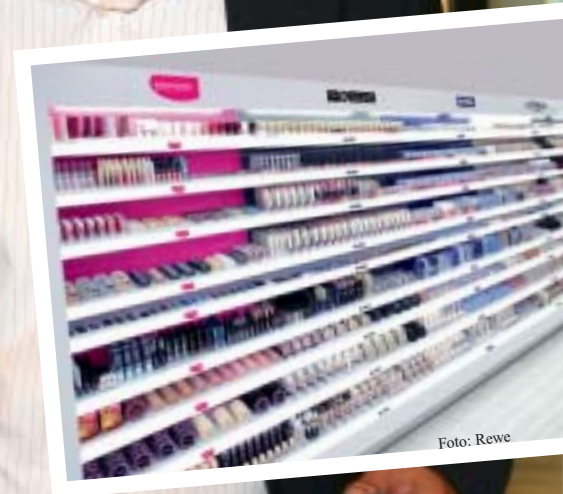


Bipa GF Hubert Sauer mit
Merkur-Vorstand Michael
Franeck (v.li.)

Drogerie- Artikel:



■ Exklusive Konsumentenbefragung von RegioPlan für REGAL

Wer *kauft* wo?

- ▶ 61 Prozent bevorzugen den DFH, 34 Prozent kaufen im LEH ein
- ▶ Unterschiedliche Einkaufsstättenwahl bei Warengruppen
- ▶ LEH immer wichtiger beim Drogeriesortiment

RegioPlan führte eine exklusive Befragung über die Einkaufspräferenzen bei Drogeriewaren von 300 Konsumenten durch. Ziel der Befragung war es herauszufinden,

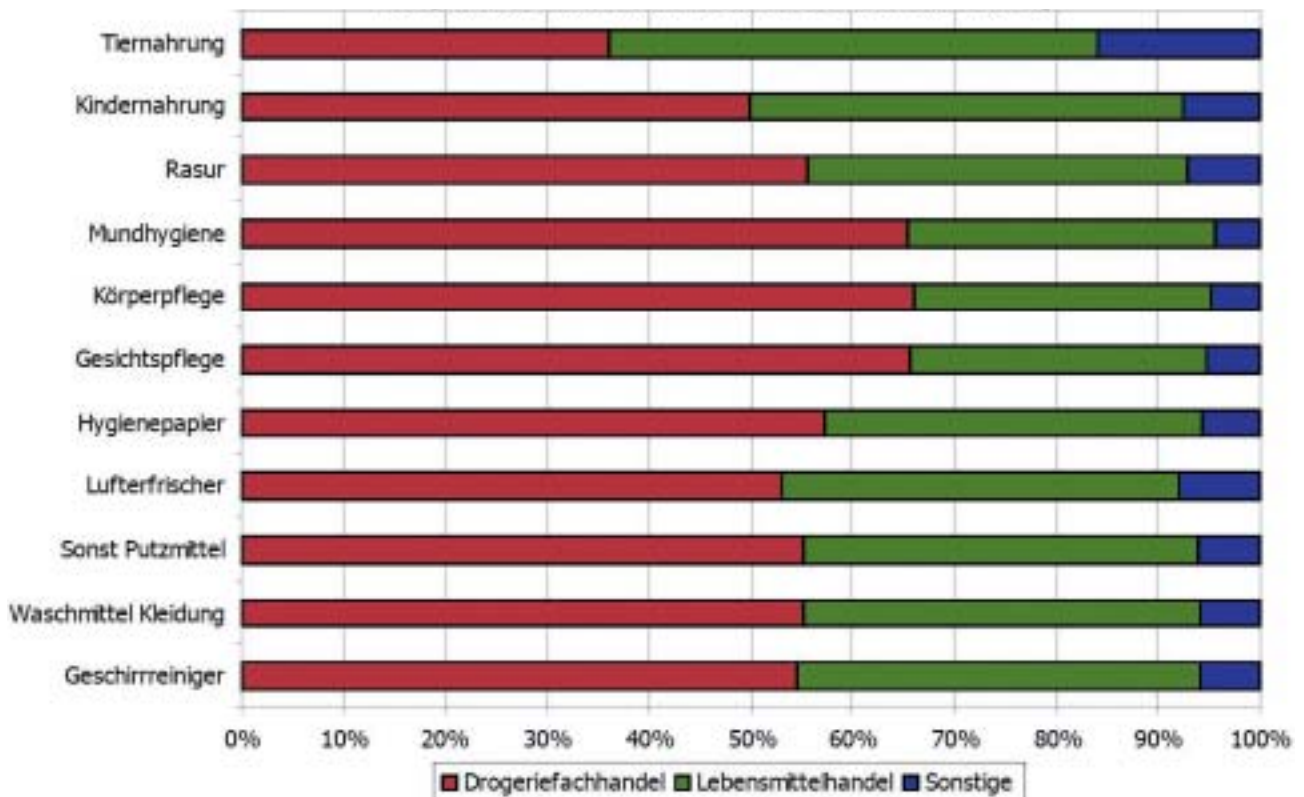
ob Konsumenten Drogerieprodukte verstärkt im Drogeriefachhandel oder im Lebensmittelhandel einkaufen. Die Untersuchung fand in Teilen des 21. Wiener Gemeindebezirks Floridsdorf statt, da hier

