

Branchenreport

Drogeriemärkte

Frankfurt am Main, Juli 2003

Informationen zur Befragung

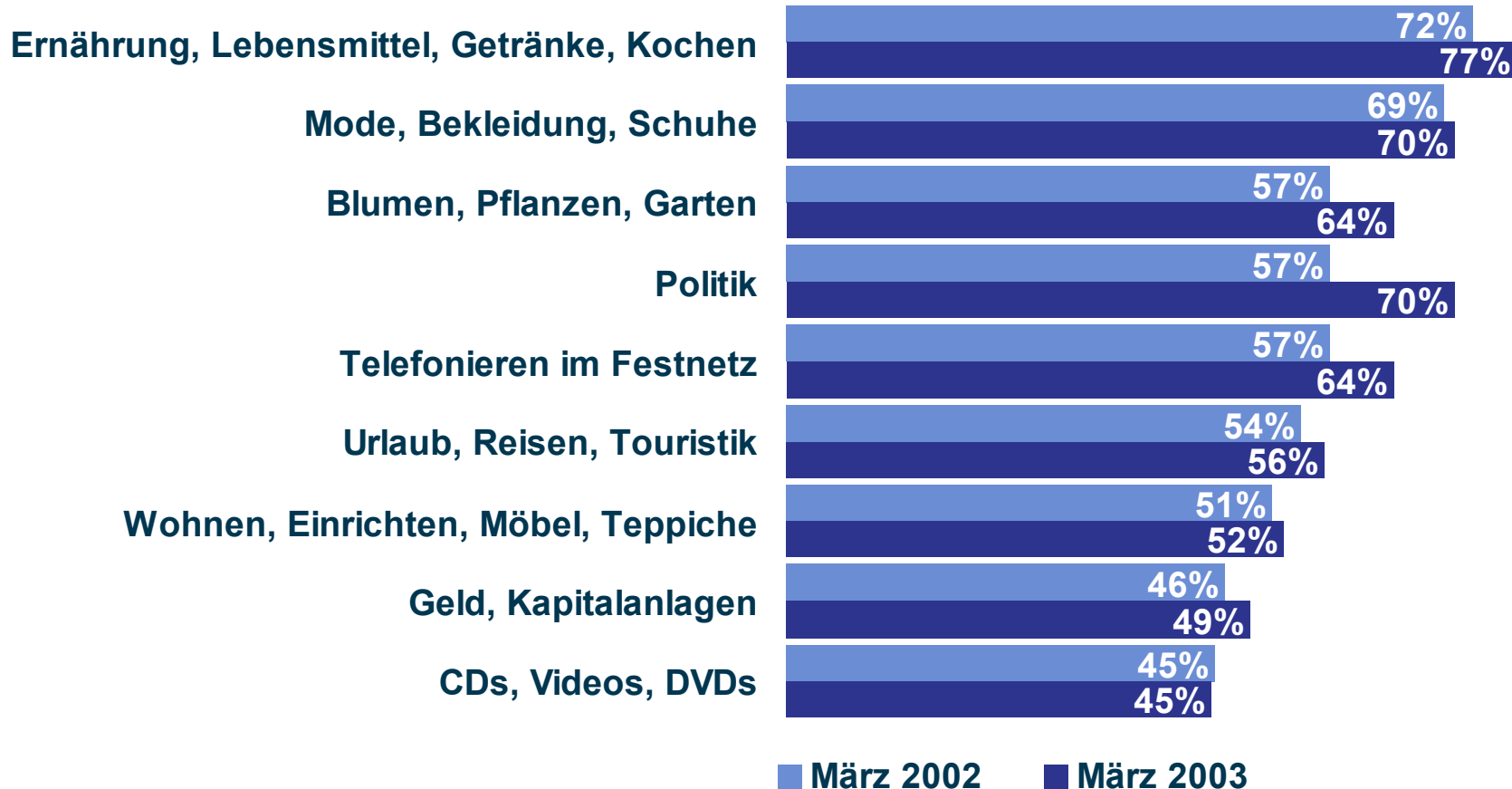
Grundgesamtheit	In Privathaushalten lebende, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland
Methode	Telefonische Befragung (CATI)
Untersuchungszeiträume	4. März bis 27. März 2002 (KW 10-13 2002) 3. März bis 26. März 2003 (KW 10-13 2003)
Stichprobe	1.403 Befragte (KW 10-13 2002) 1.401 Befragte (KW 10-13 2003)
Feldarbeit	BIK Umfrageforschung, Hamburg
Design, Fragebogen, Datenanalyse und Bericht	ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main

Ergebnisse im Überblick I

- Für den Bereich Drogeriewaren, Kosmetik und Parfüm interessieren sich unverändert etwa 40 Prozent der Bevölkerung, wobei Frauen mit 58 Prozent weit vor den Männern (27%) liegen.
- Körperpflegemittel, Hygieneartikel und Haushaltsreiniger werden in Drogeriemärkten am häufigsten gekauft. Im Gegensatz zum letzten Jahr (März 2002) ist der Absatz jedoch in allen drei Produktbereichen rückläufig.
- Von denjenigen, die sich über Angebote der Drogeriemärkte informieren, hält über die Hälfte es für sinnvoll, wenn sie sich regelmäßig über Drogeriemarktangebote in der Tageszeitung informieren kann. Bei den Produktinteressierten sind es sogar über 60 Prozent.
- Beim Einkauf in Drogeriemärkten legen die Deutschen weiterhin neben günstigen Preisen (72%) auch Wert auf die Auswahl im Geschäft (49%) und die Nähe zum Geschäft (35%).

