



accenture



High performance. Delivered.

Trends für den Detailhandel

Einkaufsverhalten der Schweizer Konsumenten – Eine Umfrage
von GS1 und Accenture

Dezember 2007



Zielsetzung der Studie

Rahmenbedingungen

Ergebnisse

Anlass der Studie

Veränderte Rahmenbedingungen

1. Markteintritt ausländischer Discounter ^{1,2)}
2. Zunehmender Wettbewerb unter Schweizer Handelsunternehmen ^{1,2)}
3. Veränderte Konsumentenstruktur, z.B. durch hohen Zuzug von Ausländern ^{2,3)}
4. "Gefühlte Inflation" aufgrund gestiegener Preise für Benzin, Miete, Sportaktivitäten etc.³⁾
5. Starkes Preisgefälle zu Nachbarländern ^{3,4)}

1) Lebensmittelzeitung 3) Bundesamt für Statistik
 2) Neue Zürcher Zeitung 4) ACNielsen Euro-Preis Barometer



Reaktion der Konsumenten?





Zielsetzung der Studie

Rahmenbedingungen

Ergebnisse



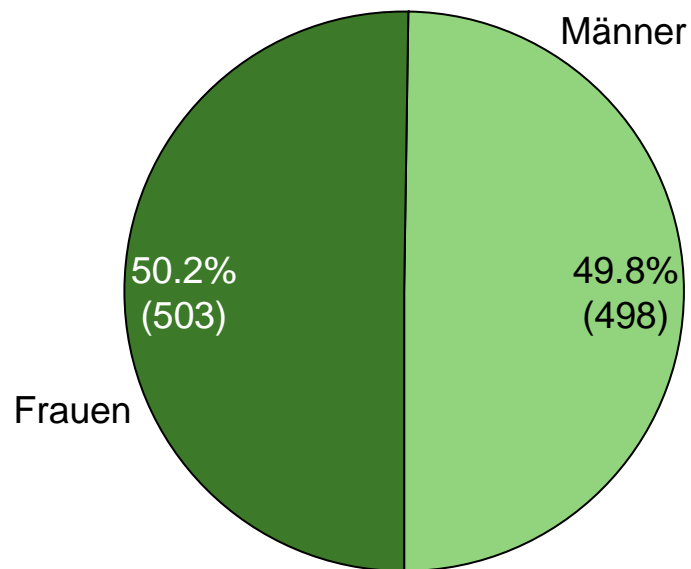
Im Rahmen der Umfrage wurden 1001 Konsumenten befragt. Die Struktur der Befragten ist ein repräsentativer Durchschnitt der Schweizer Bevölkerung.



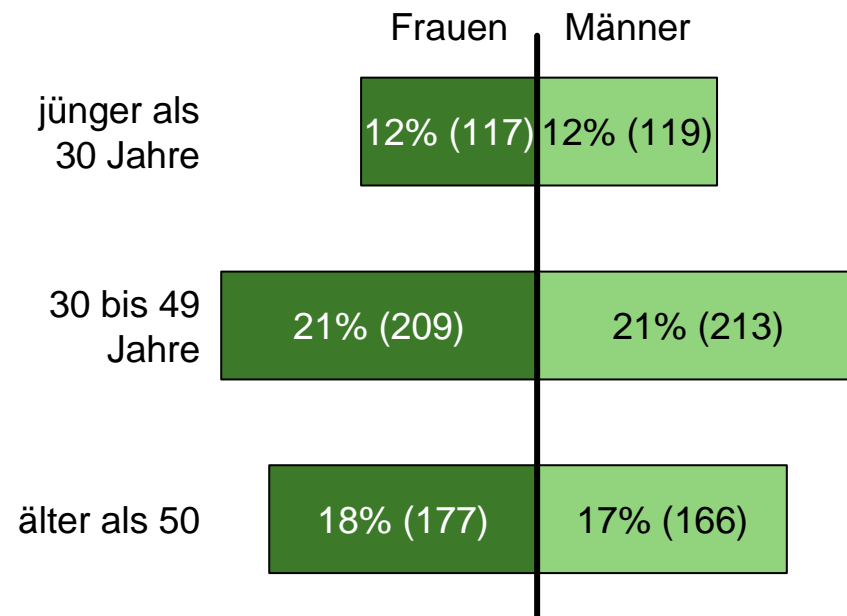
Verteilung nach Geschlecht und Alter

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

Verteilung nach Geschlecht



Verteilung nach Alter¹⁾



1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind
Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

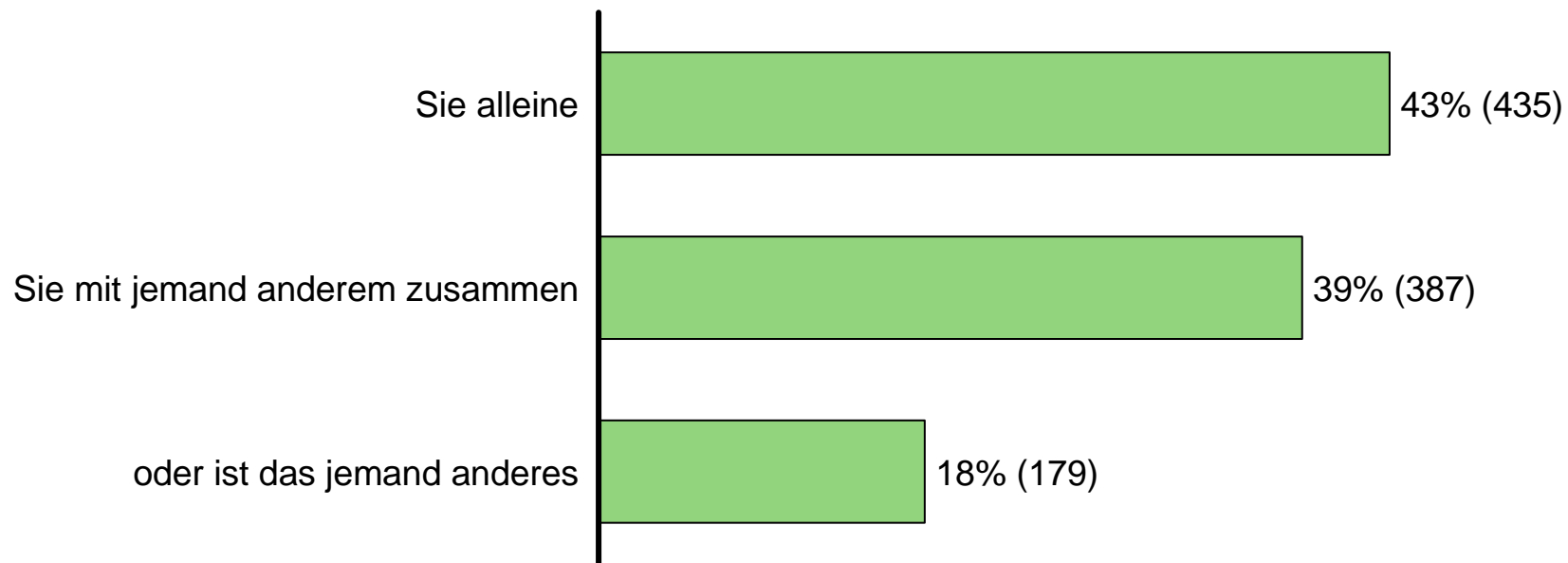


Über 80% der Befragten treffen die Einkaufsentscheidungen für Lebensmittel und tägliche Verbrauchsartikel in ihrem Haushalt.



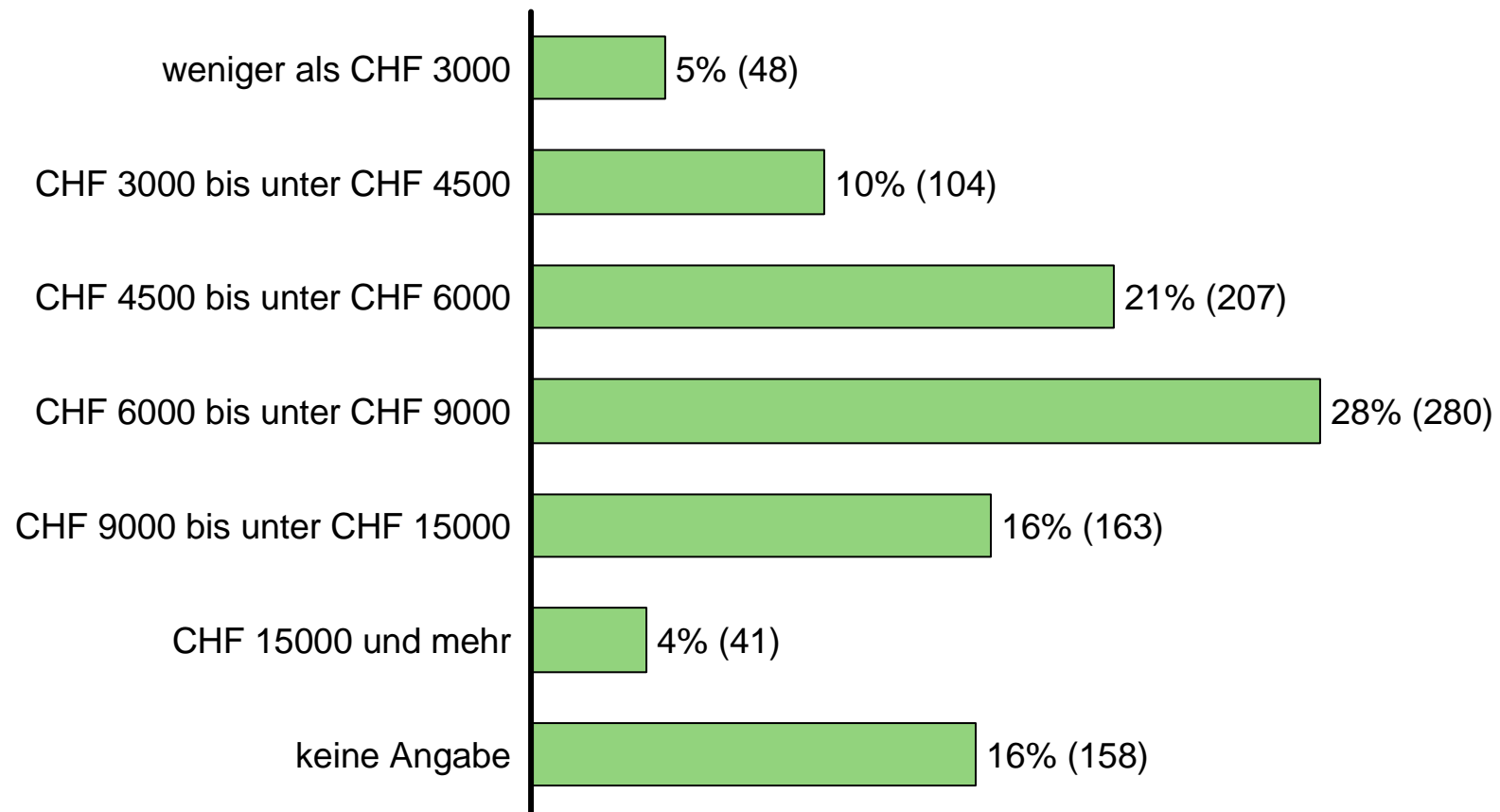
Wer entscheidet bei Ihnen im Haushalt in der Regel über den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln? Sind das....

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Können Sie mir sagen, wie hoch das Brutto-Einkommen Ihres Haushaltes pro Monat ist?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



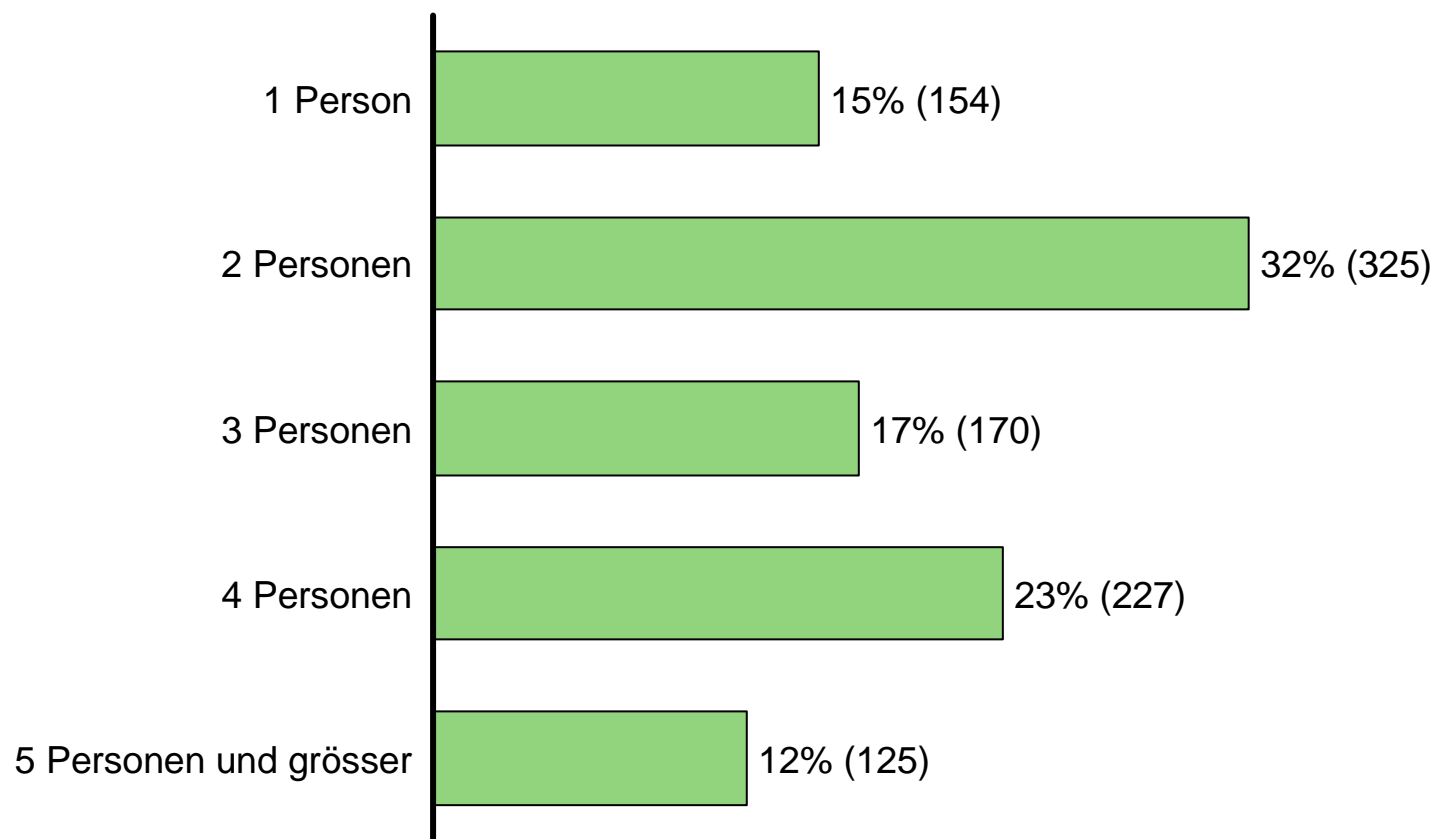


In der Studie sind alle Haushaltsgrößen vertreten.
Die Struktur entspricht auch hier weitgehend dem
repräsentativen Schnitt der Schweizer Bevölkerung.



Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾



1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



Zielsetzung der Studie

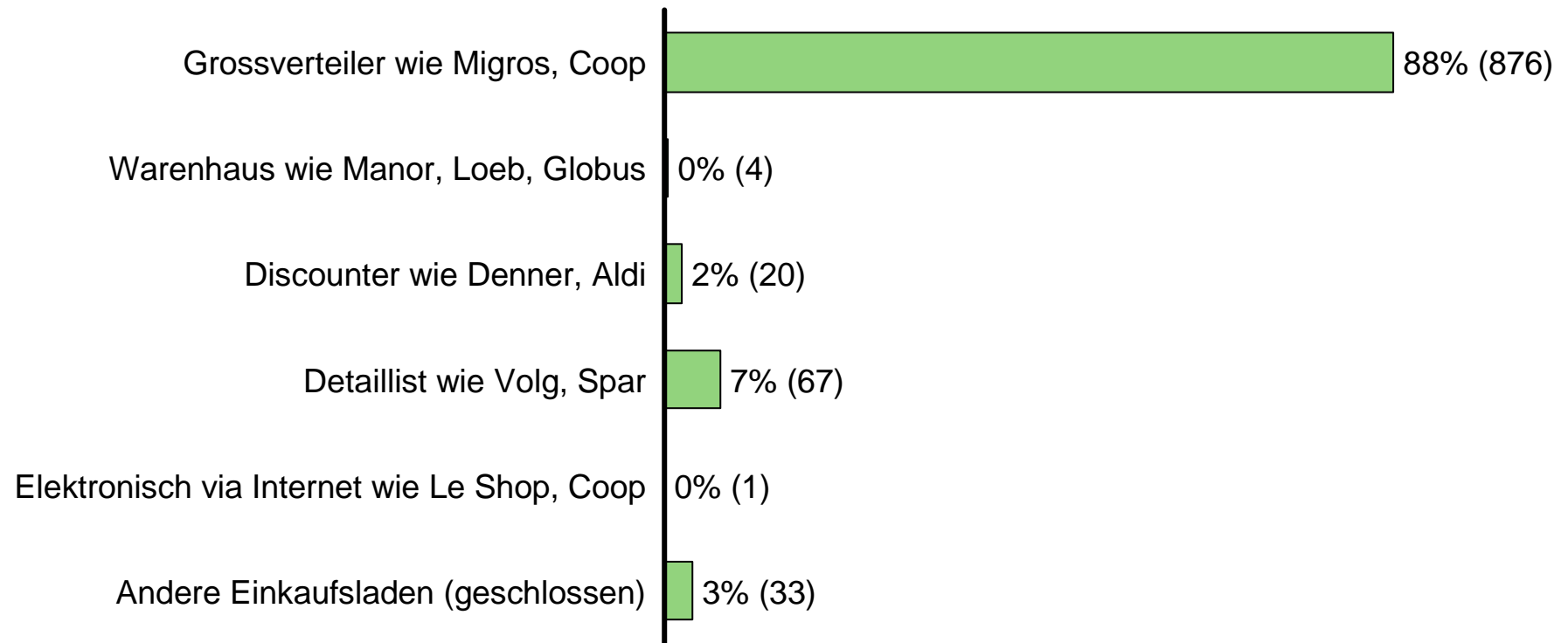
Rahmenbedingungen

Ergebnisse



Wo kaufen Sie hauptsächlich die Güter des täglichen Bedarfs ein?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



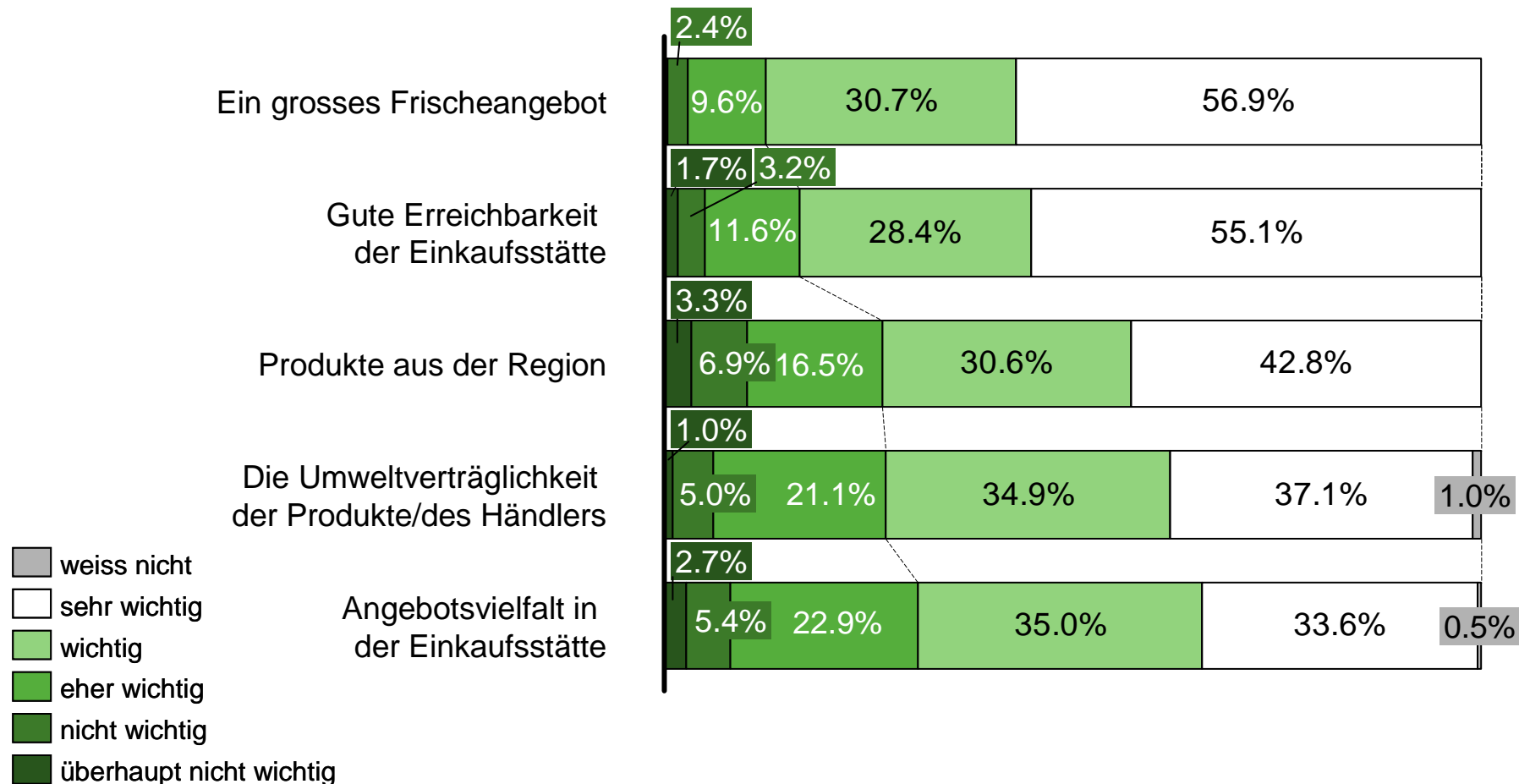


Hinsichtlich der Einkaufsentscheidung legen die Konsumenten besonderen Wert auf Frischeangebote, gute Erreichbarkeit der Händler und regionale Produkte.



Wie wichtig ist Ihnen... (1/2)

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

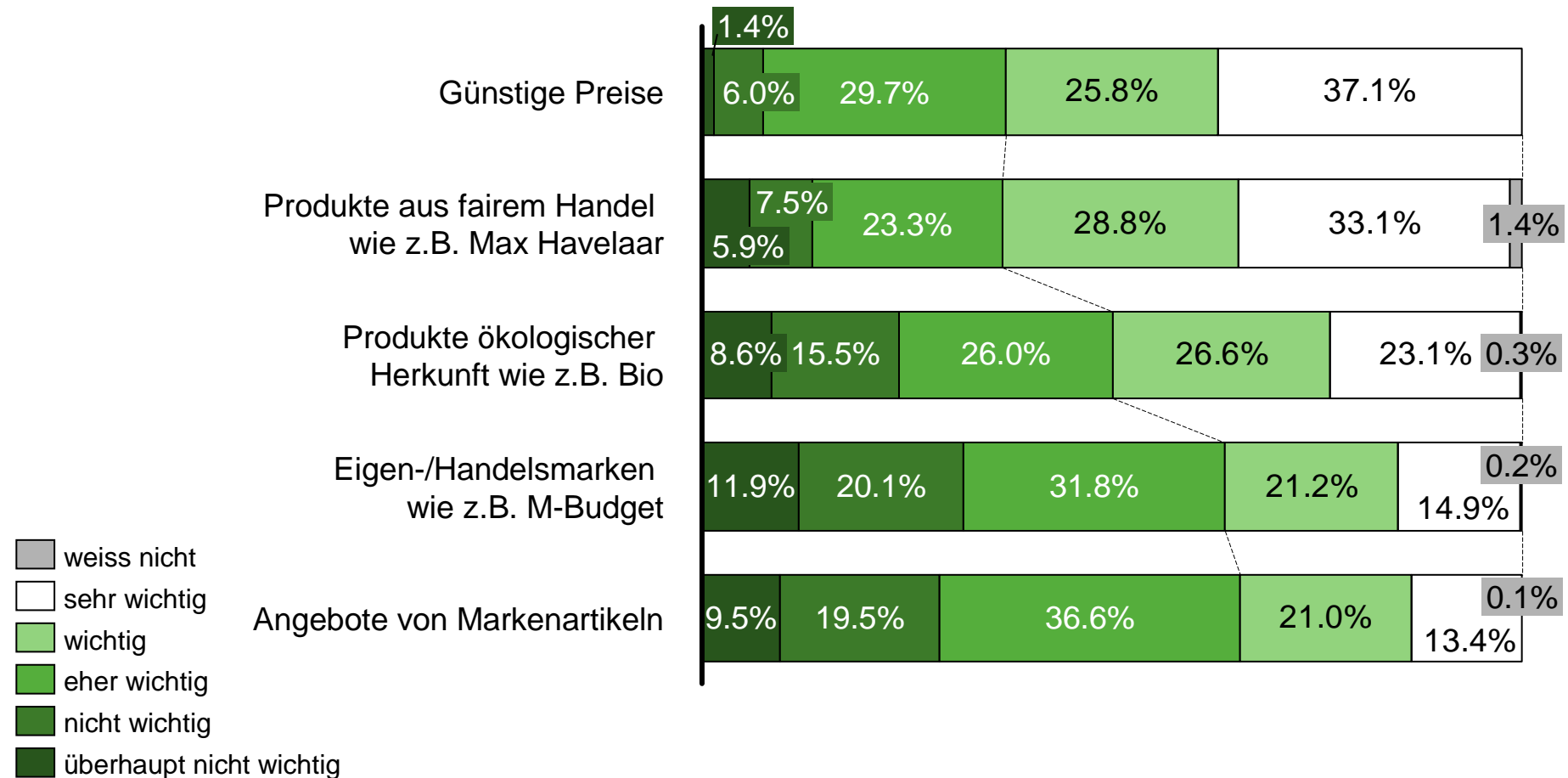


Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



Wie wichtig ist Ihnen... (2/2)

