

■ Kundentreue laut GfK: Eine exklusive Untersuchung im Auftrag von REGAL

Stammkunden Hofer *vor* MPPreis

Gewaltige 33,6 Prozent der Hofer Kunden sind Stammkunden. Das heißt, diese decken zwischen 25 und 100 Prozent ihrer LEH-Ausgaben bei Hofer. Zu diesem Ergebnis kommt eine GfK-Exklusiv-Auswertung für REGAL. Grundlage ist das berühmte Haushaltspanel. Auch MPPreis hat viele Stammkunden, Billa und

Spar liegen knapp beisammen. Überraschend weit vorne rangiert Nah&Frisch, aber auch Adeg.

Die meisten Gelegenheitskunden hat mit 45 Prozent Hofer (decken 5-24% ihrer Ausgaben bei Hofer).

Aber auch Billa, Zielpunkt und Merkur mischen gut mit. Laufkunden decken weniger als 5 Prozent ihrer Ausgaben beim untersuchten Händler. ■

Gregor Schuhmayer



Chancen sehen.

30.3. - 2.4.2008
Messezentrum Salzburg

ALLES FÜR DEN

G A S T

ALL  MOUNTAIN

DIE TRENDMESSE FÜR
GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

zeitgleich

**Vin
Austria**TM

L-TEC[®]

Eine Veranstaltung der
 **Reed Exhibitions**[®]
Messe Salzburg

gastsalzburg@reedexpo.at
www.gastsalzburg.at

Erklärungen zur Studie:

- Stammkunde: Decken zwischen 25 und 100% ihrer Ausgaben beim untersuchten Händler. Besonders treue Kunden
- Gelegenheitskunde: Loyalitätsrate zwischen 5 und 24 %. Decken einen durchschnittlichen Teil ihrer Ausgaben beim untersuchten Händler
- Laufkunde: Decken weniger als 5% ihrer Ausgaben beim jeweiligen Händler

Lesebeispiel:

30,1% der Billa Kunden können als High Loyals (Stammkunden) eingestuft werden. D.h. diese Käufer decken im Schnitt zw. 25 und 100% ihrer LEH Ausgaben über Billa. 40,9% der Billa Käufer decken zw. 5% und 24% ihrer Ausgaben bei Billa und zählen somit zur Gruppe der etwas weniger treuen Kunden. Auf die Gruppe mit geringer Loyalität entfallen 29% aller Billa Käufer.



KUNDENTREUE IM LEH

REGAL EXKLUSIV

| Kette | Stammkunden (hohe Loyalität) | Gelegenheitskunden (mittl. Loyalität) | Laufkunden (geringe Loyalität) |
|-----------------------|---------------------------------|--|-----------------------------------|
| | % | % | % |
| Hofer | 33,6 | 45,0 | 21,4 |
| MPreis | 31,5 | 31,5 | 37,0 |
| Billa | 30,1 | 40,9 | 29,0 |
| Spar | 28,1 | 32,9 | 39,0 |
| Merkur | 25,7 | 33,7 | 40,6 |
| Nah&Frisch | 18,7 | 24,9 | 56,4 |
| Adeg | 17,6 | 26,7 | 55,7 |
| Interspar | 16,9 | 33,3 | 49,8 |
| Zielpunkt/Plus | 12,0 | 36,5 | 51,5 |
| Penny | 10,2 | 29,7 | 60,1 |
| Unimarkt | 8,6 | 27,2 | 64,2 |
| Lidl | 3,7 | 32,0 | 64,3 |

Quelle: GfK Haushaltspanel (2.800 Haushalte), 1-10 2007.