

Studiensteckbrief zu Lebensmittelmärkten 2024



Methode	Onlineinterviews (CAWI) über Online Access Panel befragte, in Deutschland lebende Verbraucher ab 16 Jahren (nach soziodemografischen Kriterien quotiert: Geschlecht x Alter, Bundesländer, BIK-Gemeindegrößenklassen, Haushaltsgröße) zur Nutzung verschiedener Dienstleister des täglichen Lebens
Erhebungszeiten	Januar, April, Juli 2024
Auswertungsbasis	<p>8.773 Interviews mit Kunden von Lebensmittelmärkten</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 100 geführten Interviews:</u> Aldi Nord (620 geführte Interviews), Aldi Süd (1.021), Alnatura (185), Denms Biomarkt (159), E-Center (384), Edeka Supermarkt (667), Famila Nordost (133), Globus (362), Hit (159), Kaufland (593), Lidl (977), Marktkauf (288), Netto Marken-Discount (492), Netto Nord (129), Norma (234), Penny (559), Rewe Supermarkt (772), Rewe Center (260), Tegut (111)</p> <p><u>Anbieter mit mindestens 30 geführten Interviews:</u> Combi (79), Nahkauf (70), NP (57), Real (61), V-Markt (59), Wasgau (46)</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 Benchmarkingreports inkl. Management Summary und Tabellen 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