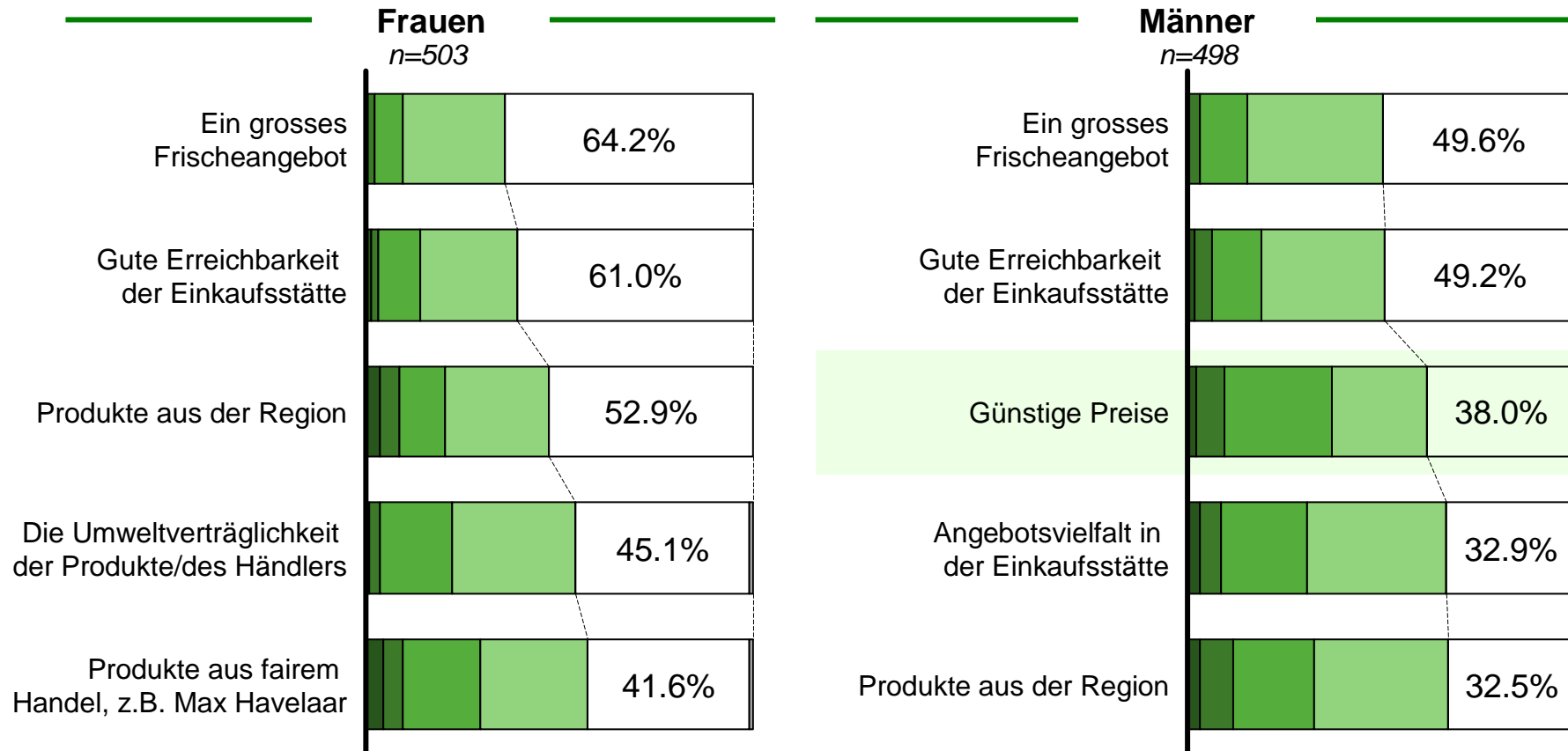
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Wie wichtig ist Ihnen... (1/2)

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

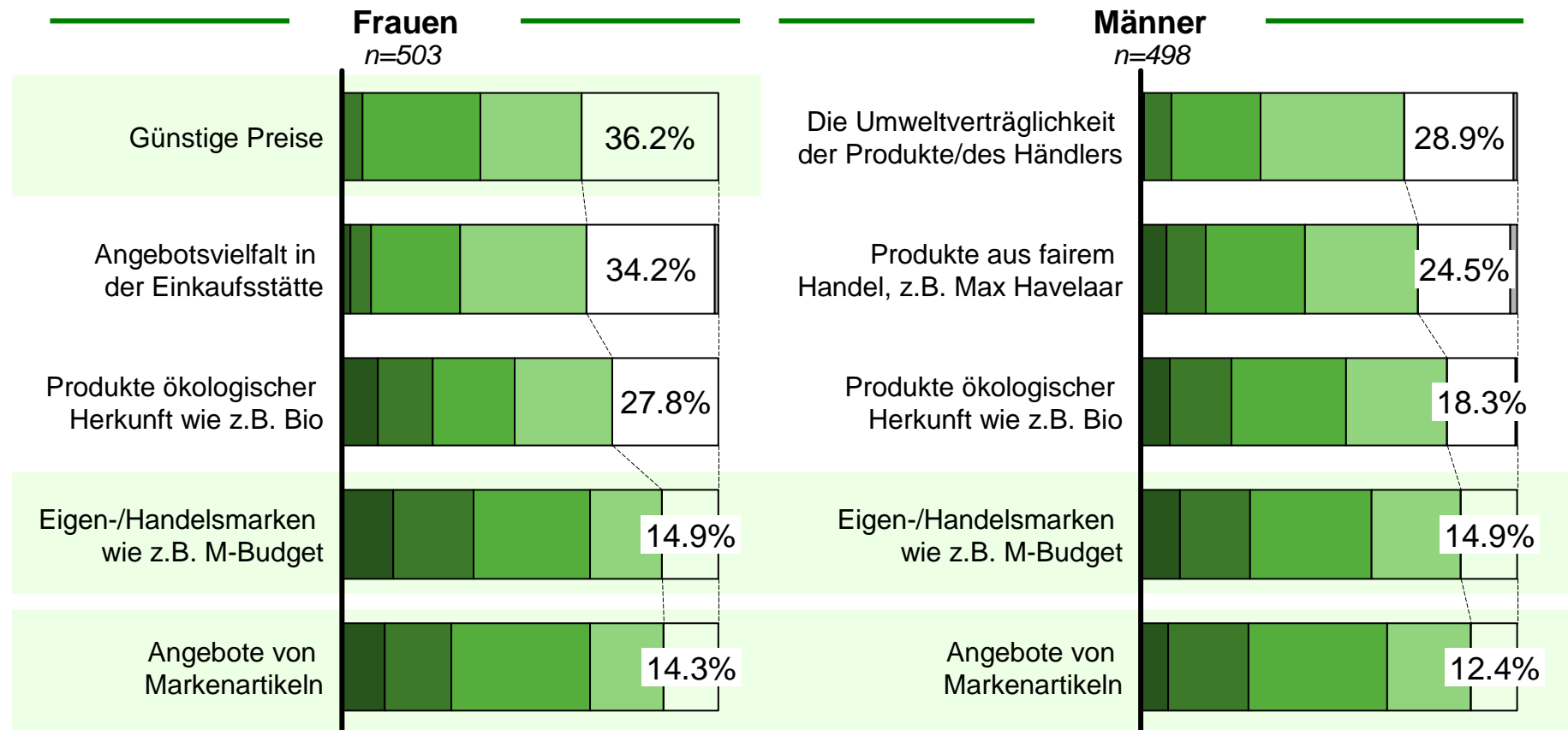


Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

weiss nicht
 wichtig
 nicht wichtig
 sehr wichtig
 eher wichtig
 überhaupt nicht wichtig

Wie wichtig ist Ihnen... (2/2)

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

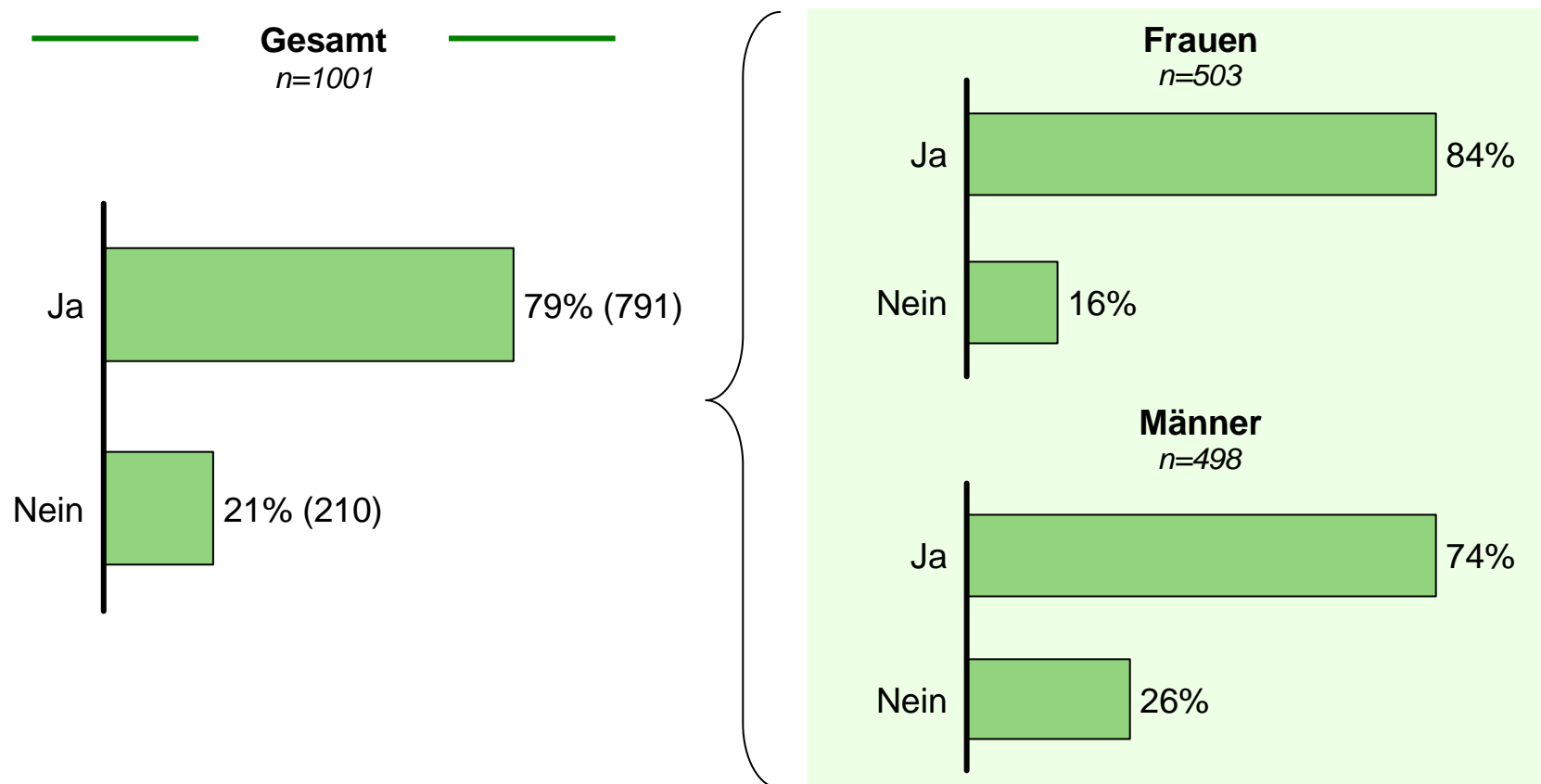


Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

weiss nicht
 wichtig
 nicht wichtig
 sehr wichtig
 eher wichtig
 überhaupt nicht wichtig

Planen Sie Ihre Einkäufe bevor Sie in den Laden gehen?

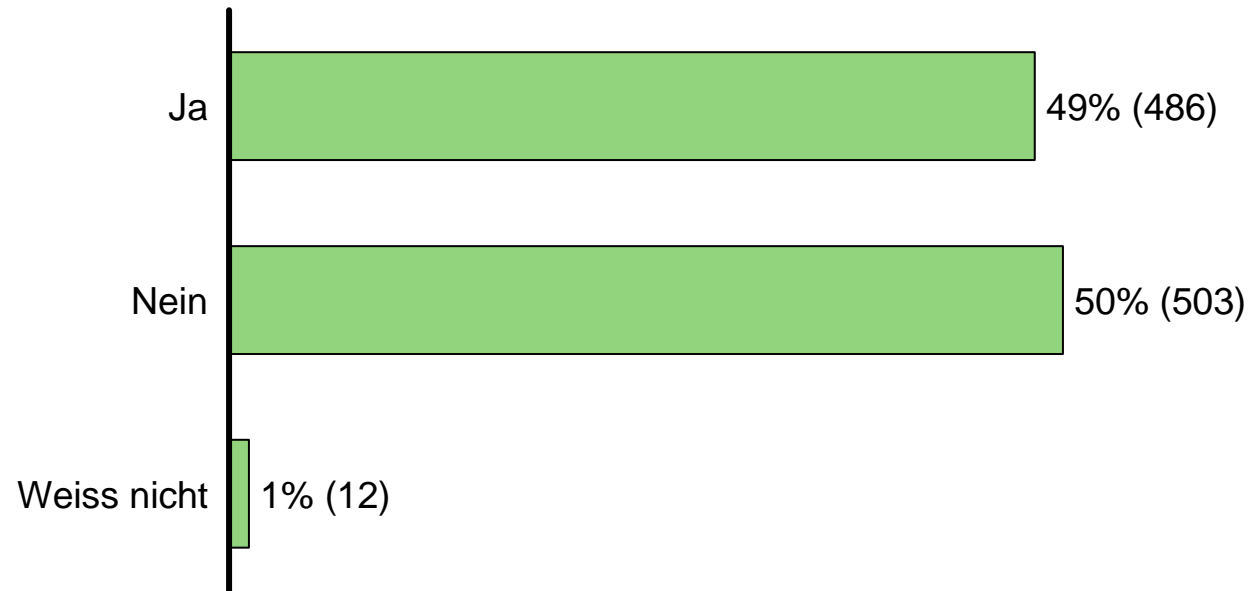
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt





Achten Sie heute stärker auf günstigere Preise als vor 3 Jahren?