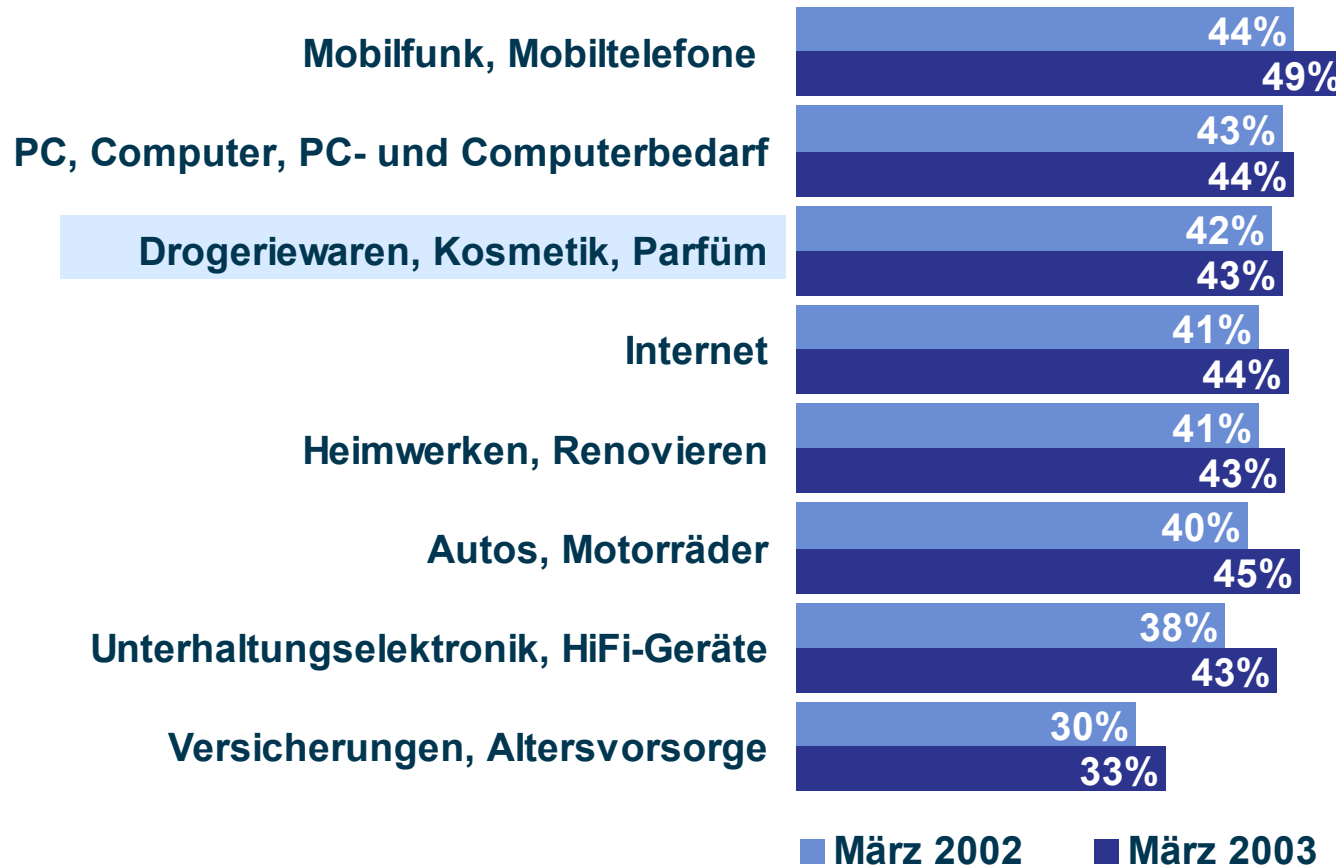
Interesse an Themengebieten I

Sehr stark interessiert, interessiert



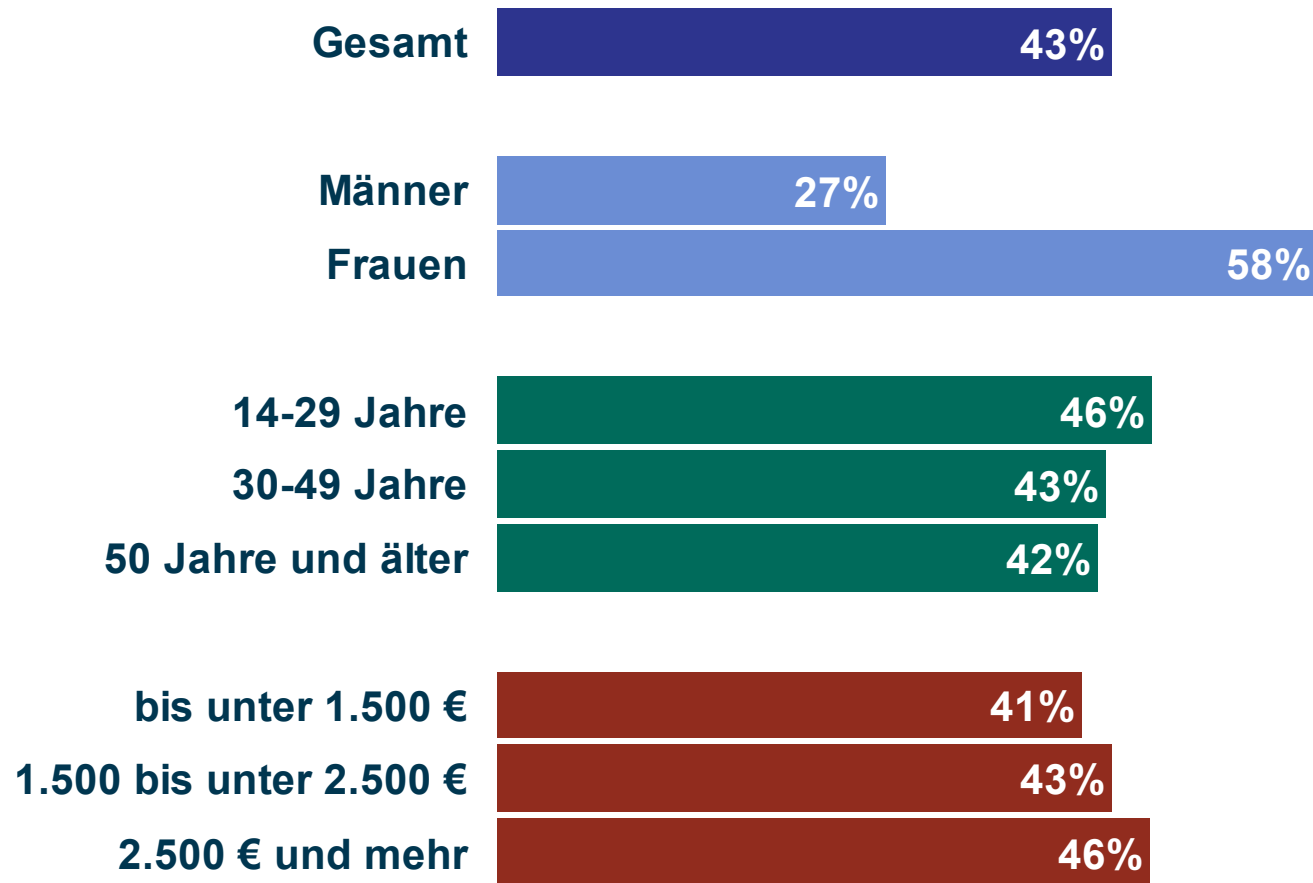
Interesse an Themengebieten II

