

Telefonische Befragung in Österreich zum Thema „Kundenkarten“

März 2008



Studieninhalt

Branchen im Fokus:

- Lebensmittelhandel, Drogerien/Parfumerien, Schuhhandel, Baumärkte, Möbelhandel“

Studieninhalt:

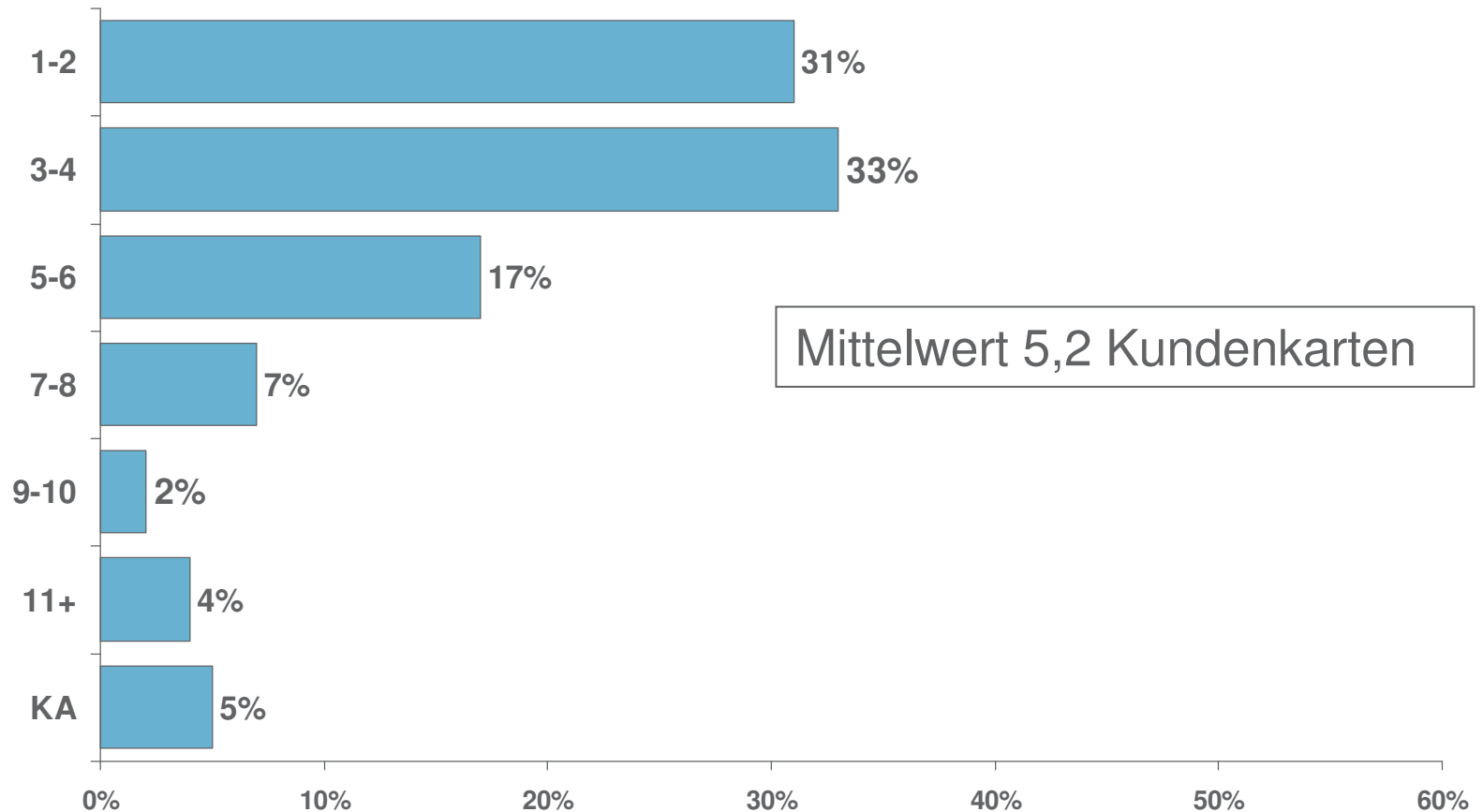
- Besitz von Kundenkarten
- Struktur der Kundenkartenbesitzer – pro befragter Branche
- Anzahl der Kundenkarten pro Befragten
- Anzahl der Kundenkarten in der jeweiligen Branche
- Vorteile von Kundenkarten in den jeweiligen Branchen
- Änderung des Einkaufsverhaltens seit Besitz der Kundenkarte