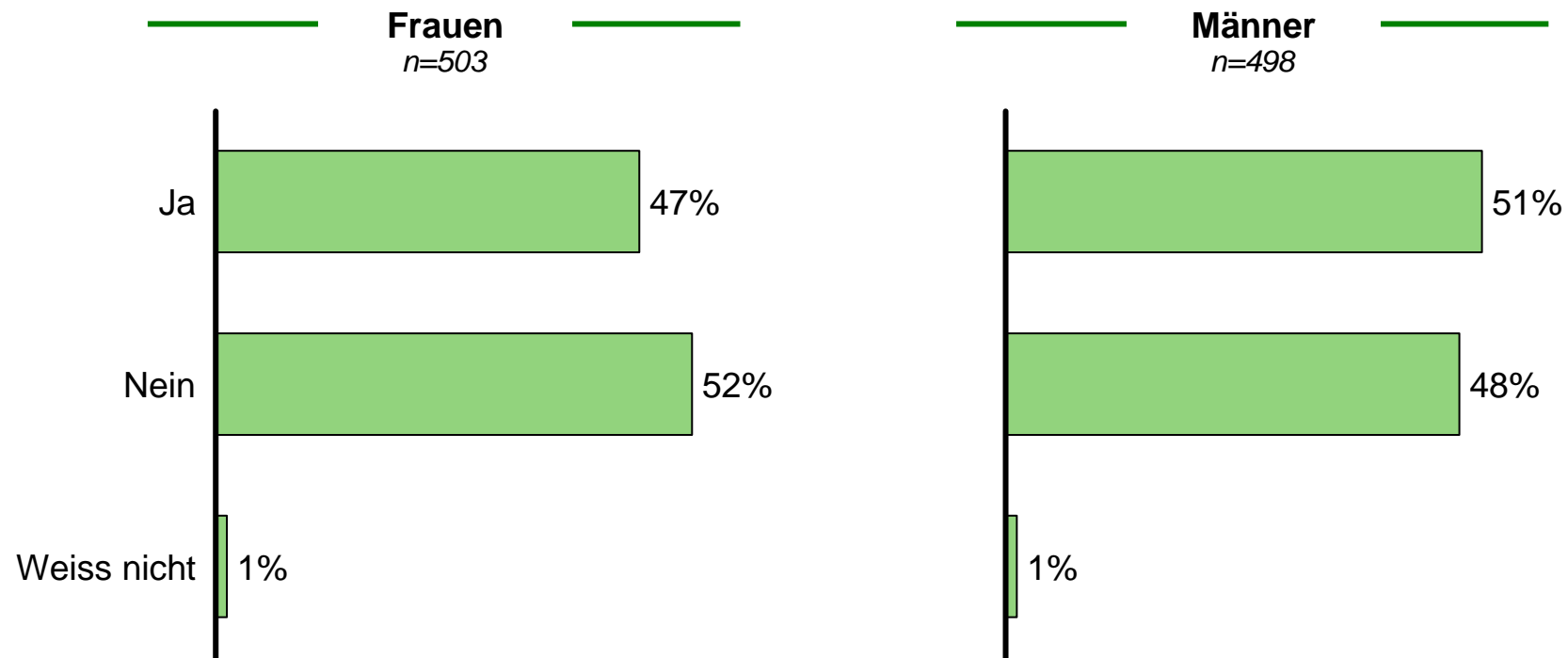
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt





Achten Sie heute stärker auf günstigere Preise als vor 3 Jahren?

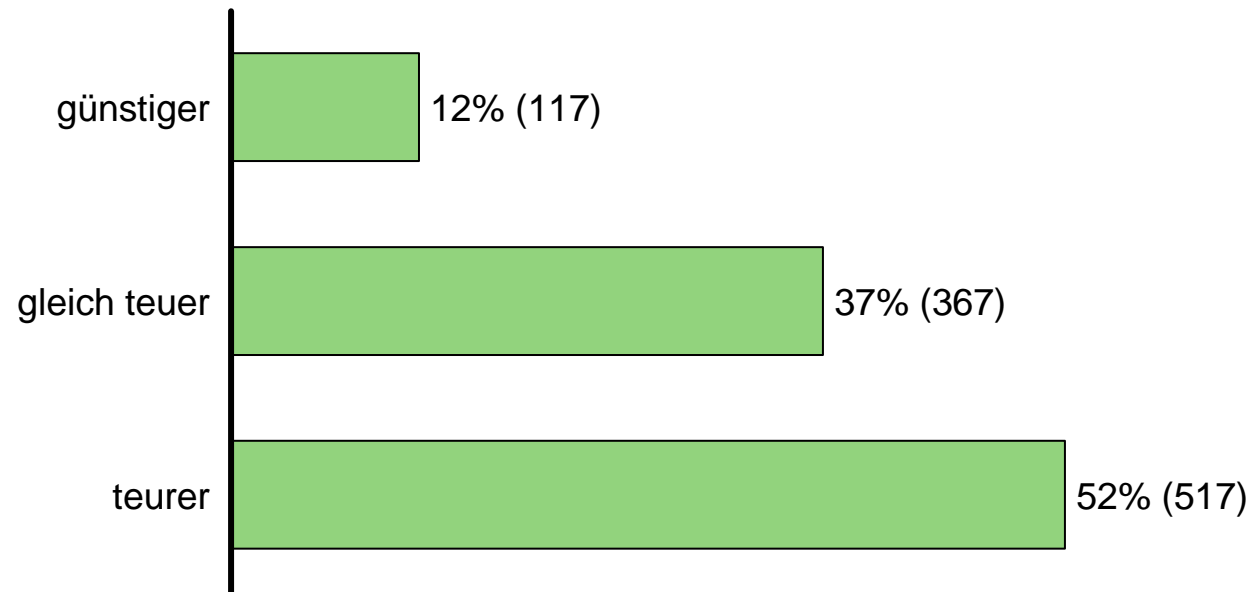
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt





Empfinden Sie die Güter des täglichen Bedarfs heute als günstiger, gleich teuer oder teurer als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

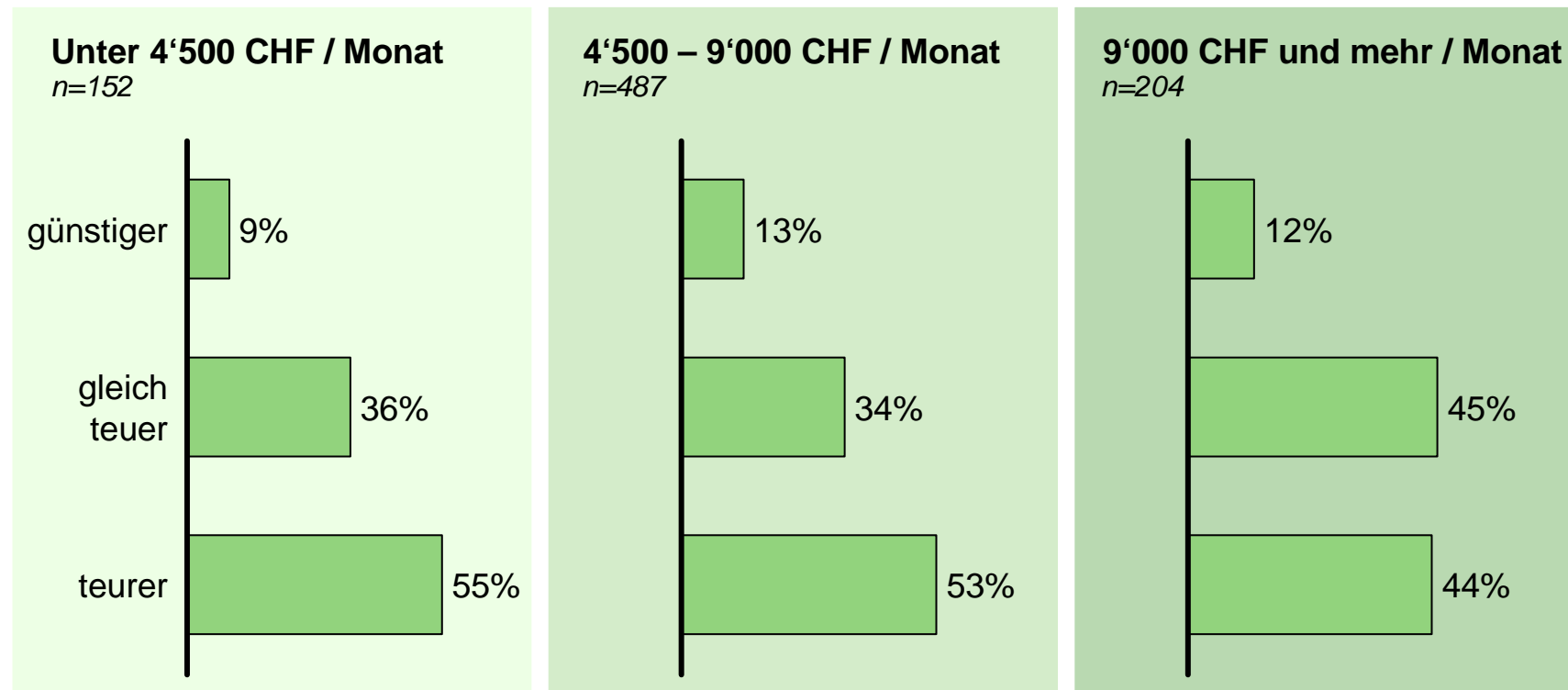


1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind
Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Empfinden Sie die Güter des täglichen Bedarfs heute als günstiger, gleich teuer oder teurer als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

Bruttoeinkommen²⁾



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

2) Summe der Befragten ergibt n=843. 158 Befragte machten diesbezüglich keine Angabe.

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

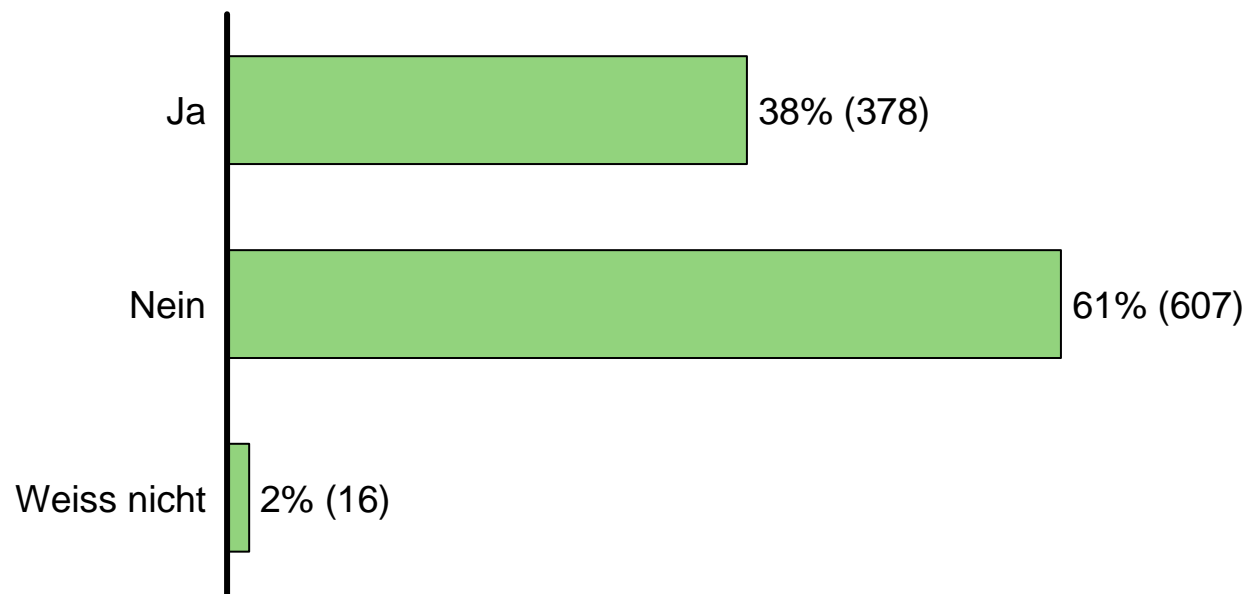


Auch das verfügbare Einkommen für Konsumzwecke hat sich verändert. 60% der Befragten haben heute weniger Geld zu Verfügung als noch vor 3 Jahren.



Haben Sie heute mehr Geld zum Kauf von Produkten des täglichen Bedarfs zur Verfügung als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾



1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

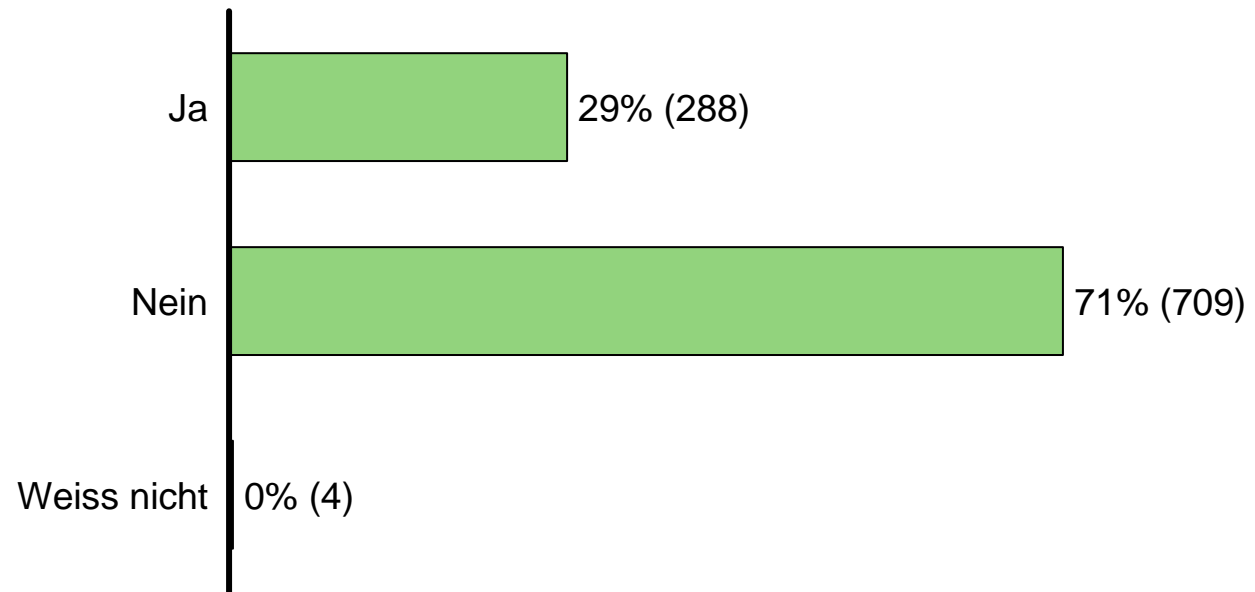
Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



Führen Sie vor Ihren Einkäufen regelmässig Preisvergleiche durch?