Sehr stark interessiert, interessiert



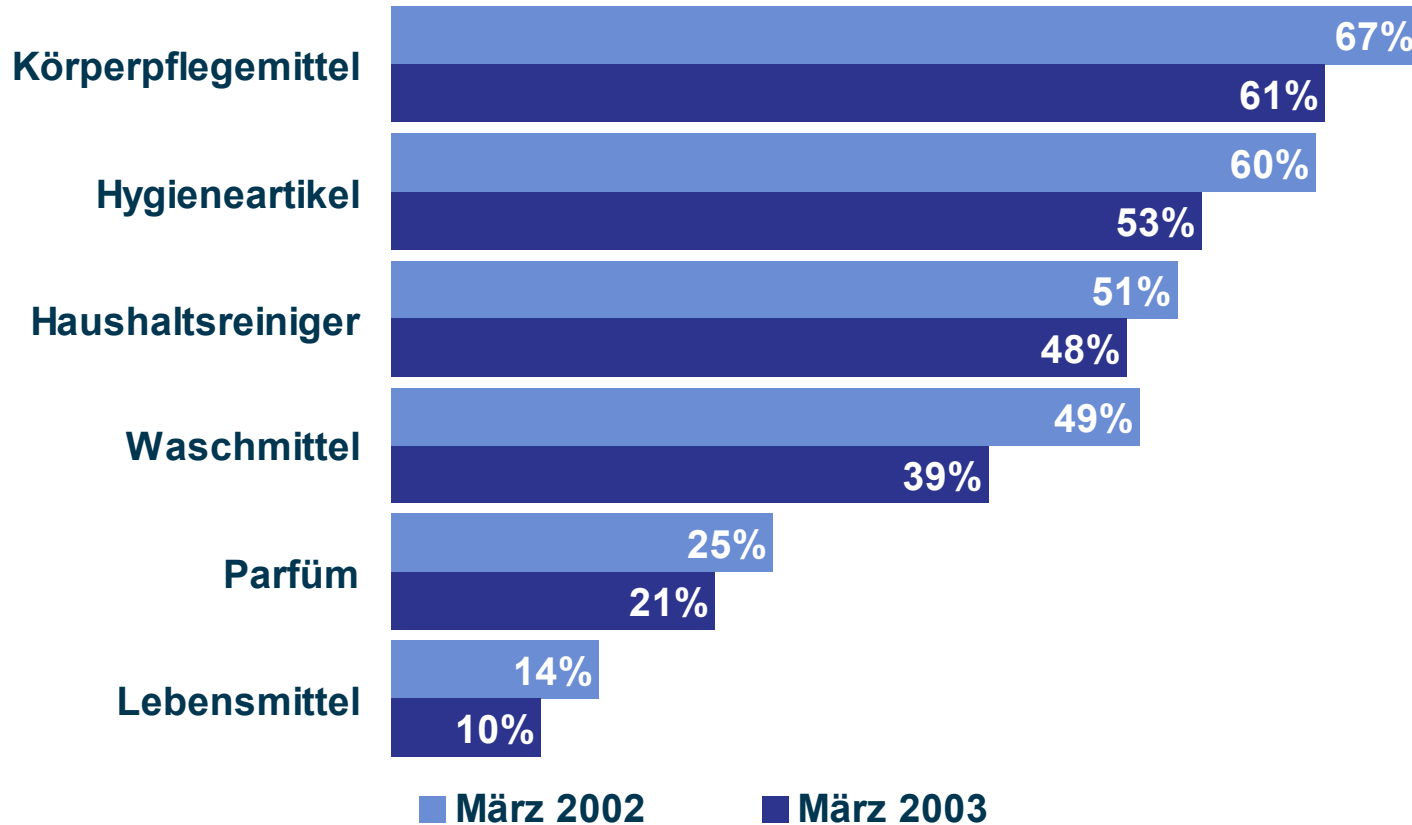
Interesse an Drogeriewaren, Kosmetik, Parfüm

Nach Soziodemographie (sehr stark interessiert, interessiert)



