

Studiensteckbrief zu Lebensmittelmärkten 2023



Methode	Onlineinterviews (CAWI) nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Basis: Deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren) zur Nutzung verschiedener Dienstleister des täglichen Lebens, durchgeführt über Online Access Panel
Erhebungszeiten	Januar, April, Juli 2023
Auswertungsbasis	<p>9.190 Interviews mit Kunden von Lebensmittelmärkten</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 100 geführten Interviews für Benchmarking und Tabellenband:</u> Aldi Nord (580 geführte Interviews), Aldi Süd (1.006), Alnatura (141), Denn's Biomarkt (112), E-Center (350), Edeka (687), Famila Nordost (144), Globus (380), Hit (167), Kaufland (589), Lidl (1.102), Marktkauf (312), Netto Marken-Discount (611), Netto Nord (139), Norma (292), Penny (555), Real (115), Rewe (842), Rewe Center (283), Tegut (142)</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 30 geführten Interviews für Tabellenband:</u> Bio Company (30), Combi (89), K+K (32), Nahkauf (65), NP Niedrig-Preis (60), V-Markt (55), Wasgau (34)</p>
Zusatznutzen	Benchmarking mit Anbieter-Ergebnissen weiterer Handelsunternehmen (z. B. Baumärkte, Drogeriemärkte, Gartenfachmärkte)
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> .

Weitere Details und Studienangebot: Dr. Matthias Metje, *ServiceBarometer AG*, kundenmonitor@servicebarometer.de