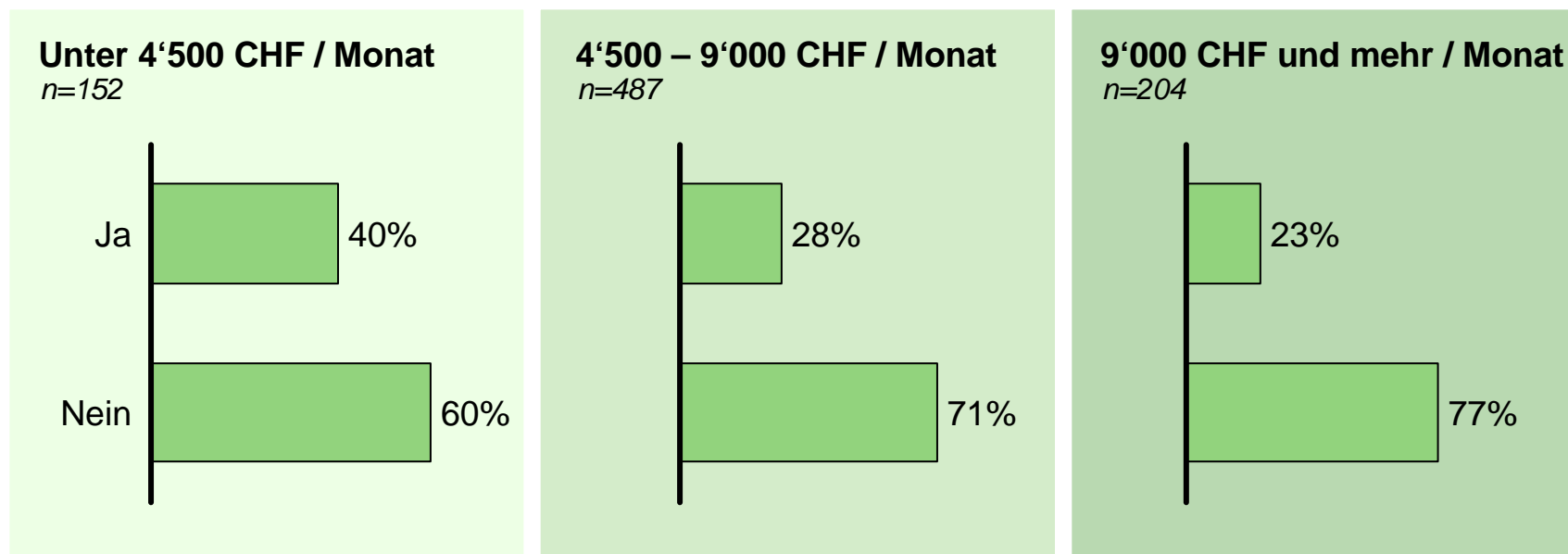
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Führen Sie vor Ihren Einkäufen regelmässig Preisvergleiche durch?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

Bruttoeinkommen²⁾



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

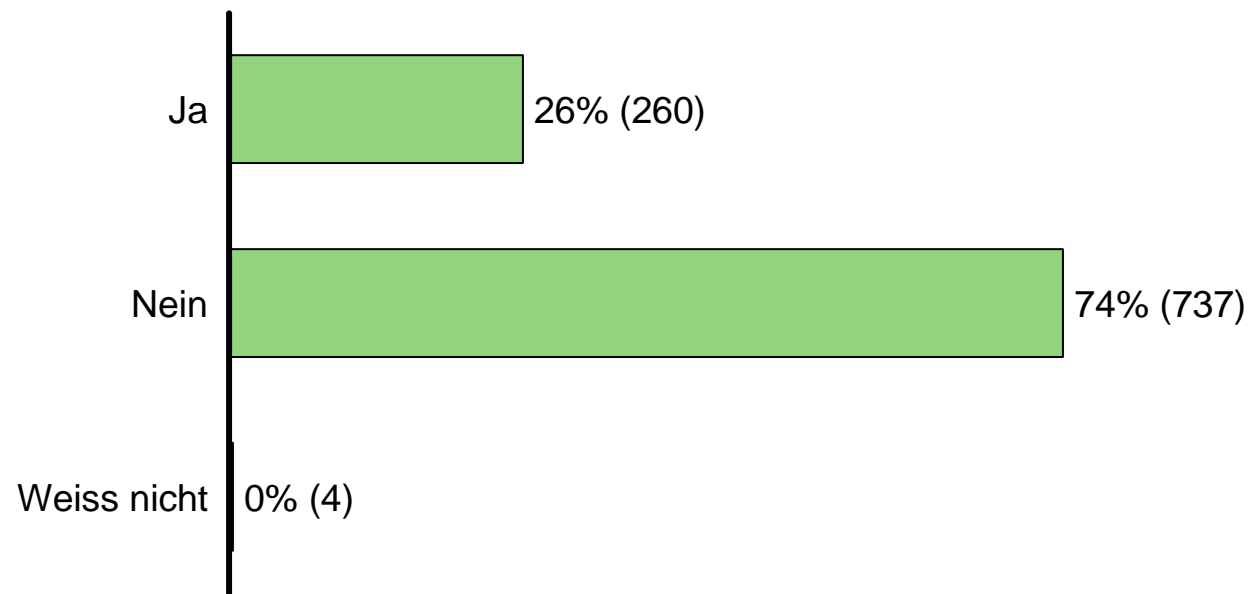
2) Summe der Befragten ergibt n=843. 158 Befragte machten diesbezüglich keine Angabe.

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



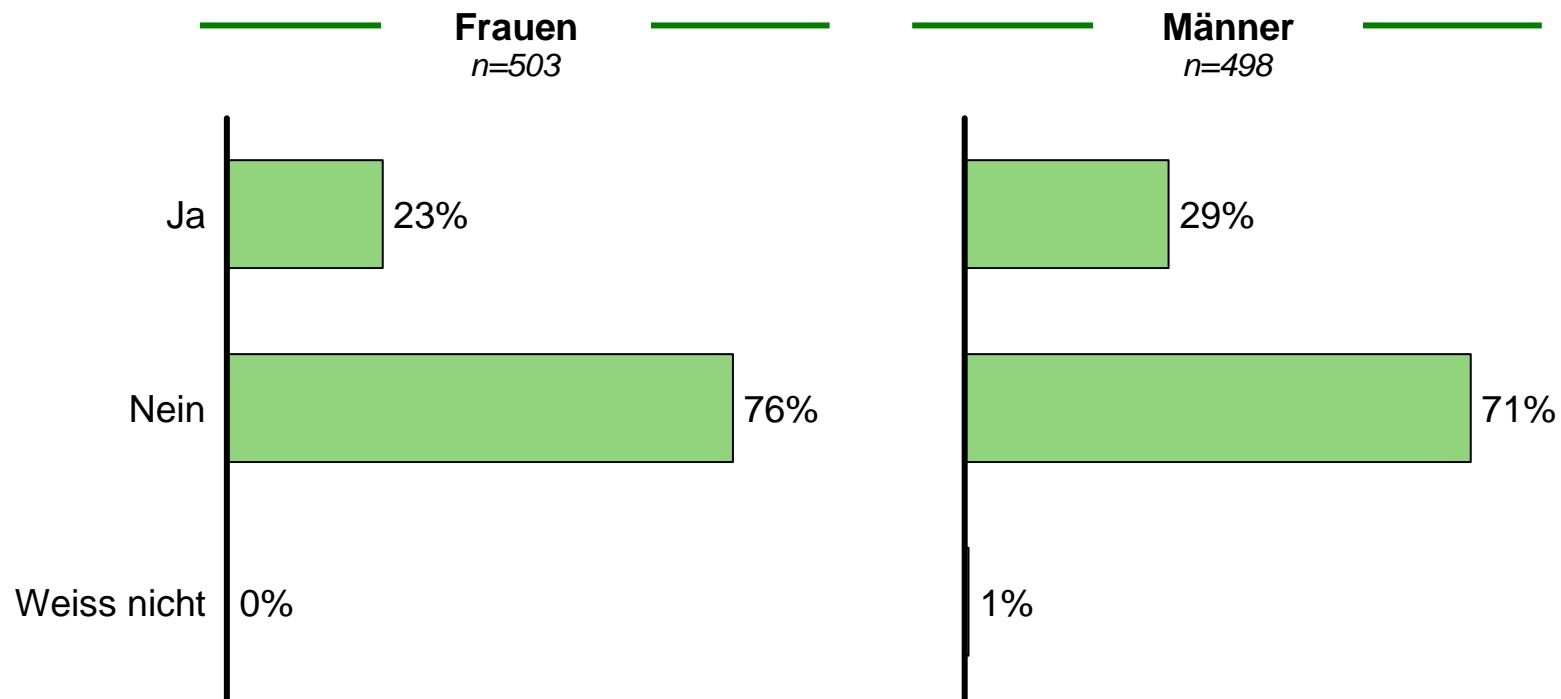
Kaufen Sie heute öfter bei Discountern wie Denner, Aldi als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Kaufen Sie heute öfter bei Discountern wie Denner, Aldi als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

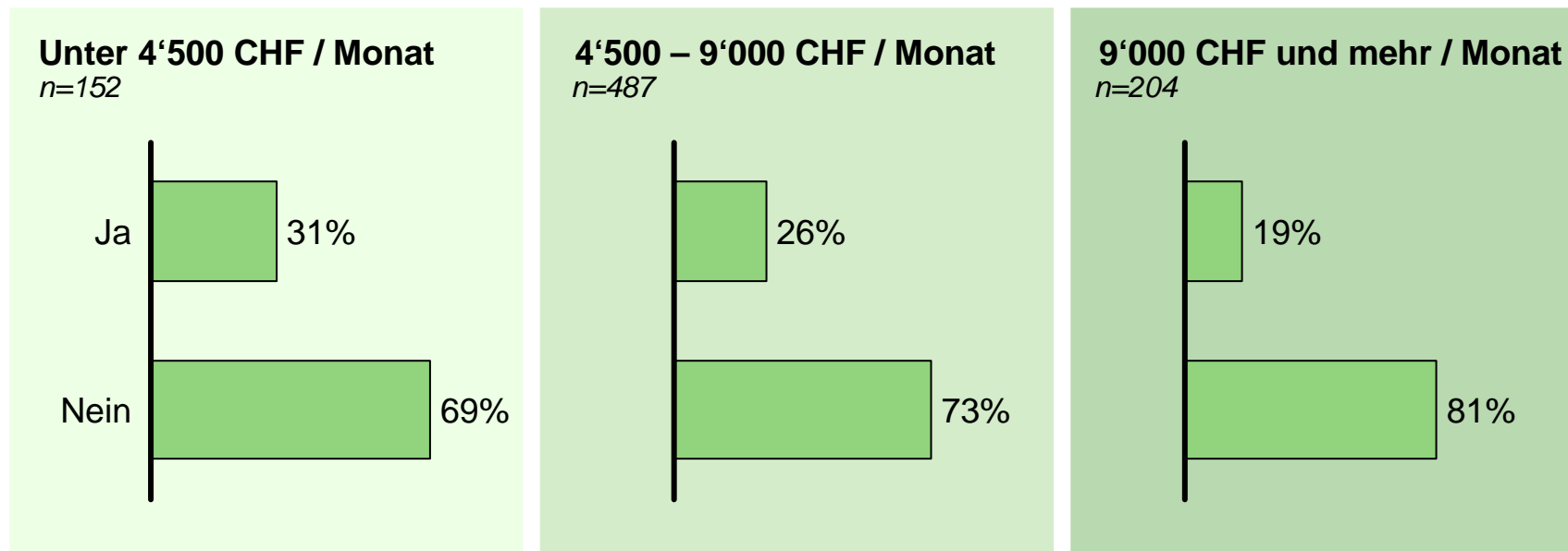


1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind
 Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Kaufen Sie heute öfter bei Discountern wie Denner, Aldi als vor 3 Jahren?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

Bruttoeinkommen²⁾



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

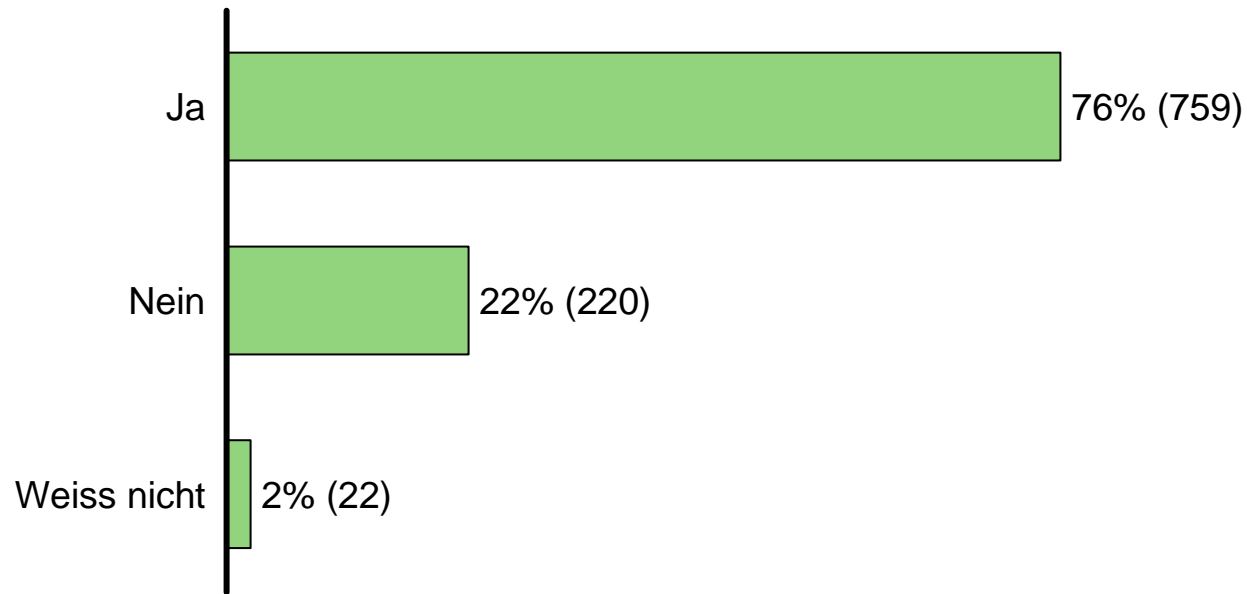
2) Summe der Befragten ergibt n=843. 158 Befragte machten diesbezüglich keine Angabe.