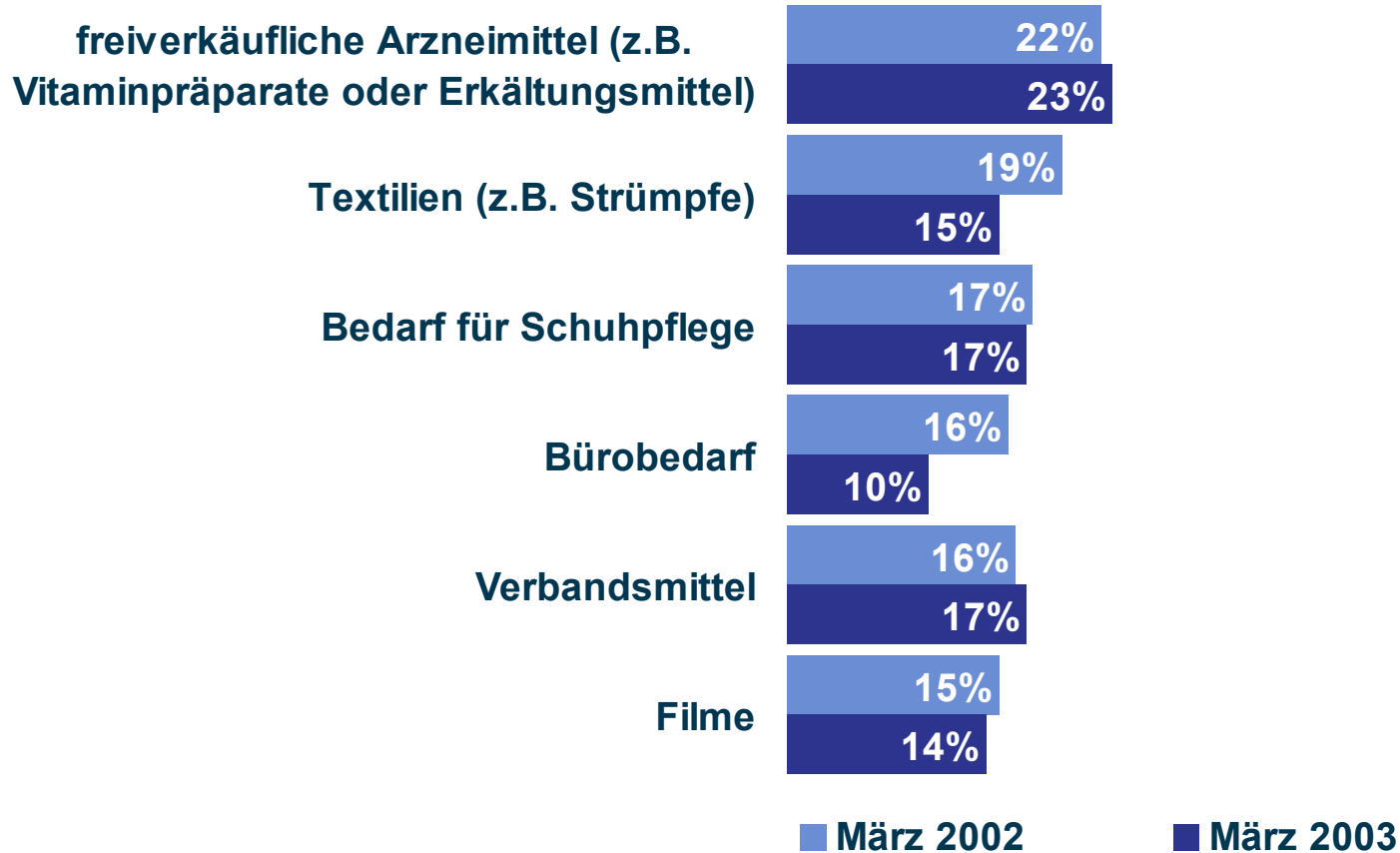
Produktwerb in Drogeriemärkten I

Ein- bis zweimal im Monat



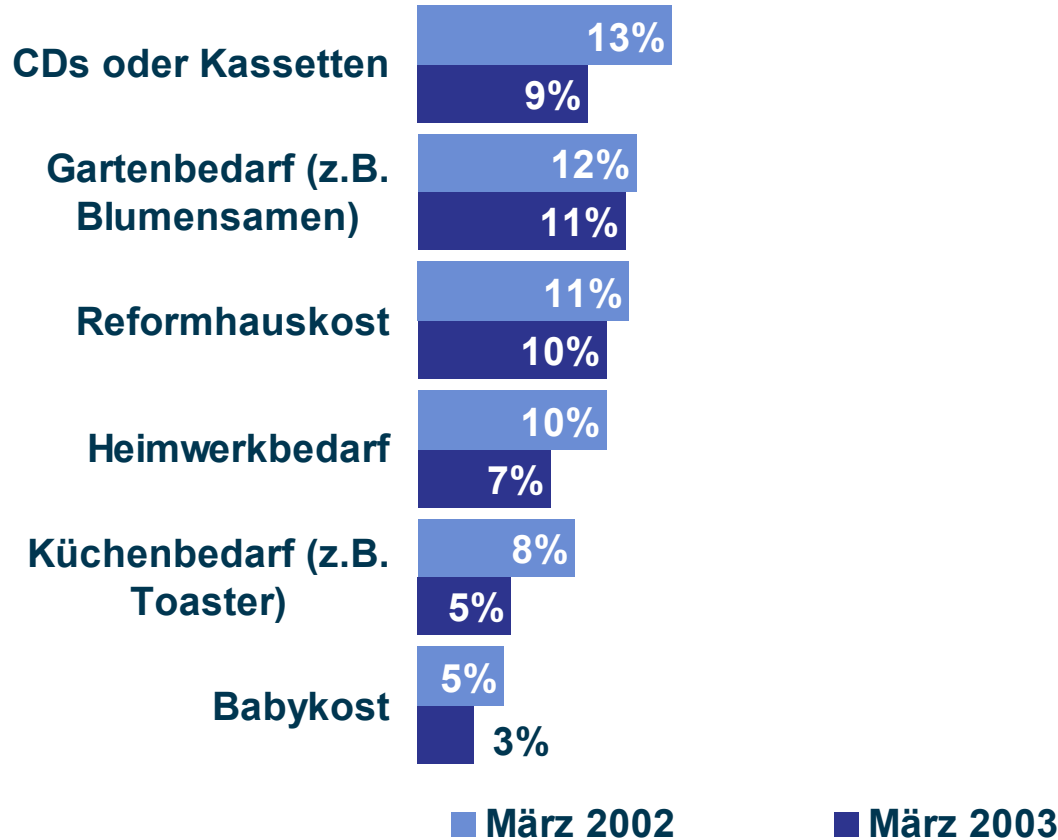
Produktwerb in Drogeriemärkten II

Ein- bis zweimal im Monat



