzleistungen, digitale Lösungen
Kundenloyalität	Zukünftiges Einkaufsverhalten, Net Promoter Score
Kundenstrukturdaten	Dauer der Kundenbeziehung, Einkaufshäufigkeit, Durchschnittsbetrag, Heimwerkerfähigkeit, Privat-/Gewerbeeinkäufe
Soziodemographie	Geschlecht, Alter, Haushaltsgröße, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsnettoeinkommen, frei verfügbares Einkommen, Endgeräte zur Internetnutzung, Wohnsituation, etc.