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



Sind Sie bereit für regionale / umweltverträgliche Produkte mehr zu bezahlen?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt





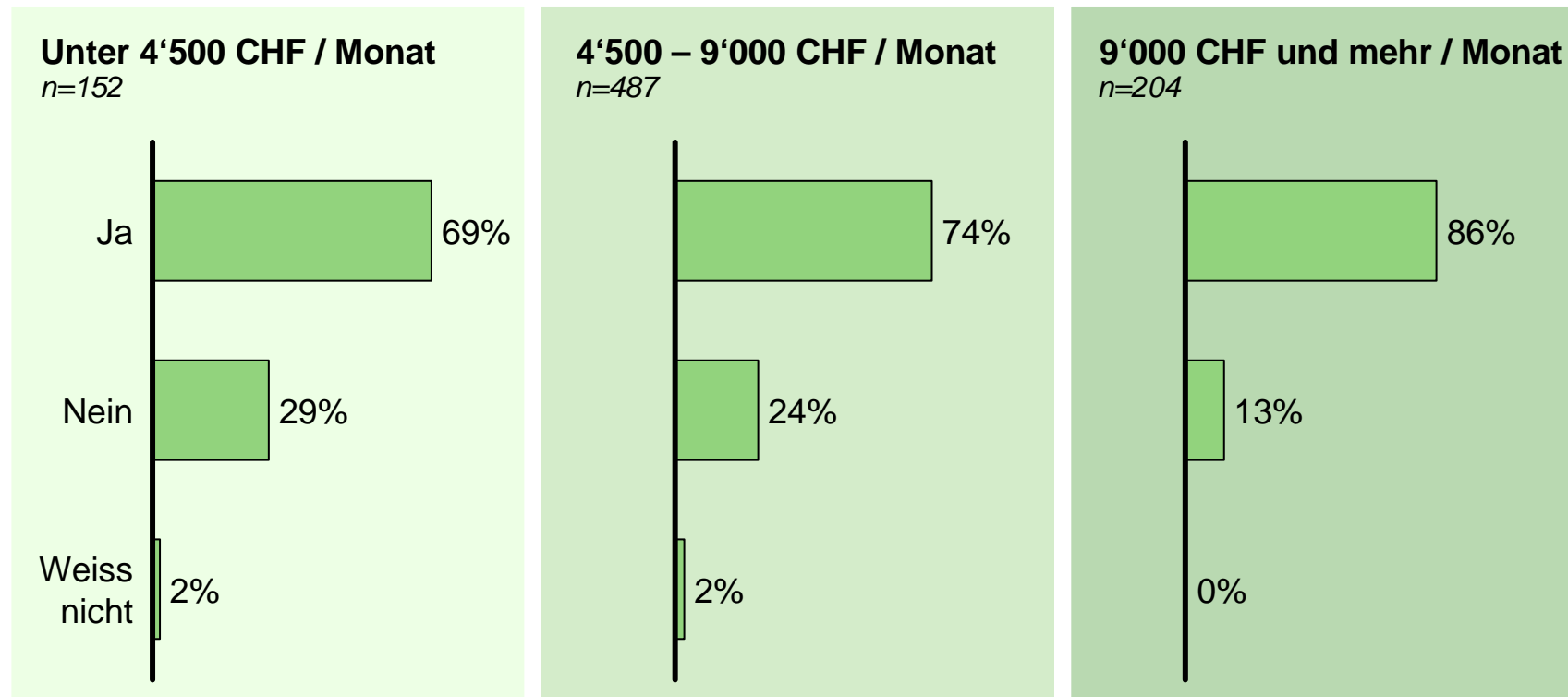
Auch Haushalte mit niedrigeren Einkommen sind bereit, für regionale und umweltverträgliche Produkte mehr zu bezahlen.



Sind Sie bereit für regionale / umweltverträgliche Produkte mehr zu bezahlen?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾

Bruttoeinkommen²⁾



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

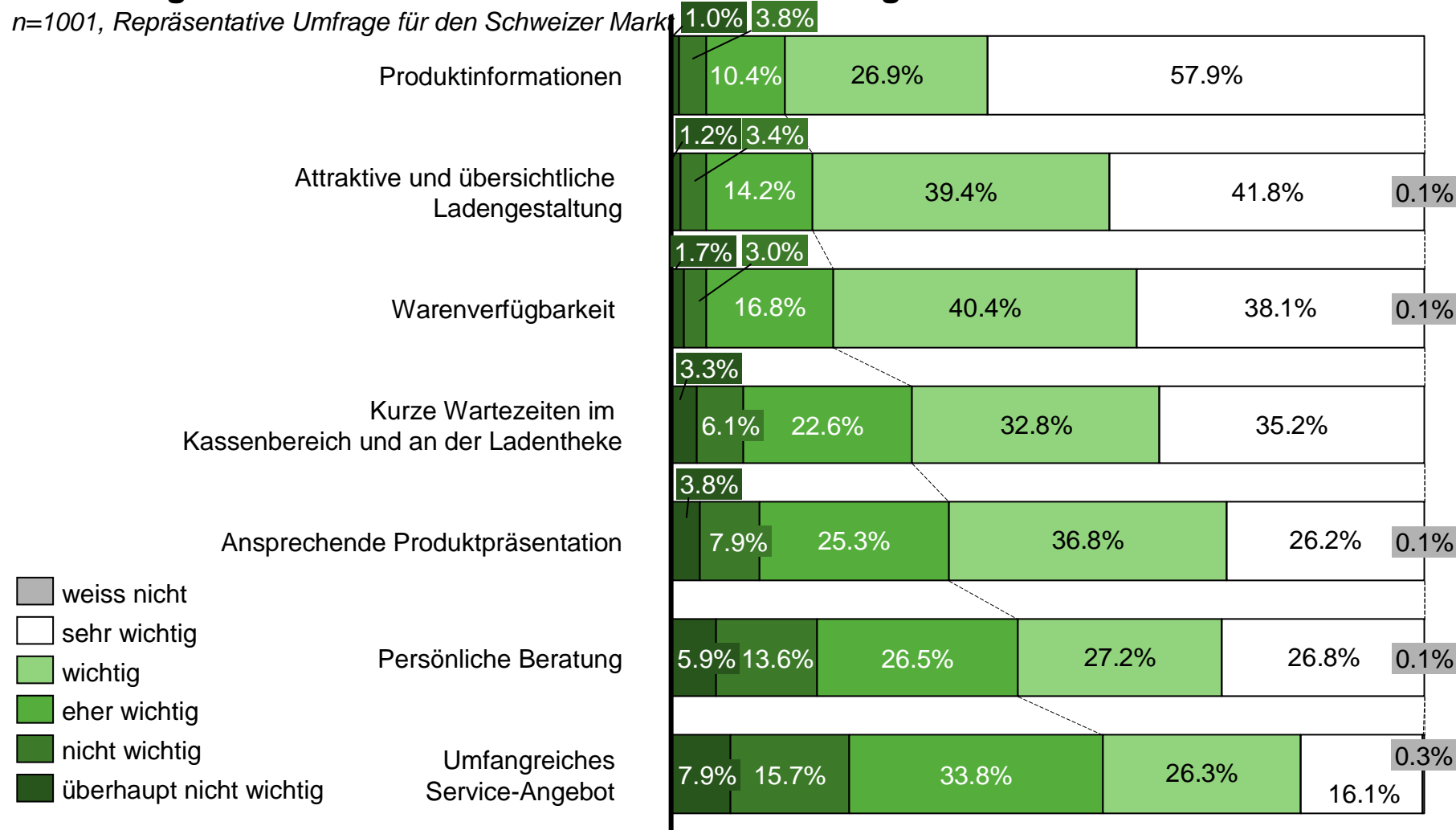
1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind

2) Summe der Befragten ergibt n=843. 158 Befragte machten diesbezüglich keine Angabe.

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

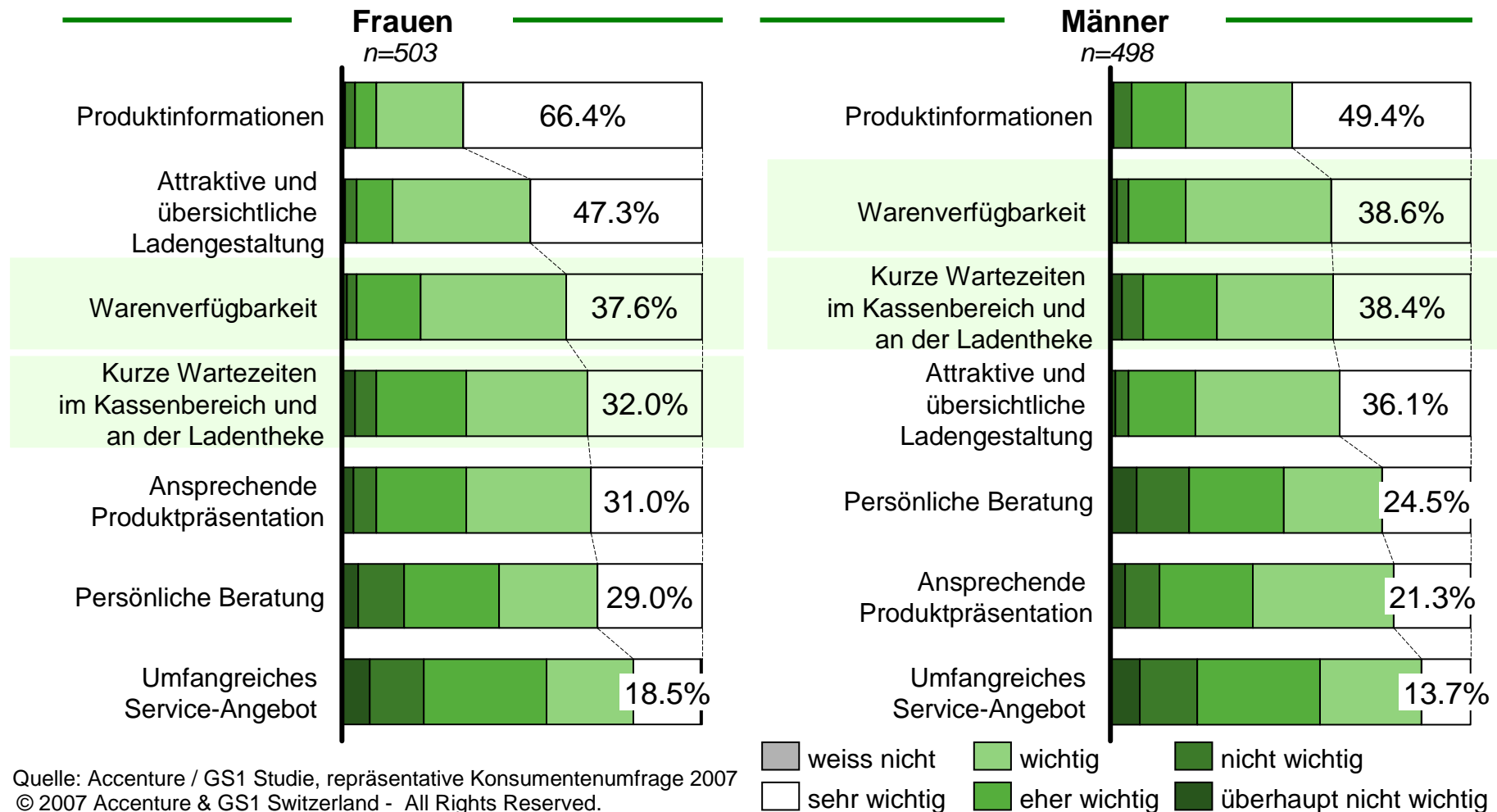
Worauf legen Sie besonderen Wert bei der Abwicklung Ihrer Einkäufe?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Worauf legen Sie besonderen Wert bei der Abwicklung Ihrer Einkäufe?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

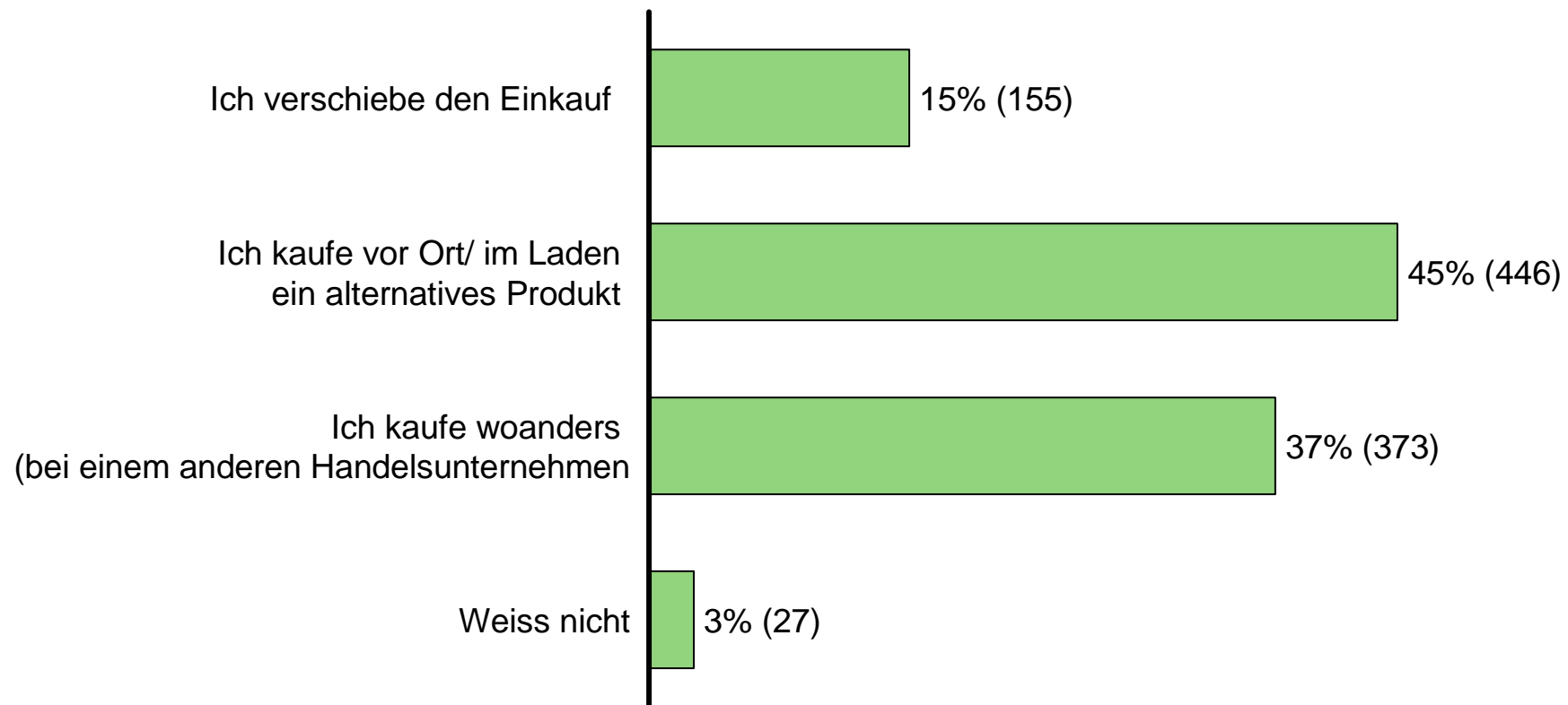


Auf die (Nicht-) Verfügbarkeit von Produkten reagieren die Konsumenten sehr konsequent. 15% verschieben den Einkauf; 37% wechseln den Händler.



