

# Studiensteckbrief Baumärkte 2023



Methode	Onlineinterviews (CAWI) nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Basis: Schweizer Bevölkerung ab 16 Jahren) zur Nutzung verschiedener Dienstleister des täglichen Lebens, durchgeführt über Online Access Panel
Erhebungszeit	2. bis 11. Mai 2023
Auswertungsbasis	<p>1'841 Interviews mit Kunden von Baumärkten</p> <p><u>Im Benchmarkingvergleich ausgewiesene Anbieter mit mindestens geführten 100 Interviews:</u> Bauhaus (149 geführte Interviews), Hornbach (297), Jumbo Do it, Deco, Garden (682, davon 426 zu Coop Bau + Hobby), Landi (255), Migros Do it + Garden (212), Obi (168)</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 30 Interviews:</u> Do it Bau- und Garten-Center (57)</p>
Zusatznutzen	Benchmarking mit Kundenmonitor-Ergebnissen aus über 100 Branchen
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 für Branchenbericht inkl. tabellarischer Darstellung für einen Anbieter des Benchmarkingvergleichs: € 13.400,- zzgl. MWSt.  
Weitere Details und Studienangebot: Dr. Frank Dornach, *ServiceBarometer AG*, [kundenmonitor@servicebarometer.de](mailto:kundenmonitor@servicebarometer.de)

# Untersuchte Themen Baumärkte 2023



<b>Kontakt</b>	Einkauf von Produkten aus den Bereichen Bauen/Heimwerken/Garten in den letzten 12 Monaten Hauptsächlich genutzter Baumarkt Weitere genutzte Baumärkte Genutzte Baumarkt-Onlineshops
<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, Zusatzservices</li><li>– Mitarbeiteraspekten wie Verfügbarkeit, Freundlichkeit, fachliche Beratung</li><li>– Sortimentsaspekten wie Auswahl/Angebotsvielfalt, Produktqualität, Aktualität, Vorrätigkeit, Eigenmarken sowie zu einzelnen Sortimentsbereichen</li><li>– Websiteaspekten wie Aktualität und Modernität, Auffindbarkeit von Inhalten, Präsentation der Artikel</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, Umweltschutz, legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit, preisgünstigstes Angebot, Zukunftsorientierung, zeitgemässe Lösungen zur Digitalisierung
<b>Wettbewerbsvorteile</b>	Vorteile gegenüber anderen Anbietern sowie Wettbewerbsvergleich bei 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, Website-/Appnutzung, Heimwerkerfähigkeit, privater und/oder gewerblicher Einkauf
<b>Soziodemographie</b>	Geschlecht, Alter, Haushaltgrösse, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltseinkommen, frei verfügbares Einkommen, Internetnutzung, etc.