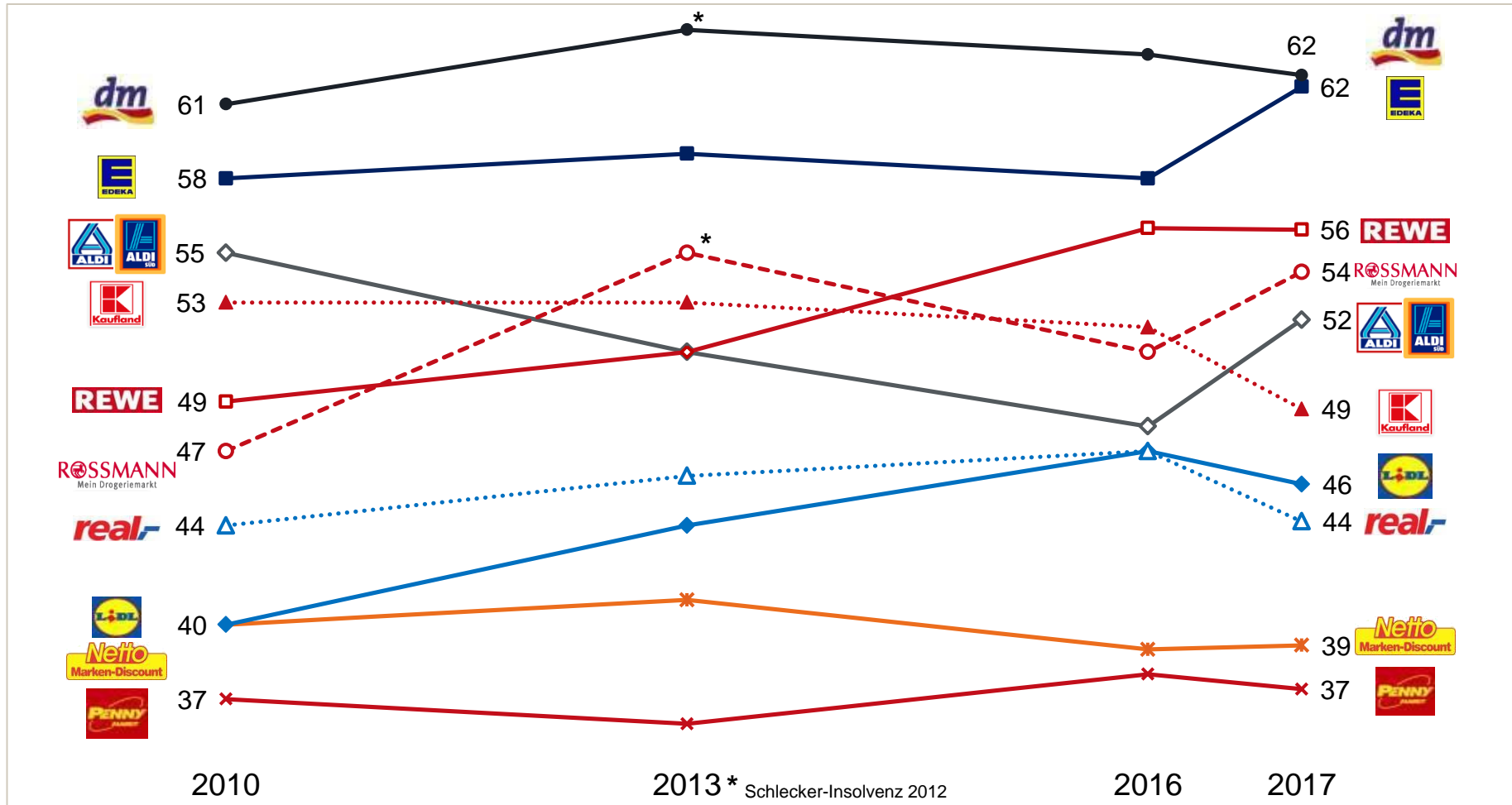


Edeka schließt zu Spitzenreiter dm auf; Rewe kann früheren Aufstieg zur Nr. 3 halten; Erholung für Rossmann und Aldi