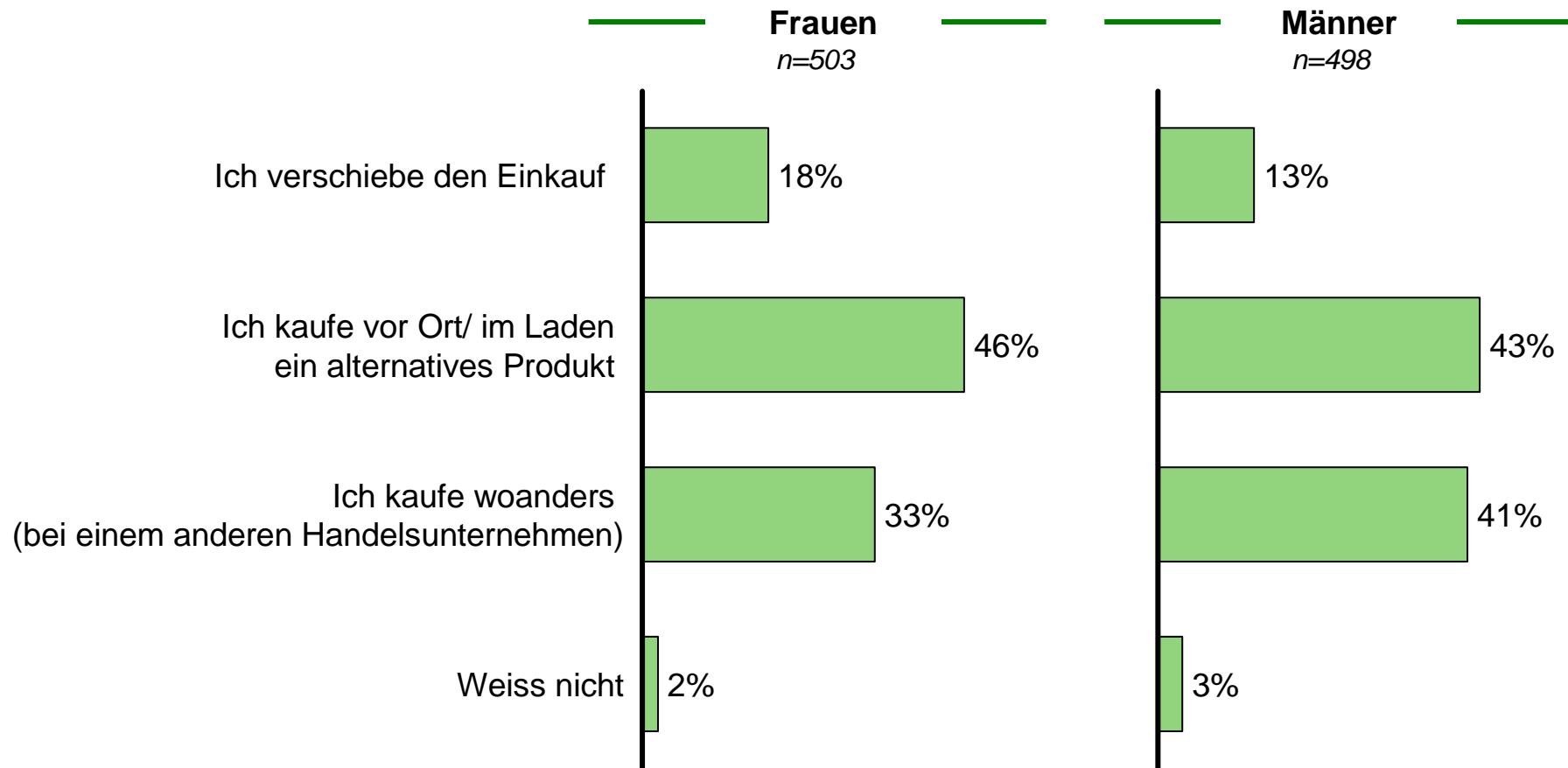
Was tun Sie am ehesten, wenn ein Produkt nicht verfügbar ist?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



Was tun Sie am ehesten, wenn ein Produkt nicht verfügbar ist?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt ¹⁾



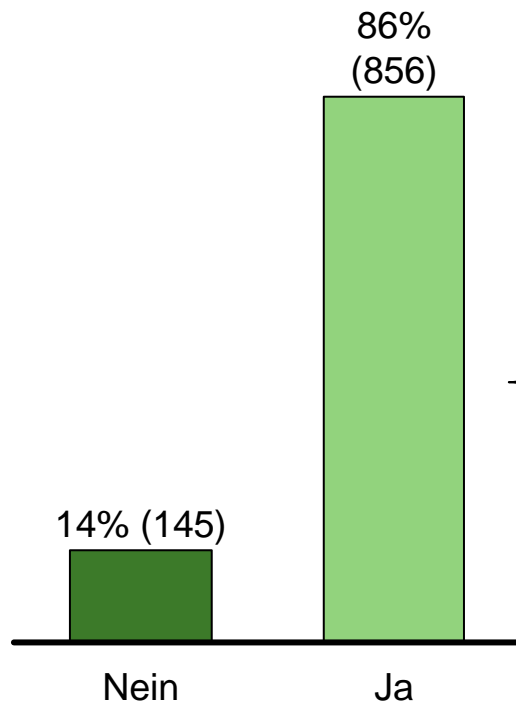
1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind
 Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Kundenkartenprogramm

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

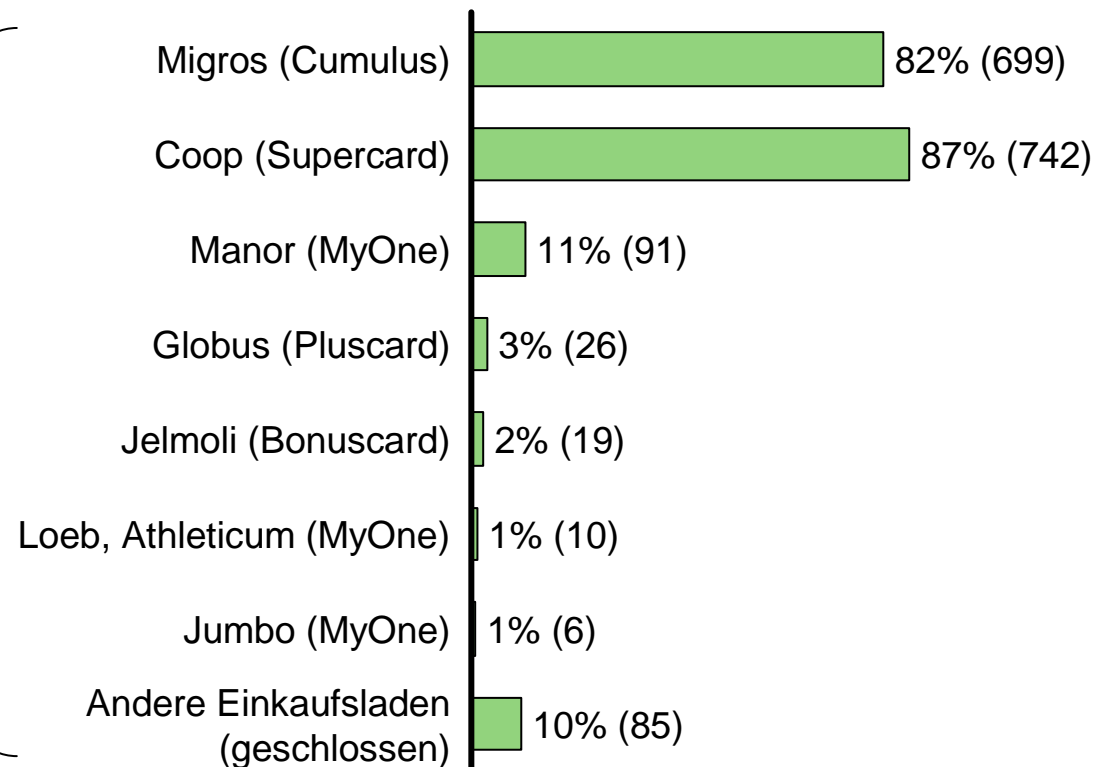
Besitzen Sie eine Kundenkarte von einem Schweizer Einkaufsladen?

n=1001



Von welchen Schweizer Einkaufsladen haben Sie eine Kundenkarte?

n=856



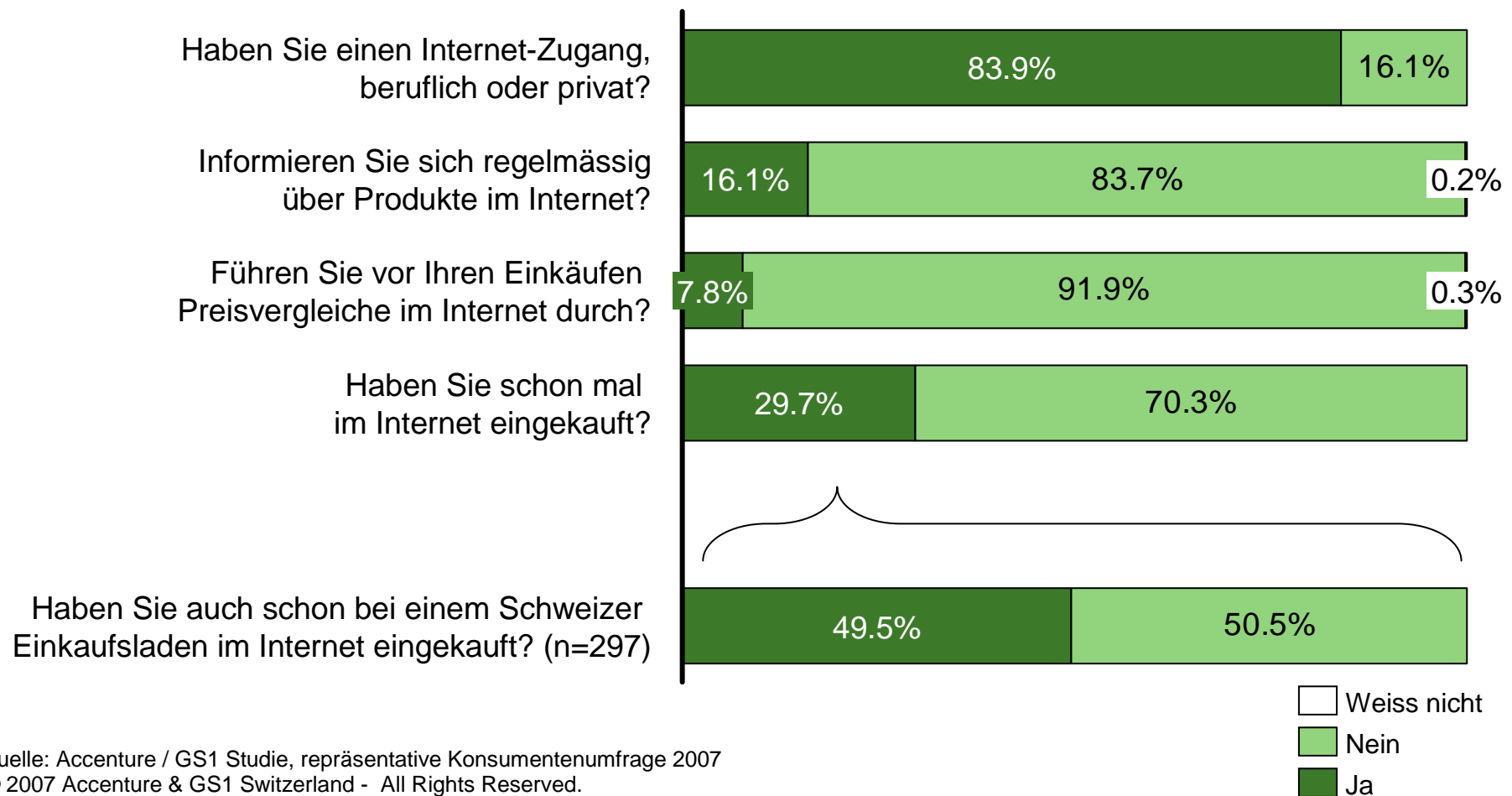


Annähernd 84% aller Schweizer haben Zugang zum Internet. Dort gekauft haben bislang ca. 30% der Bevölkerung.