Studiendesign und Daten zur Studie

- Methode: Telefonische Befragung
(CATI = Computer Assisted Telephone Interviews)
- Stichprobengröße: n = 1.000 Personen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren
- Befragungsgebiet: Österreichweit
- Feldzeit: 10.03.-21.03.2008
- Studienleitung: Kristina Knezevic
Kristina.Knezevic@nielsen.com
Tel: +43 1 98 110-460

Wer Kundenkarten besitzt, hat im Schnitt 5,2 Karten über alle Branchen hinweg

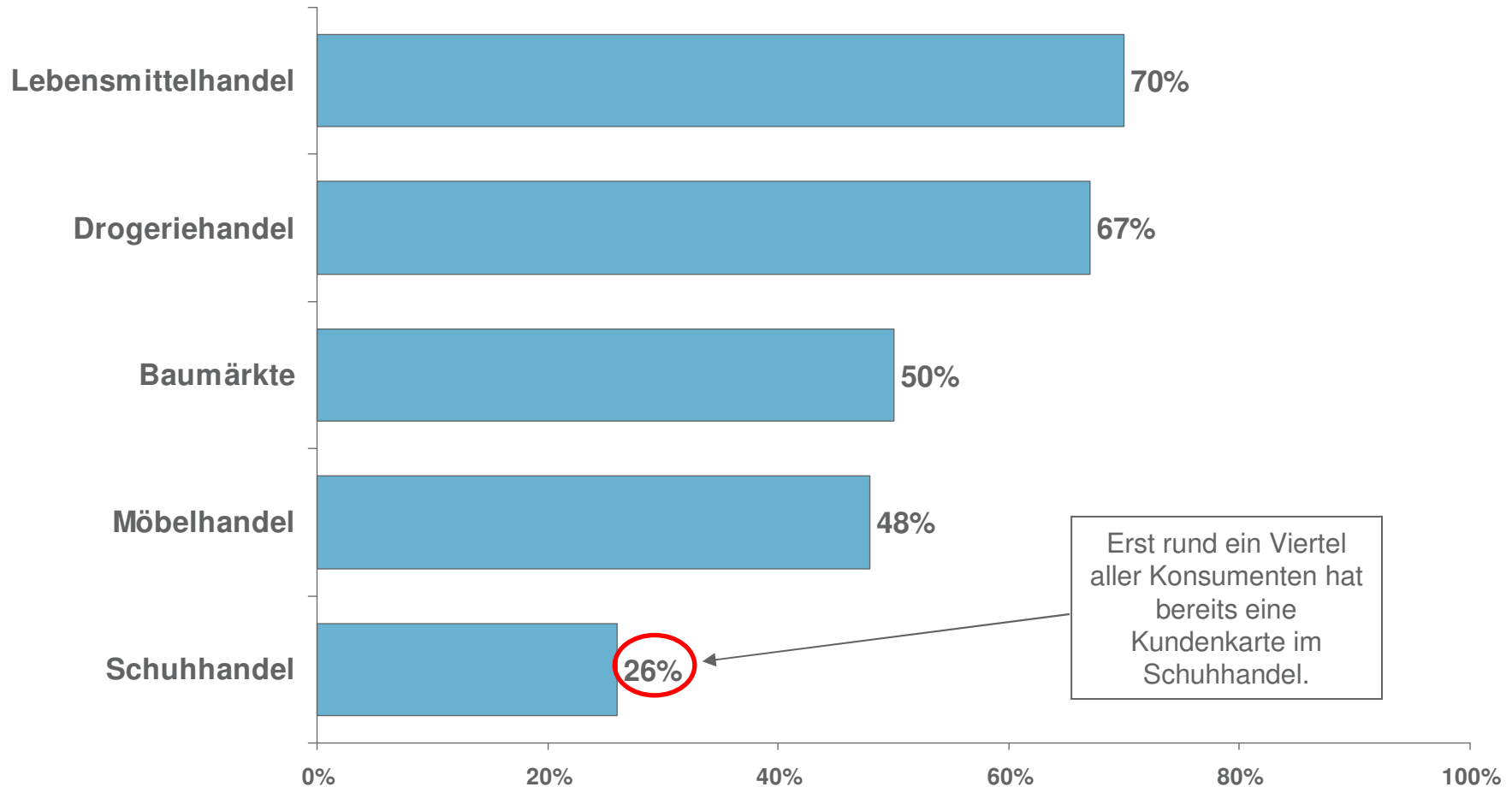
Frage 2a: Anzahl der Kundenkarten pro Befragten
Basis: Befragte, die eine Kundenkarte in zumindest 1 Branche besitzen n=775



