

Die 3 Säulen des Händlervertrauens

- Durchschnitt über 11 bewertete Händler, Antworten in % -

	hohe Zustimmung	mittlere Zustimmung	Ablehnung
Fähigkeit & guter Wille „Händler x wird tun, was immer nötig ist, um mich zufrieden zu stellen.“	50	47	3
volles Vertrauen „Ich habe volles Vertrauen zu Händler x “	51	46	3
Vertrauensvorsprung „ x ist ein Händler, dem ich mehr vertrauen kann, als anderen Händlern.“	42	51	7

Skala 1 bis 7 (hohe Zustimmung = 7/6; mittlere Zustimmung = 5/4/3; Ablehnung = 2/1)

Die 3 Säulen des Händlervertrauens

- Top Box (hohe Zustimmung) nach Zielgruppen in %-

	alle Befragten	Frauen	Männer	unter 30 Jahre	30-59 Jahre	60 Jahre und älter	Ost	West
Fähigkeit & guter Wille	50	51	49	51	49	52	48	51
volles Vertrauen	51	53	50	51	51	53	49	52
Vertrauensvorsprung	42	43	42	44	43	41	41	43

Fragestellung:

Fähigkeit & guter Wille „... wird tun, was immer nötig ist, um mich zufrieden zu stellen.“

volles Vertrauen „Ich habe volles Vertrauen zu ...“

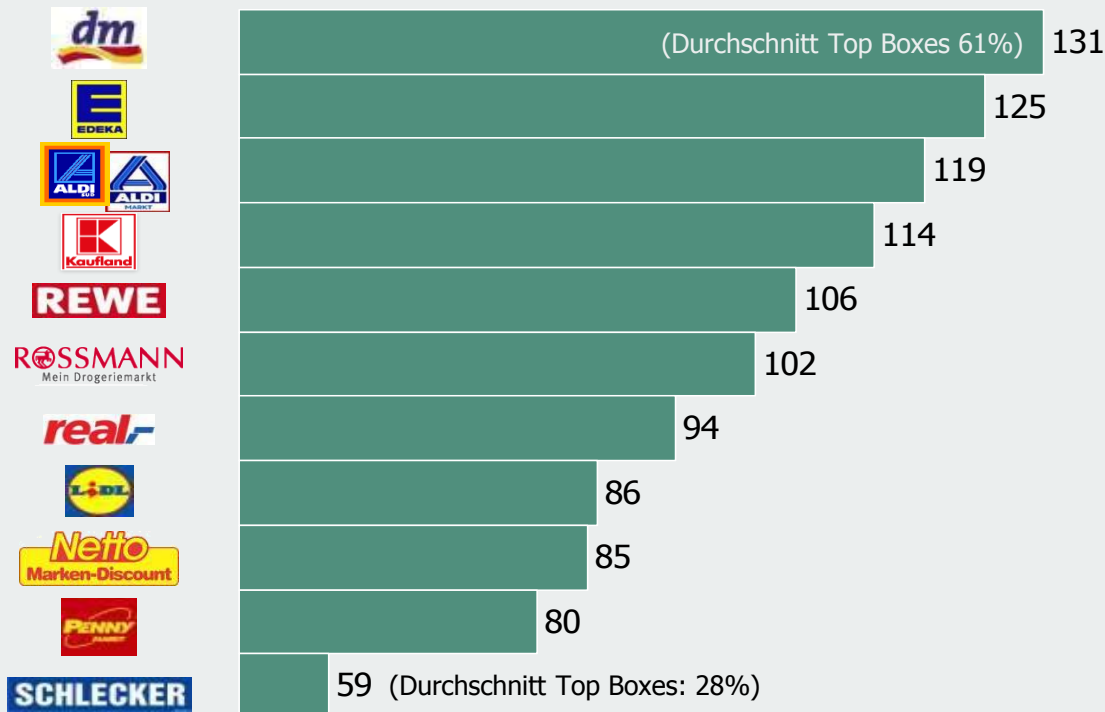
Vertrauensvorsprung „... ist ein Händler, dem ich mehr vertrauen kann, als anderen Marken.“

Skala 1 bis 7 (TopBox/hohe Zustimmung = 7/6)

Welchen Händlern vertrauen die Verbraucher ?

Händlervertrauensindex (3-Säulen)

Index 100=Durchschnitt aller Top Box über die 11 abgefragten Händler



- Top Box (hohe Zustimmung) in % -

Fähigkeit & guter Wille	volles Vertrauen	Vertrauensvorsprung
62%	65%	57%
60%	62%	51%
56%	62%	51%
58%	56%	47%
55%	52%	45%
48%	51%	44%
50%	48%	39%
44%	44%	35%
43%	42%	32%
41%	43%	32%
30%	30%	22%

Skala 1 bis 7 (TopBox/hohe Zustimmung = 7/6)

Ein niedriges Preisniveau kann mangelndes Qualitätsimage nicht kompensieren und sogar kontraproduktiv wirken

Warengruppe/Marke		Markenvertrauensindex (100= Durchschnitt Top Box alle befragten Marken)	bezahlter Durchschnittspreis pro Menge/Volumen	Der Preis ist im Verhältnis zur Qualität zu teuer	Der Preis ist vergleichsweise teuer, aber durch die Qualität gerechtfertigt	Der Preis ist im Verhältnis zur Qualität günstig	Der Preis ist so niedrig, dass ich kein Vertrauen in die Qualität habe
Schokolade	Marke A	188	1,51 €/100 gr	32%	65%	3%	0%
	Marke B	58	0,57 €/100 gr	32%	13%	41%	15%
Sekt	Marke A	106	6,77 €/Flasche	27%	50%	20%	2%
	Marke B	38	2,44 €/Flasche	26%	5%	39%	30%
Röstkaffee	Marke A	127	4,75 € /500 gr	20%	44%	35%	1%
	Marke B	51	2,70 €/500 gr	31%	13%	45%	11%
Fruchtsaft	Marke A	134	0,93 €/ l	29%	55%	15%	0%
	Marke B	89	0,76 €/ l	47%	30%	19%	3%