Verwendung von eCommerce

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



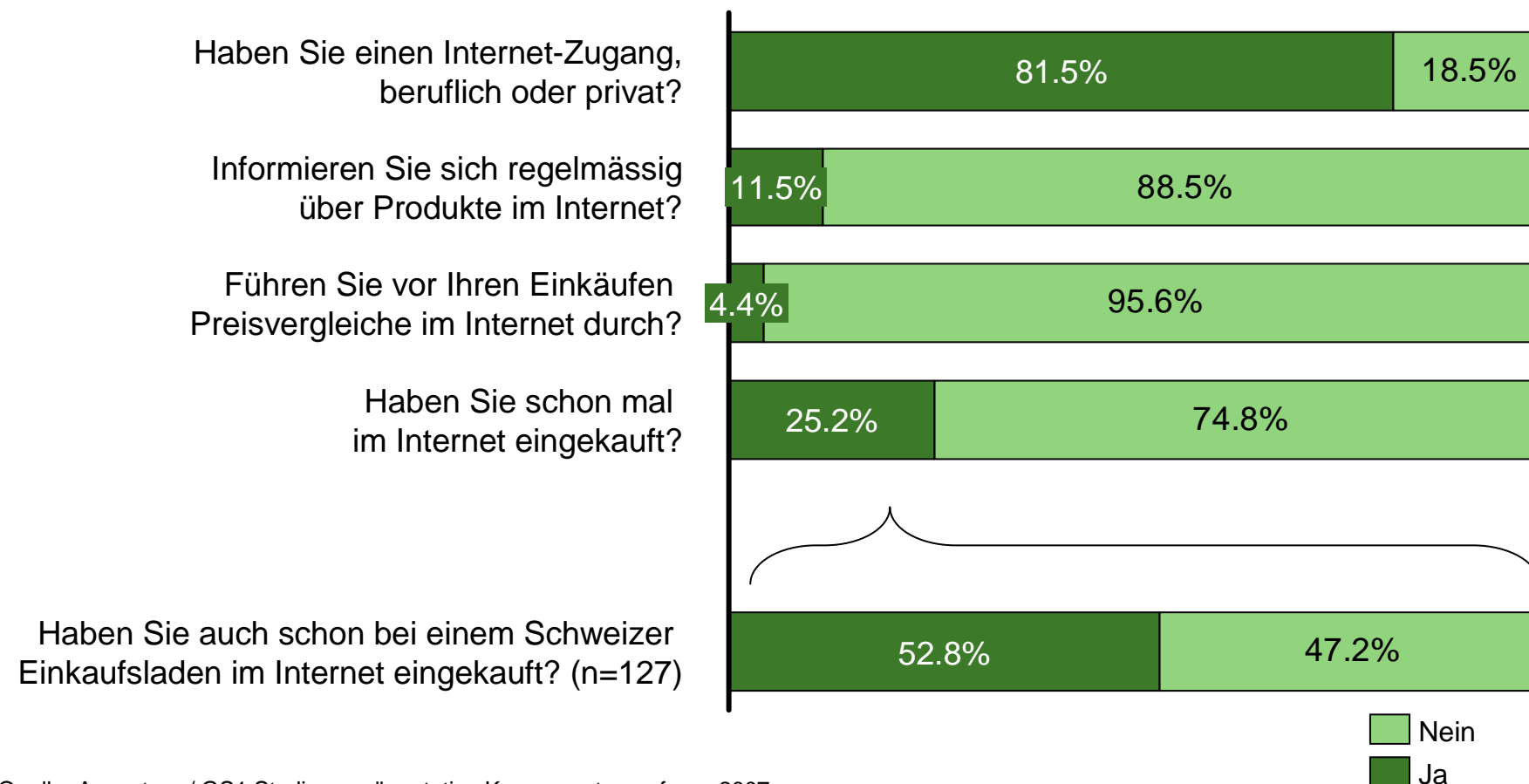


eCommerce ist keine Männer-Domäne. Über 80 % der Schweizer Frauen haben Internet-Zugang und über 25% der Frauen haben schon per Internet gekauft.



Verwendung von eCommerce durch Frauen

n=503, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

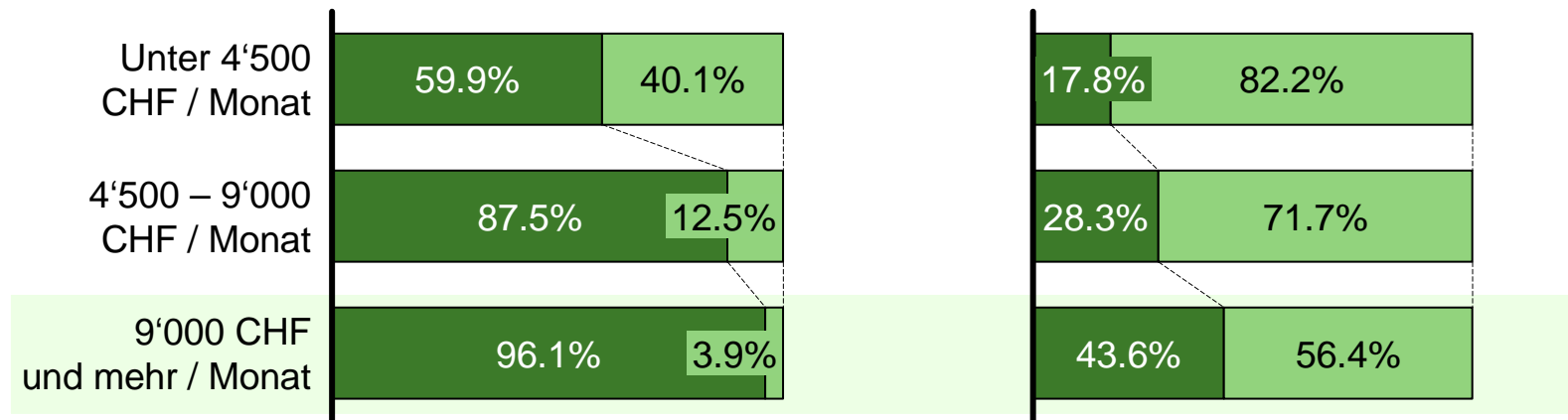


Verwendung von eCommerce bei unterschiedlichen Einkommensgruppen¹⁾

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt

Haben Sie einen Internet-Zugang, beruflich oder privat?

Haben Sie schon mal im Internet eingekauft?



Nein
Ja

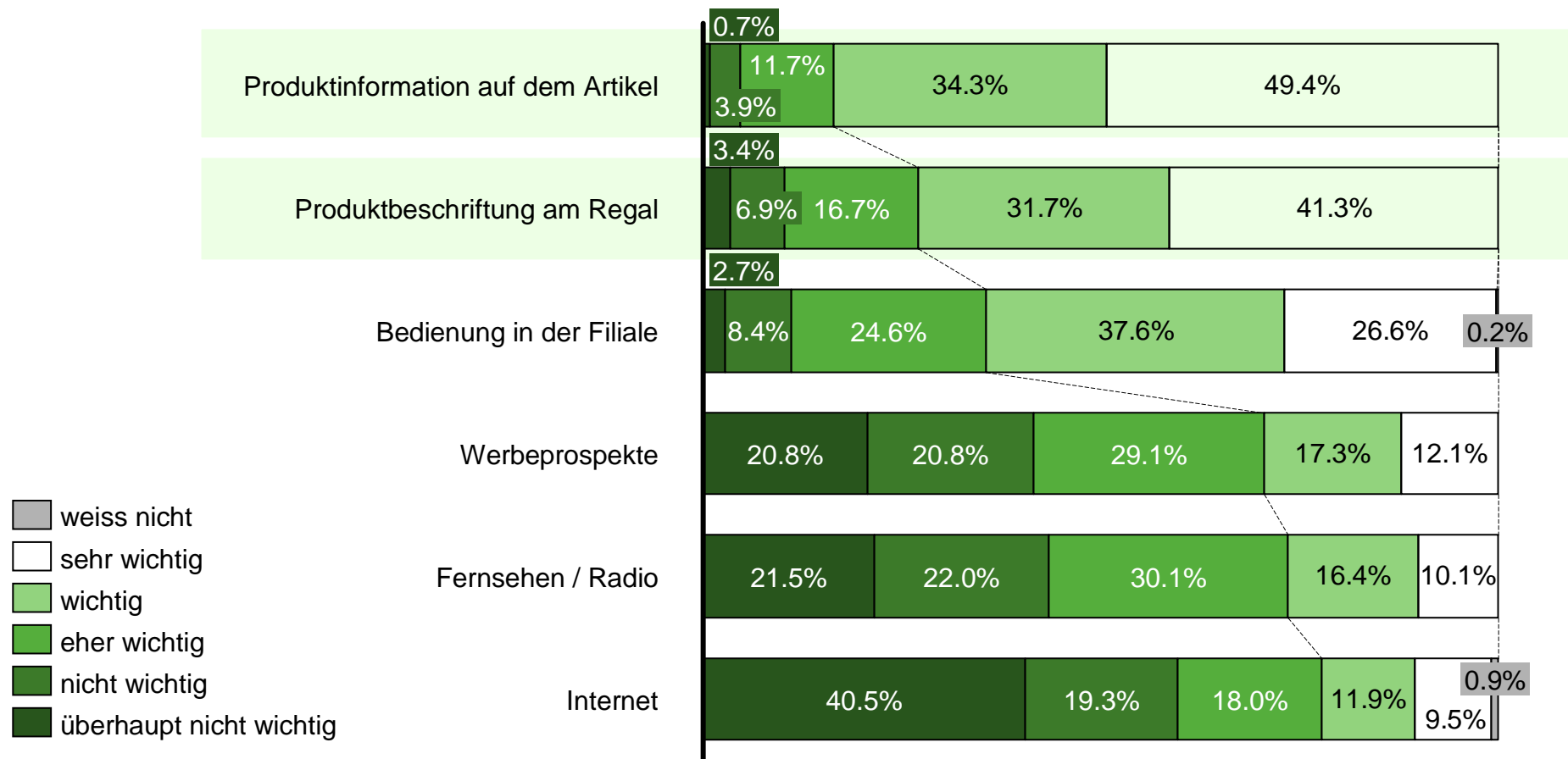
Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007

1) Summe der Befragten ergibt n=843. 158 Befragte machten diesbezüglich keine Angabe.

© 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Welche Produktinformationsquellen erachten Sie als wichtig?

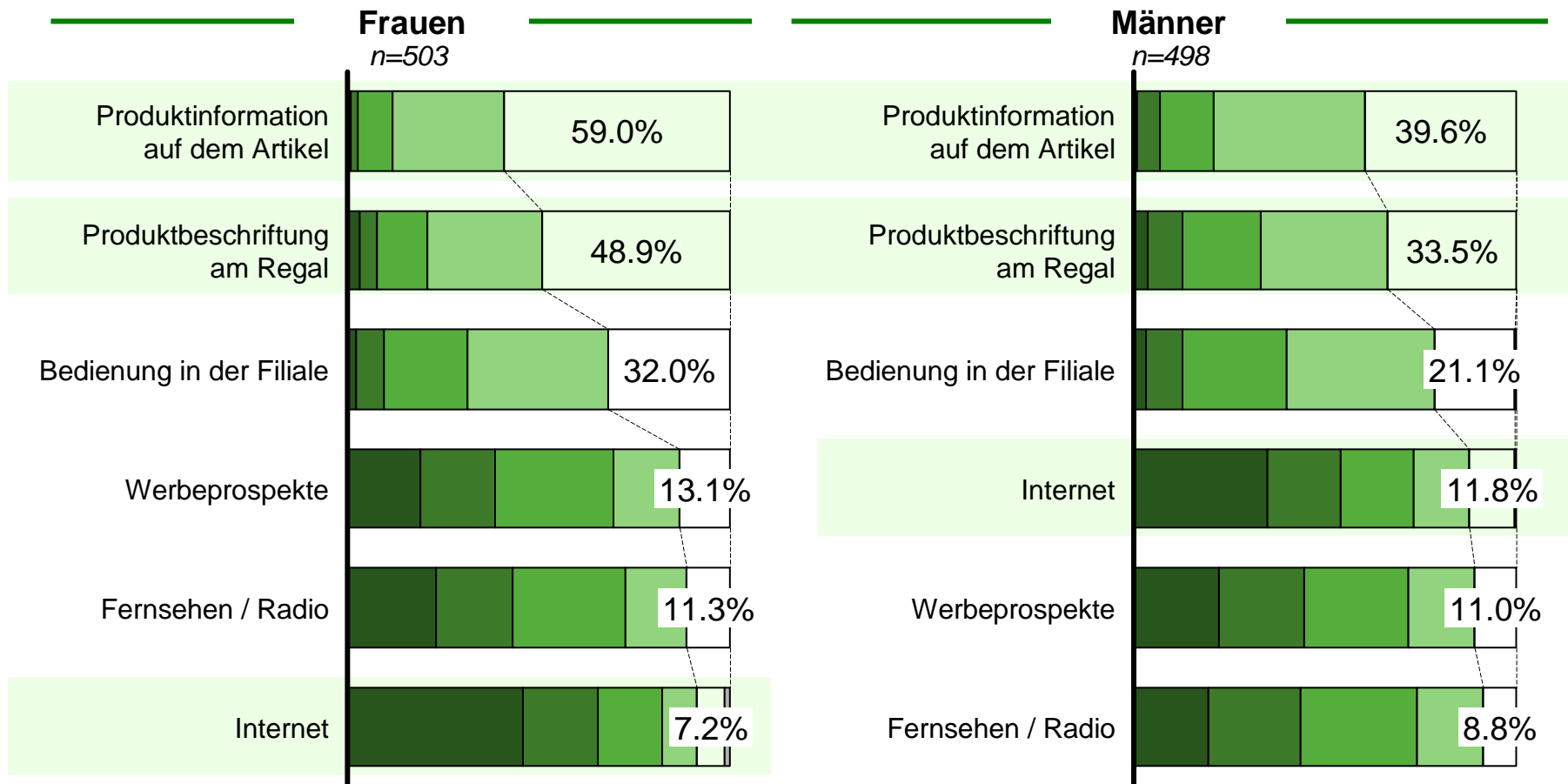
n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



1) Summe ergibt nicht 100%, da Zahlen gerundet sind
 Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007
 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.

Welche Produktinformationsquellen erachten Sie als wichtig?

n=1001, Repräsentative Umfrage für den Schweizer Markt



[hellgrün] wichtig [dunkelgrün] nicht wichtig
 [hellgrün] sehr wichtig [dunkelgrün] überhaupt nicht wichtig
 [grün] eher wichtig

Quelle: Accenture / GS1 Studie, repräsentative Konsumentenumfrage 2007 © 2007 Accenture & GS1 Switzerland - All Rights Reserved.



Accenture
Kontakte Studie
Dirk Dreisbach
dirk.dreisbach@accenture.com

Marketing & Kommunikation
Jacqueline Leichsering
j.leichsering@accenture.com

Accenture AG
Fraumünsterstrasse 16
8001 Zürich
Telefon +41 44 219 98 89
www.accenture.ch

GS1 Schweiz
Kontakt Studie
Valentin K. Wepfer
valentin.wepfer@gs1.ch

GS1 Schweiz
Länggassstrasse 21
3012 Bern
Telefon +41 58 800 70 00
www.gs1.ch