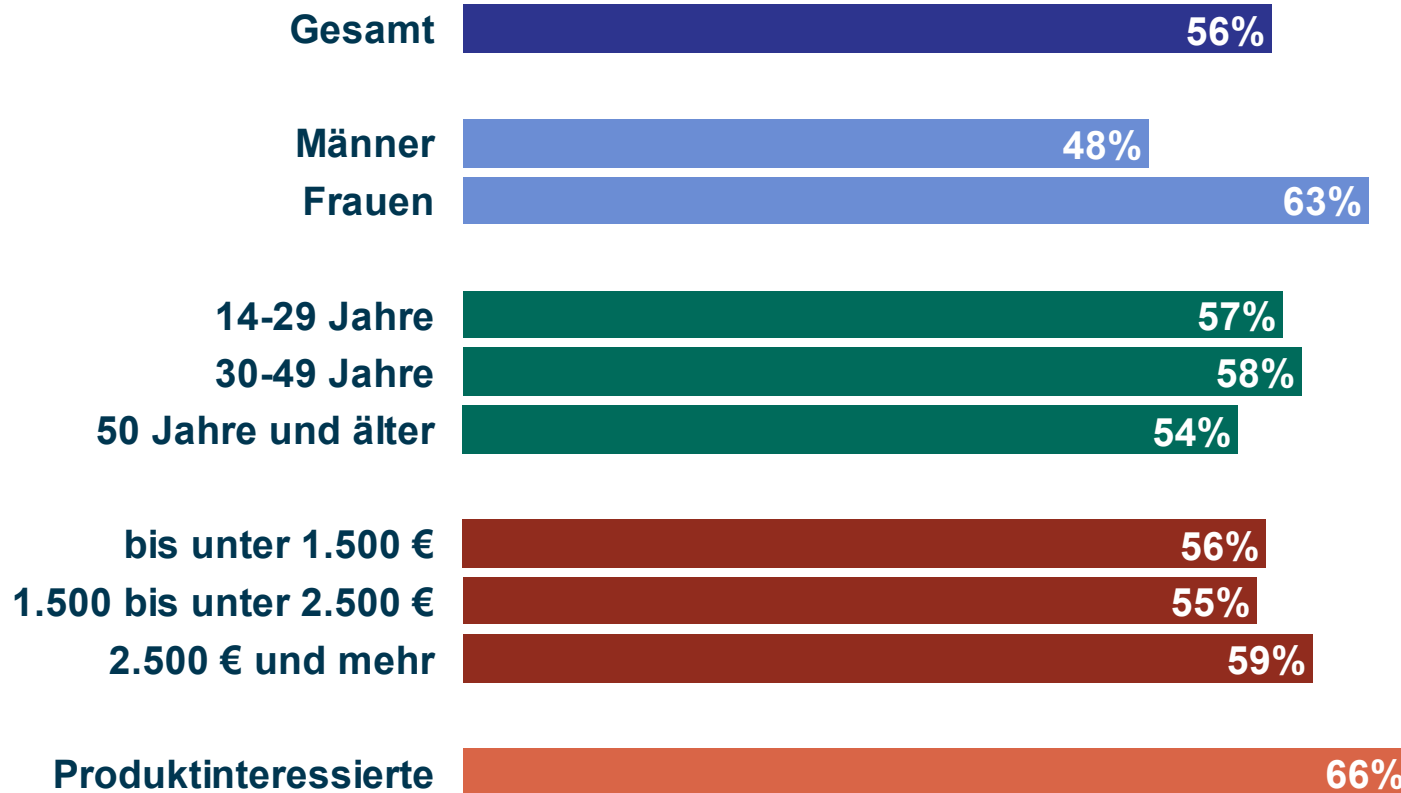
Produktwerb in Drogeriemärkten III

Ein- bis zweimal im Monat



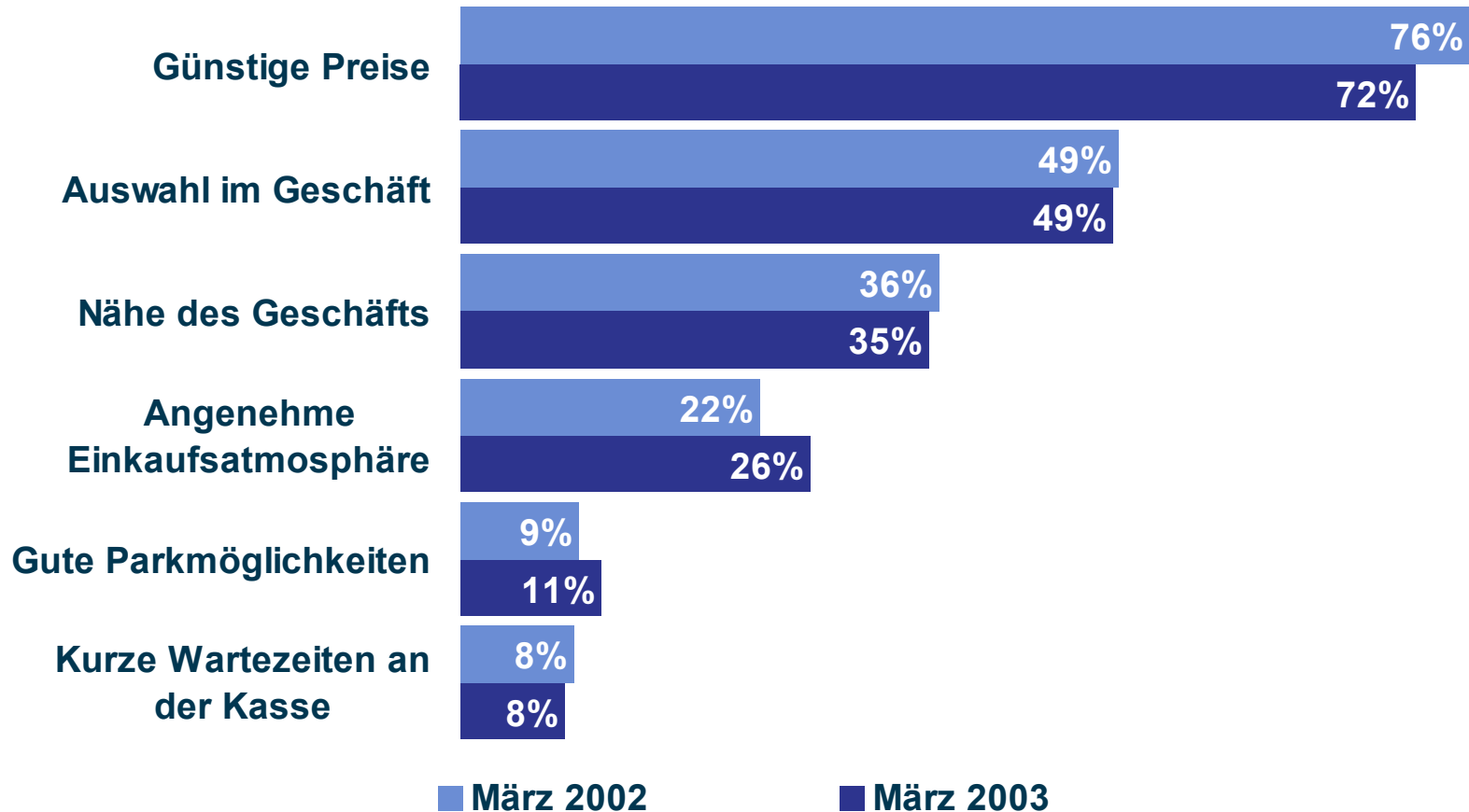
Anzeigen von Drogeriemärkten in Tageszeitungen