Kundenkarten im Bereich LEH/DFH sind bei mehr als 2/3 der Befragten am gängigsten

Frage 2b: Besitz von Kundenkarten aus unterschiedlichen Branchen

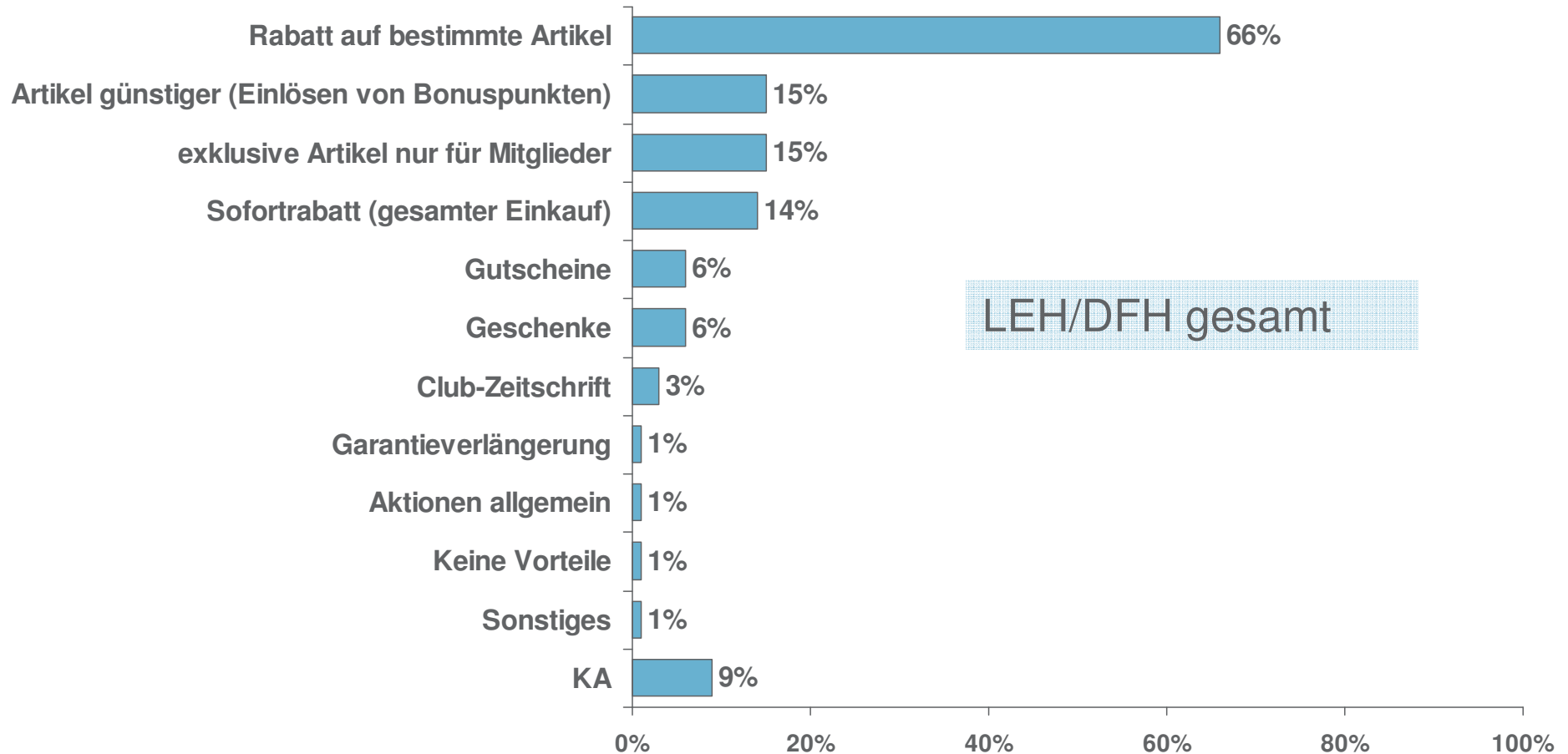
Basis: Befragte, die eine Kundenkarte in zumindest 1 Branche besitzen n=775