die drei DFH-Märkte Bipa, dm und Schlecker, sowie die beiden Verbrauchermärkte Merkur und Interspar jeweils einen Standort haben. Die Grundgesamtheit entsprach 1.561 Haushalten innerhalb des Befragungsgebietes. Insgesamt wurden 300 Fragebögen ausgewertet. Rund zwei Drittel der Befragten waren weiblich.

DFH klar voran. Auf die Frage in welchen Märkten die Konsumenten bevorzugt Drogerieprodukte kau-

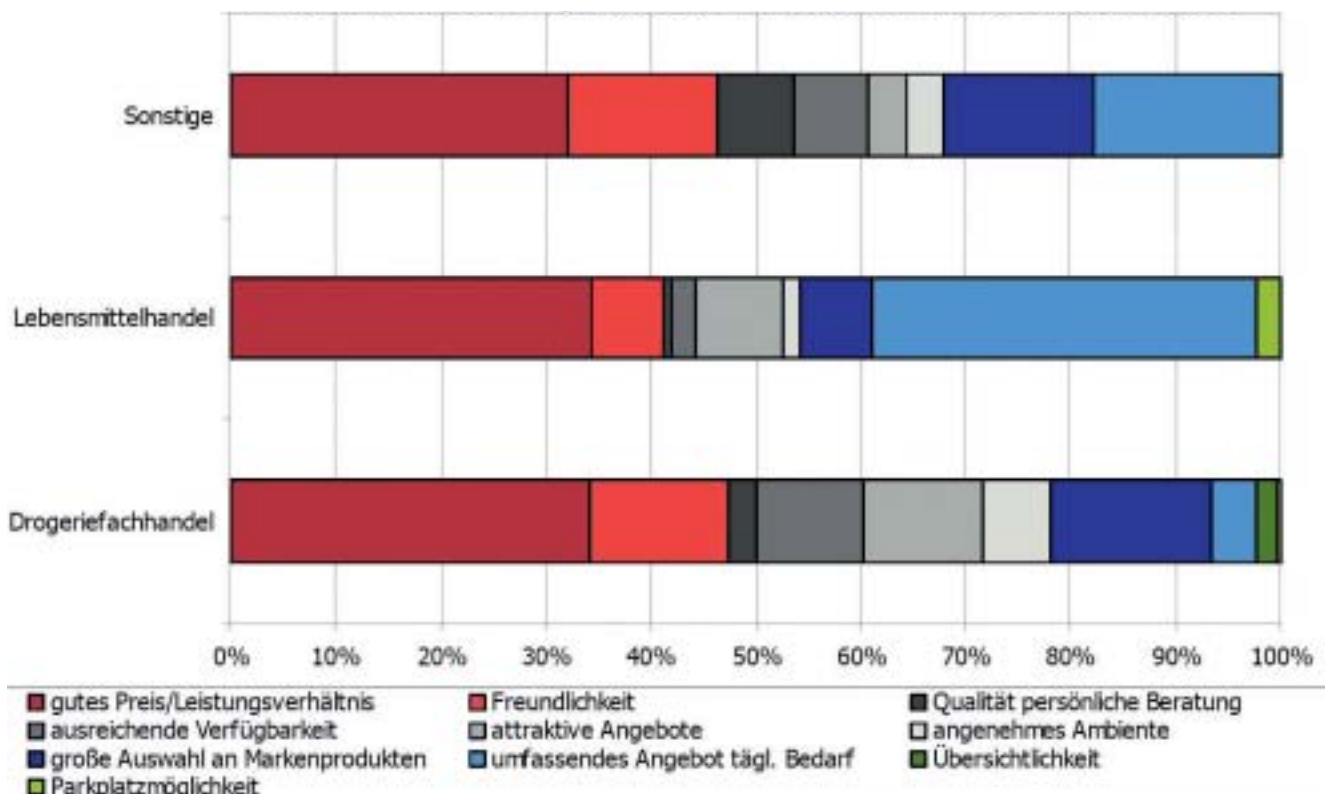
Bevorzugter Händler bei speziellen Warengruppen