Entwicklung des GfK-Händlervertrauens

Durchschnitt aus Kompetenz & Intention, Vertrauensniveau und Vertrauensvorsprung, Top2Boxes aus einer Ratingskala von 1-7; gerundete Prozente

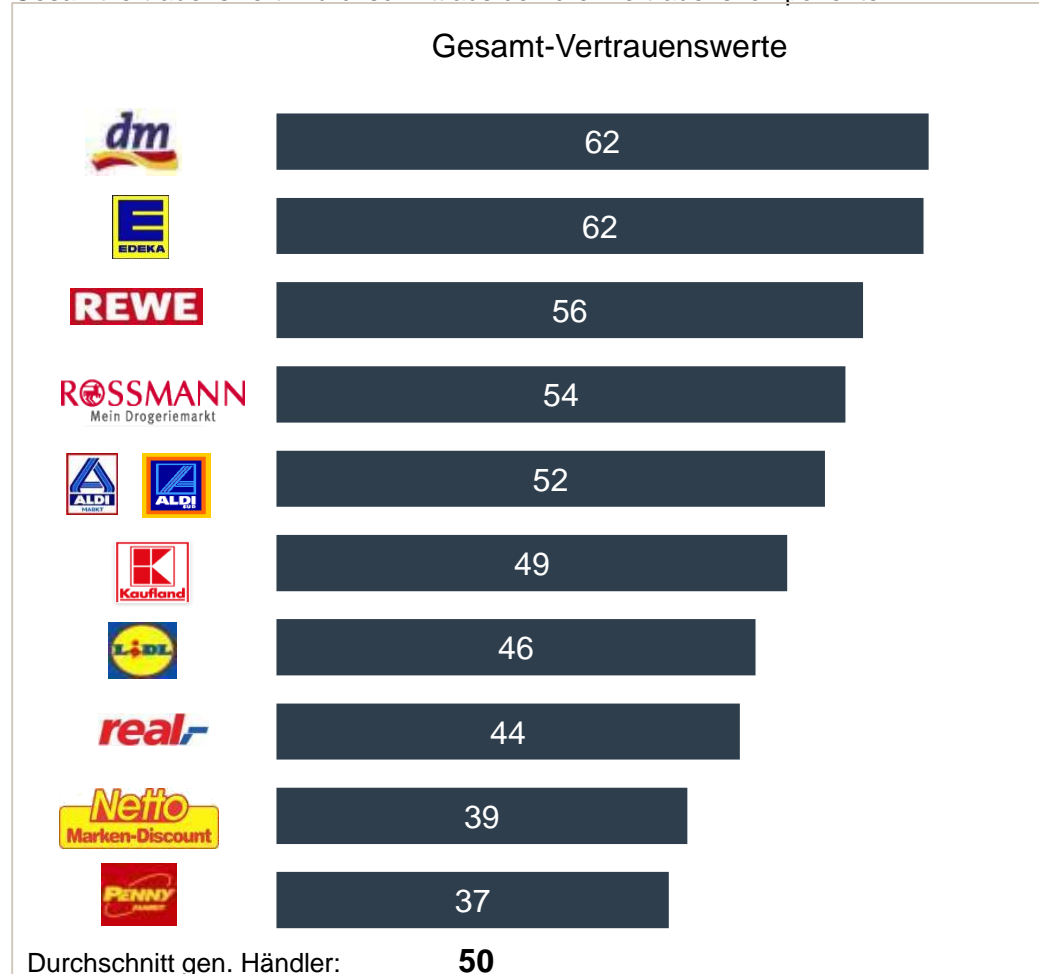


Quelle: GfK Omnibus Januar 2017 (n=2052) im Auftrag des GfK Vereins; Basis: zumindest gelegentliche Käufer

dm und Edeka punkten am stärksten durch überdurchschnittlich hohen Vertrauensvorsprung vor ihren Wettbewerbern

GfK-Händlervertrauen 2017

Top2Boxes, Antworten auf einer Ratingskala von 1-7; gerundete Prozente, Gesamtvertrauenswert=Durchschnitt aus den drei Vertrauenskomponenten



Indexwerte (100 = Durchschnitt über alle Händler)		
Kompetenz & Intention	Vertrauensniveau	Vertrauensvorsprung
121	120	132
121	120	129
110	115	109
105	110	110
107	105	101
101	93	98
91	93	89
92	90	81
75	79	80
75	76	72
52 = 100	54 = 100	44 = 100