Lebensmittelhandel und Drogeriemärkte: Bei den Vorteilen dominieren sämtliche Aspekte, die auf eine Preisreduktion abzielen

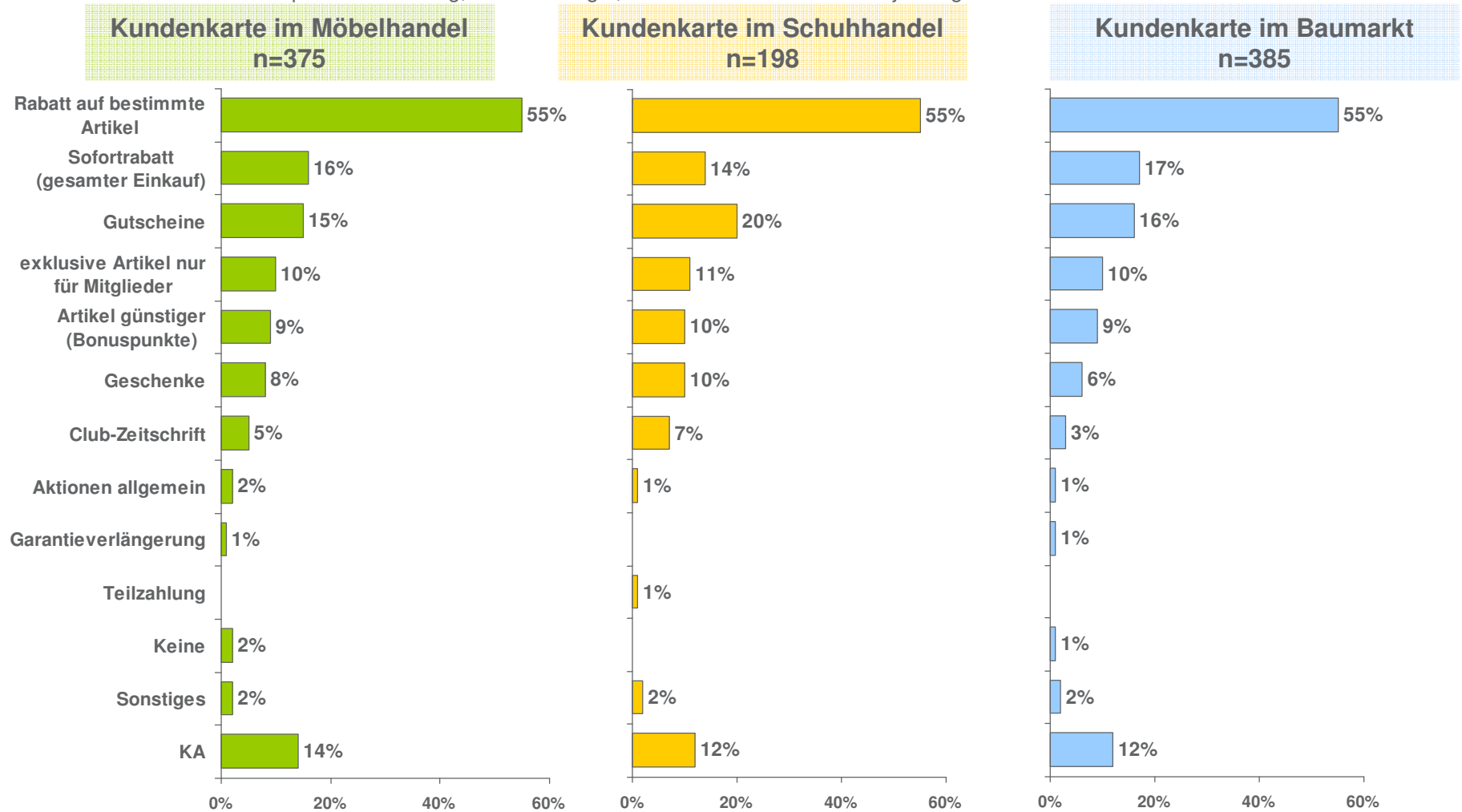
Frage 3: Vorteile von Kundenkarten im Lebensmittel- und Drogeriehandel

Spontane Nennung; Basis: Befragte, die eine Kundenkarte im Lebensmittel- oder Drogeriehandel besitzen n=664