„Halte es für sinnvoll, wenn ich mich regelmäßig über Angebote von Drogeriemärkten in Anzeigen in der Tageszeitung informieren kann.“



Aspekte beim Einkauf in Drogeriemärkten

Im Zeitvergleich (wichtigster und zweitwichtigster Aspekt)

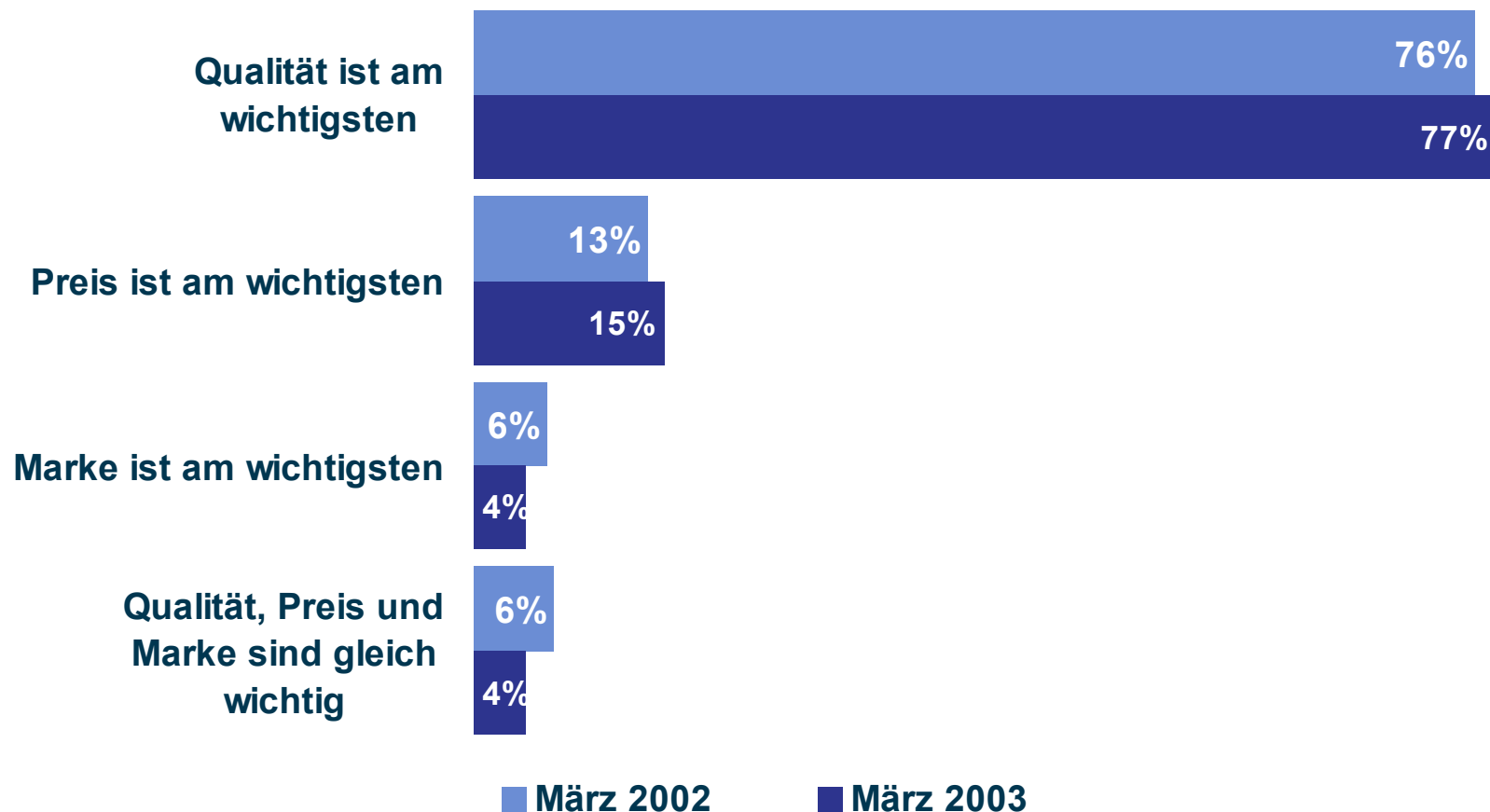


Ergebnisse im Überblick II

- Von den drei Kriterien Preis, Qualität und Marke ist Qualität unverändert das wichtigste Kriterium beim Kauf von Drogeriewaren (77%). Für 15 Prozent der Bevölkerung zählt stattdessen der Preis am meisten, bei Personen mit einem geringeren Haushalts-Nettoeinkommen sind es sogar fast 20 Prozent.
- Die Eigenmarken der Drogeriemärkte werden hinsichtlich ihrer Qualität nicht schlechter als Markenwaren beurteilt. Über die Hälfte der Bevölkerung (56%) sieht Markenwaren und Eigenmarken als qualitativ gleichwertig.
- Allerdings werden Eigenmarken nur von etwa einem Drittel der Deutschen sehr häufig bzw. häufig gekauft. Eigenmarken-Käufer der Drogeriemärkte sind vor allem die Jüngeren (38%) und die mittlere Altersgruppe (37%).
- Während in allen soziodemographischen Gruppen Rückgänge beim Kauf von Eigenmarken zu verzeichnen sind, ist dies bei den Jüngeren und den Besserverdienenden nicht der Fall.