Drogeriefachhandel, Lebensmittelhandel, Sonstige



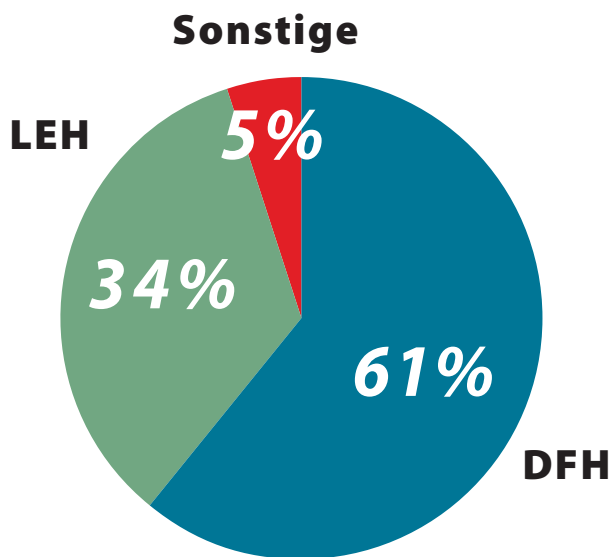
Kriterien für die Wahl des Einkaufsortes

Anteile in % nach Drogeriefach-, Lebensmittel- und sonstigem Handel



Quelle: RegioPlan

Händlerpräferenzen im Drogeriewarenhandel



Quelle: RegioPlan

fen, können sich die DFH Märkte ganz klar mit 61 Prozent an die Spitze setzen. 34 Prozent der Befragten kaufen Drogeriewaren am häufigsten in Verbrauchermärkten bzw. im LEH (Merkur, Interspar oder Hofer). Fünf Prozent besorgen ihre Produkte bei einer anderen Einkaufsstätte, etwa Tankstellen.

LEH immer wichtiger. Unterschiedliche Ergebnisse gibt es auf die Frage welche Warengruppen im DFH oder im LEH eingekauft werden. Insgesamt zeigt sich hier, dass der DFH bei allen Produktgruppen am häufigsten genannt wird. Erkennbar ist, dass der DFH besonders stark bei Produkten für Schönheit und Wohlbefinden ist. Hierzu zählen Warengruppen wie Mundhygiene, Körper- und Gesichtspflege.

Die Studie von RegioPlan zeigt allerdings auch, dass der LEH bei Produkten für den Haushalt, wie etwa Geschirreiniger, Waschmittel Kleidung oder sonstige Putzmittel, an Bedeutung gewinnt. Besonders häufig wird der LEH im Bereich Tiernahrung genannt, auch bei Kindernahrung ist er mit rund 43 Prozent überdurchschnittlich bedeutend.

Im Bereich der Körperpflege und

Mundhygiene zeigt sich, dass diese Produkte mit satten 70 Prozent vorwiegend im DFH gekauft werden. Mit 29 Prozent weist der LEH eine deutlich geringere Bedeutung beim Kauf dieser Warengruppen auf.

Ähnlich verhalten sich Konsumenten beim Kauf von Hygienepapier und Gesichtspflege. Auch diese Produkte werden bevorzugt im DFH eingekauft.

Wahl des Einkaufsortes.

Die Befragung lässt erkennen, dass bei der Wahl der Einkaufsstätten unterschiedliche Kriterien ausschlaggebend sind. Am wichtigsten scheint das Preis-, Leistungsverhältnis mit 34 Prozent der Antworten zu sein. Auch hier wird der DFH mit 65 Pro-

zent von den Befragten am häufigsten genannt. Der LEH erhält nur 28 Prozent.

Das umfassende Angebot aus dem täglichen Bedarf steht an zweiter Stelle mit 14 Prozent. In diesem Bereich wird der LEH mit 73 Prozent besonders oft genannt. An dritter Stelle, mit 13 Prozent steht die große Auswahl an Markenprodukten, wobei auch hier der DFH am häufigsten aufgezählt wurde.

Insgesamt zeigt sich, dass neben dem Kriterium des guten Preis-, Leistungsverhältnisses für den DFH auch die Kriterien Freundlichkeit, ausreichende Verfügbarkeit der Waren, attraktive Angebote und die große Auswahl an Markenprodukten entscheidend sind. Die Faktoren Übersichtlichkeit und Parkplatzmöglichkeit sind bei dieser Befragung keine ausschlaggebenden Kriterien für die Wahl der Einkaufsstätte. ■

Antonia Udwardi



Die RegioPlan-Studie ergab, dass 34 Prozent der Befragten bei der Wahl der Einkaufsstätte auf das Preis-, Leistungsverhältnis achten.