Vorteile von Kundenkarten werden über die drei Branchen hinweg ähnlich gesehen

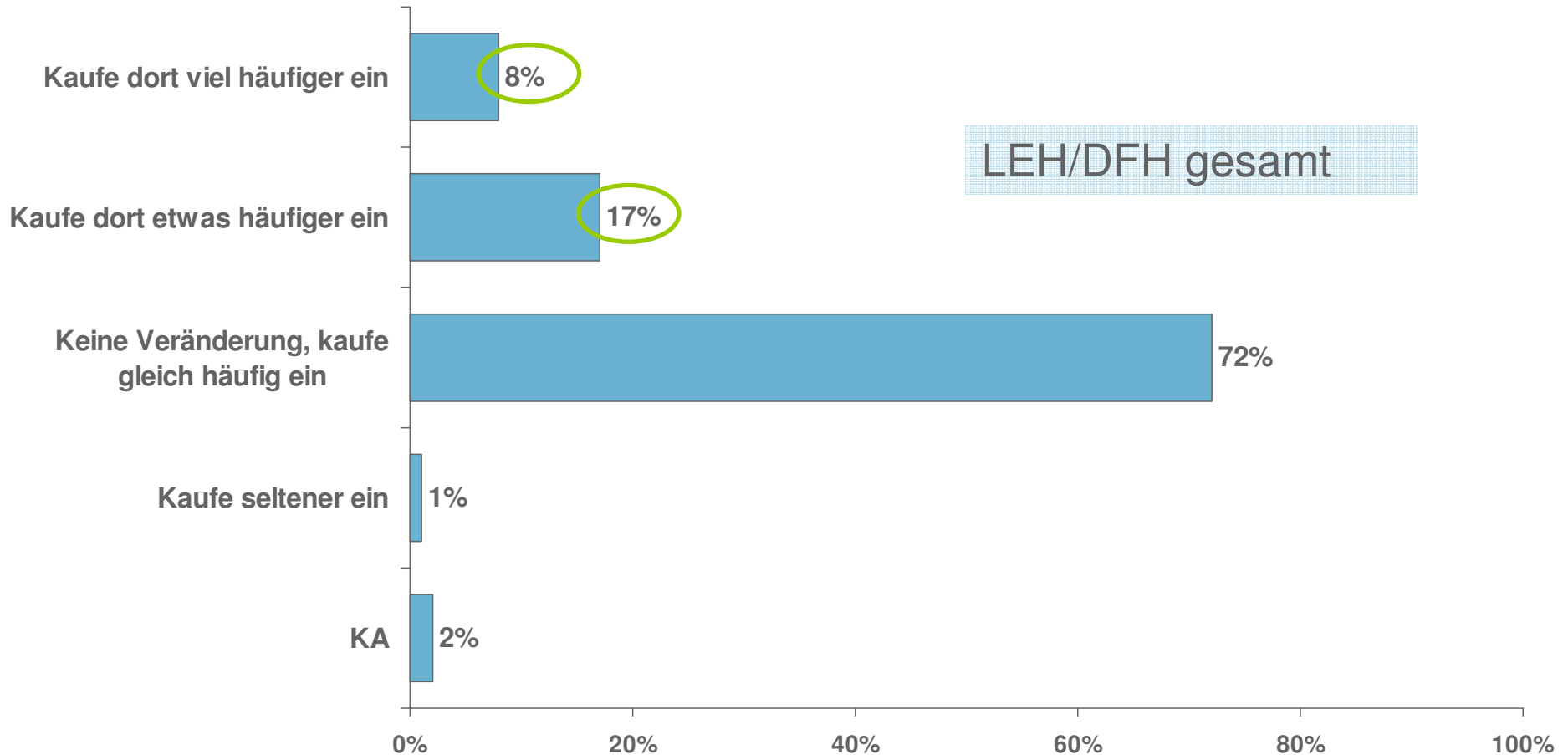
Frage 5: Vorteile von Kundenkarten im Möbelhandel, Baumarkt oder Schuhhandel
Spontane Nennung; Basis: Befragte, die eine Kundenkarte in der jeweiligen Branche besitzen.



LEH/DFH: Ein Viertel der Befragten kauft aufgrund einer Kundenkarte im jeweiligen Geschäft (etwas) häufiger ein

Frage 4: Änderung des Einkaufsverhaltens seit Besitz der Kundenkarte

Basis: Befragte, die eine Kundenkarte im Lebensmittel- oder Drogeriehandel besitzen n=664



nielsen

The logo for Nielsen, featuring the word "nielsen" in a serif font. The letter "n" is blue, while the rest of the letters are grey. Below the text is a horizontal row of nine grey dots.