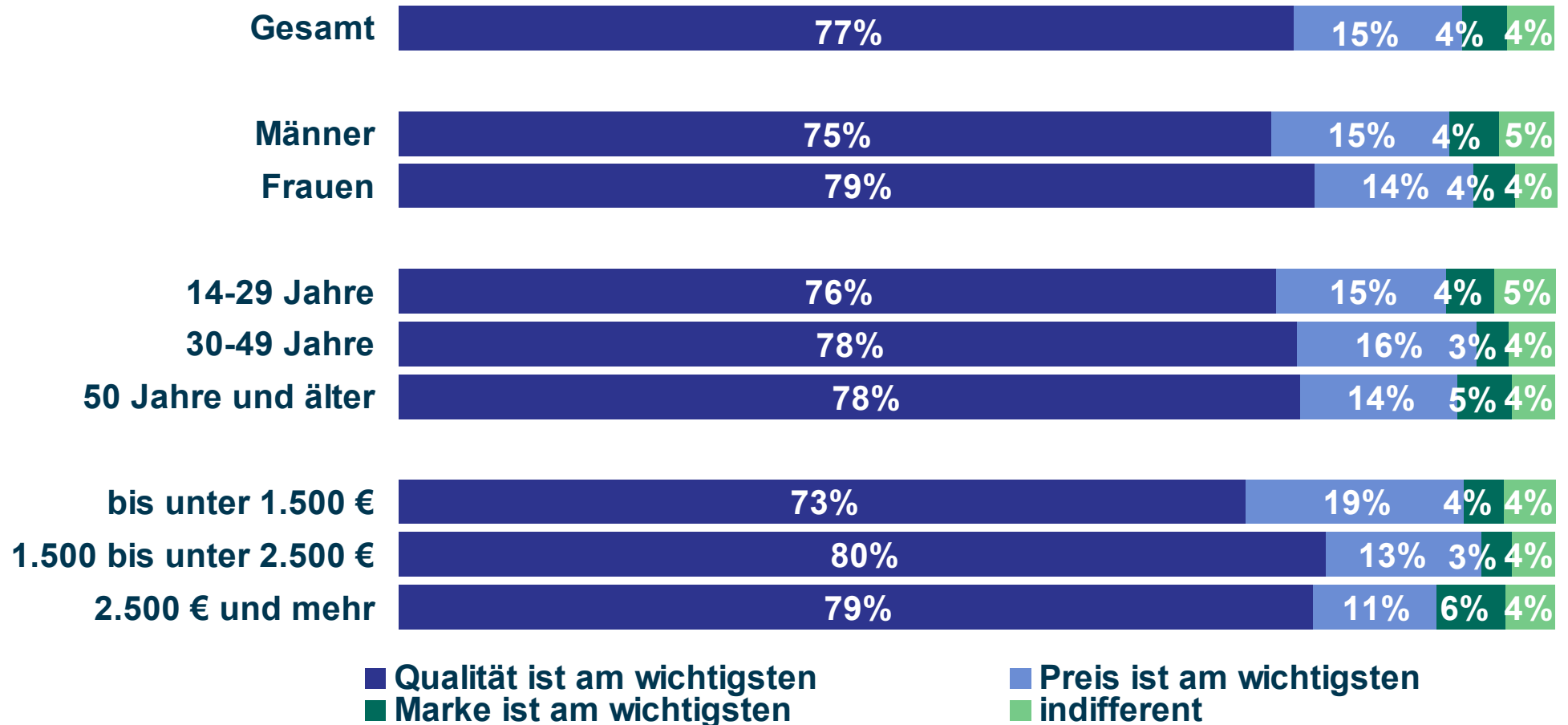
Kauf von Drogeriewaren

Vergleich von Qualität, Preis und Marke



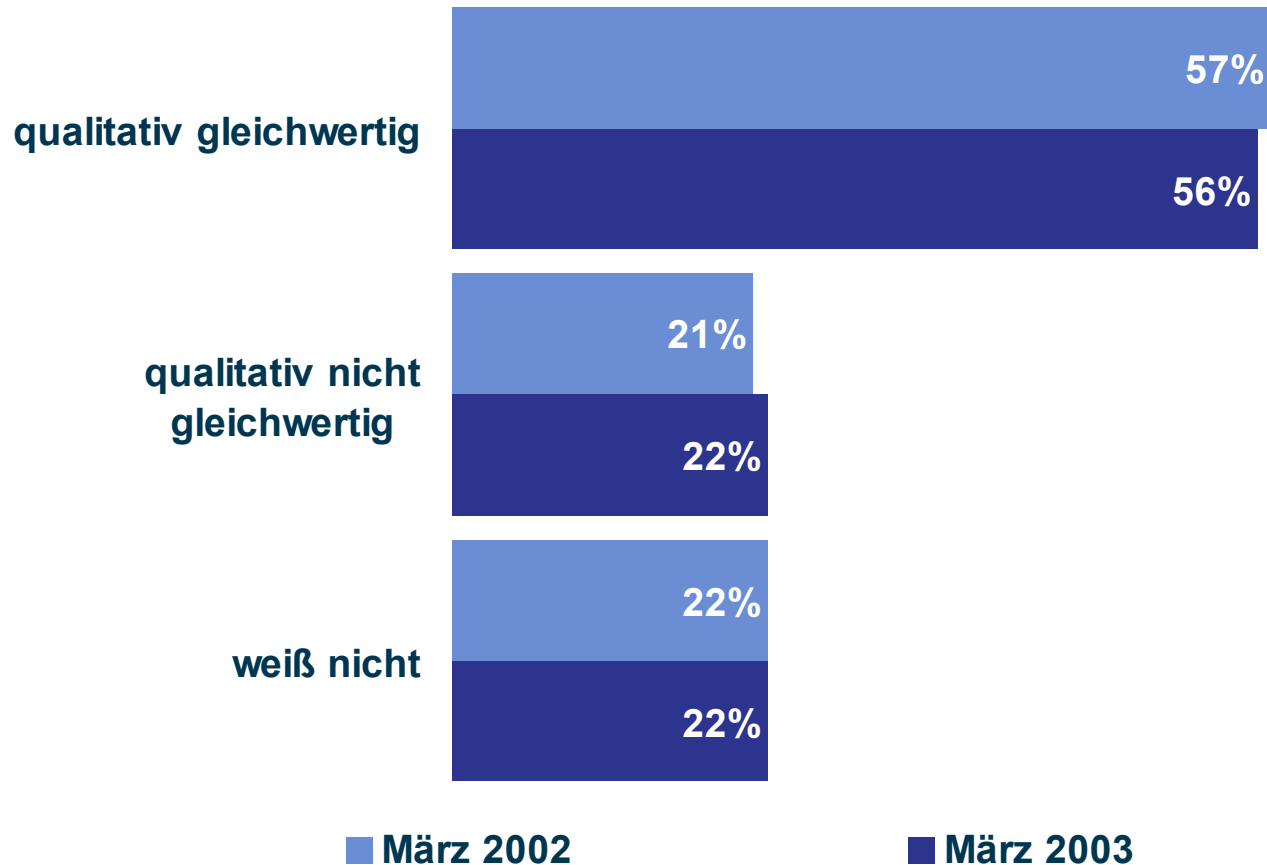
Kauf von Drogeriewaren

Vergleich von Qualität, Preis und Marke (nach Soziodemographie)