Quelle: GfK Omnibus Januar 2017 (n=2052) im Auftrag des GfK Vereins; Basis: zumindest gelegentliche Käufer

Studienbeschreibung

Methode

Quelle:	GfK Verein / GfK Compact
Methode:	GfK Classic BUS, „face to face“-Umfrage
Befragungszeitraum:	Januar 2017
Zielpersonen:	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe:	N= 2052 Personen
davon:	
Männer	n = 1005
Frauen	n = 1047
14 – 24 Jahre	n = 276
25 – 34 Jahre	n = 278
35 – 49 Jahre	n = 529
50 – 64 Jahre	n = 483
65+ Jahre	n = 487

Studienbeschreibung

Methode

Quelle:	GfK Verein / GfK Compact
Methode:	GfK Classic BUS, „face to face“-Umfrage
Befragungszeitraum:	Januar 2017
Zielpersonen:	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe:	N= 2052 Personen
Davon Bewerter für:	
• Aldi	n = 941
• Lidl	n = 804
• Edeka	n = 680
• Rewe	n = 643
• Netto	n = 521
• dm	n = 641
• Rossmann	n = 578
• Kaufland	n = 457
• Real	n = 289
• Penny	n = 311

Hintergrundchart: Die drei Säulen im GfK-Ansatz zur Befragung von Marken- und Händlervertrauen











Antworten auf einer Ratingskala von 1-7 für jede der drei Vertrauenskomponenten



Hintergrundchart: Vertrauen nach Alter und Geschlecht

GfK-Händlervertrauen 2017 im Alters- und Geschlechtervergleich

Durchschnitt Top Boxes aus Kompetenz & Intention, Vertrauensniveau und Vertrauensvorsprung; Antworten auf einer Ratingskala von 1-7 ((Top Boxes/hohe Zustimmung = 7/6)); gerundete Prozente

	Gesamt	14-34 Jahre	35-49 Jahre	50-64 Jahre	65 + Jahre	Männlich	Weiblich
	62	62	66	61	59	55	66
	62	56	63	65	63	58	65
	56	50	61	55	58	53	58
 Mein Drogeriemarkt	54	53	53	59	52	53	55
	52	49	54	58	49	53	51
	49	50	41	55	49	51	46
	46	37	50	52	44	45	46
	44	40	46	36	44	41	47
 Marken-Discount	39	31	38	46	43	36	43
 *	37						











*sehr geringe Fallzahlen-Basis

Quelle: GfK Omnibus Januar 2017 (n=2052) im Auftrag des GfK Vereins; Basis: zumindest gelegentliche Käufer

Hintergrundchart: Vertrauenskomponten im Vorjahresvergleich

GfK-Händlervertrauens-Komponenten 2017 im Vergleich zu 2016

Top2Boxes, Antworten auf einer Ratingskala von 1-7; gerundete Prozente, Gesamtvertrauenswert=Durchschnitt aus den drei Vertrauenskomponten





















	Kompetenz & Intention		Vertrauensniveau		Vertrauensvorsprung	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
	63	63	65	68	58	57
	63	59	65	62	57	52
	58	61	62	59	48	50
	55	52	59	57	49	43
	56	50	57	54	45	41
	53	55	50	56	43	45
	47	49	50	52	39	40
	48	49	48	49	36	42
	39	41	43	45	35	31
	39	38	41	45	32	30

Quelle: GfK Omnibus Januar 2017 (n=2052) im Auftrag des GfK Vereins; Basis: zumindest gelegentliche Käufer

Hintergrundchart: Bekanntheit und Käuferreichweite

Bekanntheit und gelegentlicher Einkauf nach Händlern 2017

Single Choice, gerundete Prozente

	Bekanntheit		Zumindest gelegentlicher Einkauf
	99		79
	99		70
	98		57
	96		55
	96		55
	94		54
	93		47
	93		40
	91		30
	91		30

Quelle: GfK Omnibus Januar 2017 (n=2052) im Auftrag des GfK Vereins; Basis: zumindest gelegentliche Käufer