

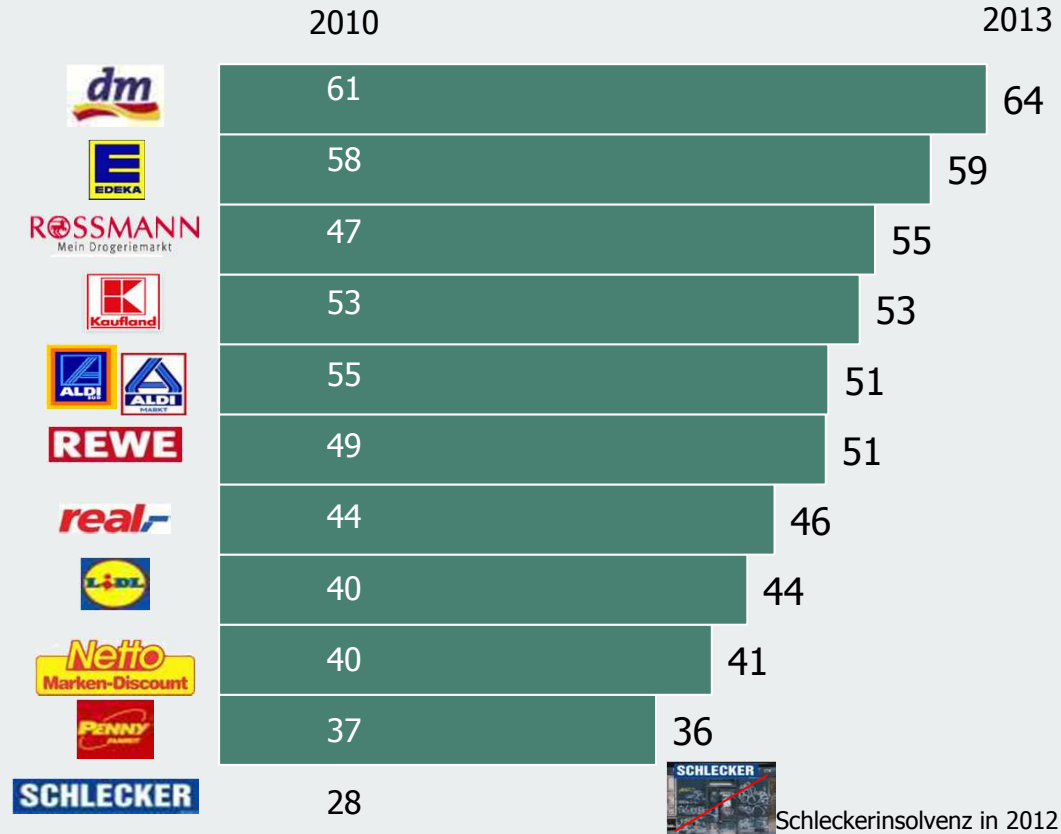
GfK-Ansatz zur Befragung von Händlervertrauen



Welchen Händlern vertrauen die Verbraucher ?

Händlervertrauen (3-Säulen)

(Durchschnitt Top Boxes aus Kompetenz & Intention, Vertrauensniveau und Vertrauensvorsprung)



- Top Box (hohe Zustimmung)
in Klammern Entwicklung im Vgl. zu 2010 -

Kompetenz & Intention	Vertrauensniveau	Vertrauensvorsprung
66% (↑)	71% (↑)	57%
61%	65%	52%
57% (↑)	60% (↑)	48%
58%	58%	45%
53%	55% (↓)	44%
54%	55%	43%
49%	48%	42% (↑)
48% (↑)	49% (↑)	36%
43%	46%	35%
38%	42%	30%

Skala 1 bis 7 (TopBox/hohe Zustimmung = 7/6)
↑/↓ Veränderung um mind. 5 Prozentpunkte ggü. 2010

Welchen Händlern vertrauen die Verbraucher ?

Händlervertrauen

(Durchschnitt Top Boxes aus Kompetenz & Intention, Vertrauensniveau und Vertrauensvorsprung)

- Top Box (hohe Zustimmung in %) -



	Männer	Frauen	Unter 30 Jahre	30 – 49 Jahre	50 - 64 Jahre	65 Jahre und älter	Ost	West
dm	61	67	68	65	59	67	65	64
EDEKA	56	62	51	57	56	70	60	59
ROSSMANN	45	61	56	51	50	63	58	54
Kaufland	53	54	48	51	55	61	58	51
ALDI	50	52	51	51	46	56	44	52
REWE	45	56	48	44	55	57	50	51
real	42	50	46	41	46	56	37	48
LIDL	41	47	40	45	42	49	52	42
Netto	37	45	43	40	37	45	45	39
PENNY	35	38	34	35	37	40	42	34

Skala 1 bis 7 (Top 2 Box/hohe Zustimmung = 7/6)