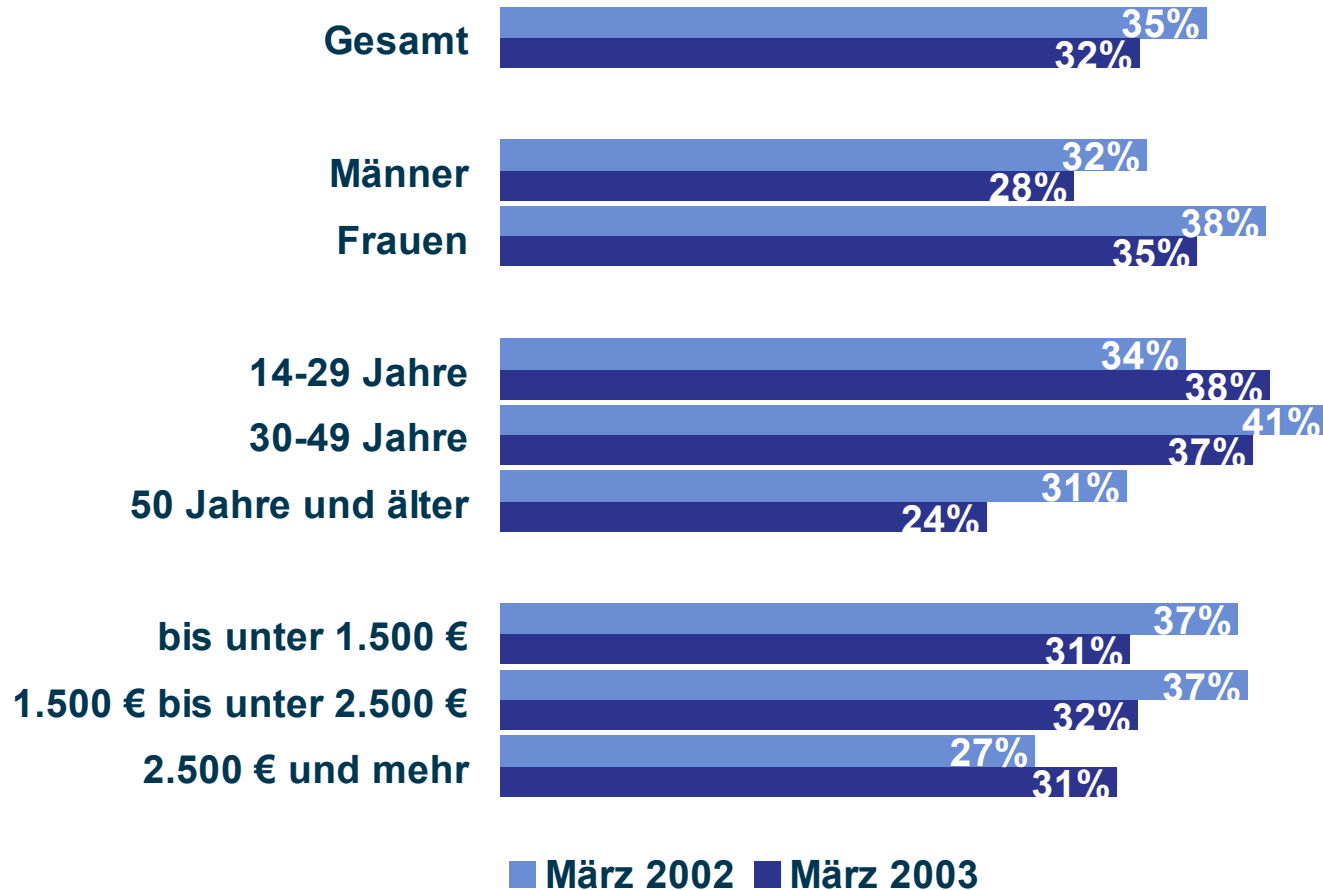
Markenwaren versus Eigenmarken bei Drogeriemärkten

Sind diese Produkte gegenüber Markenwaren qualitativ gleichwertig oder nicht?



Kauf von Eigenmarken in Drogeriemärkten

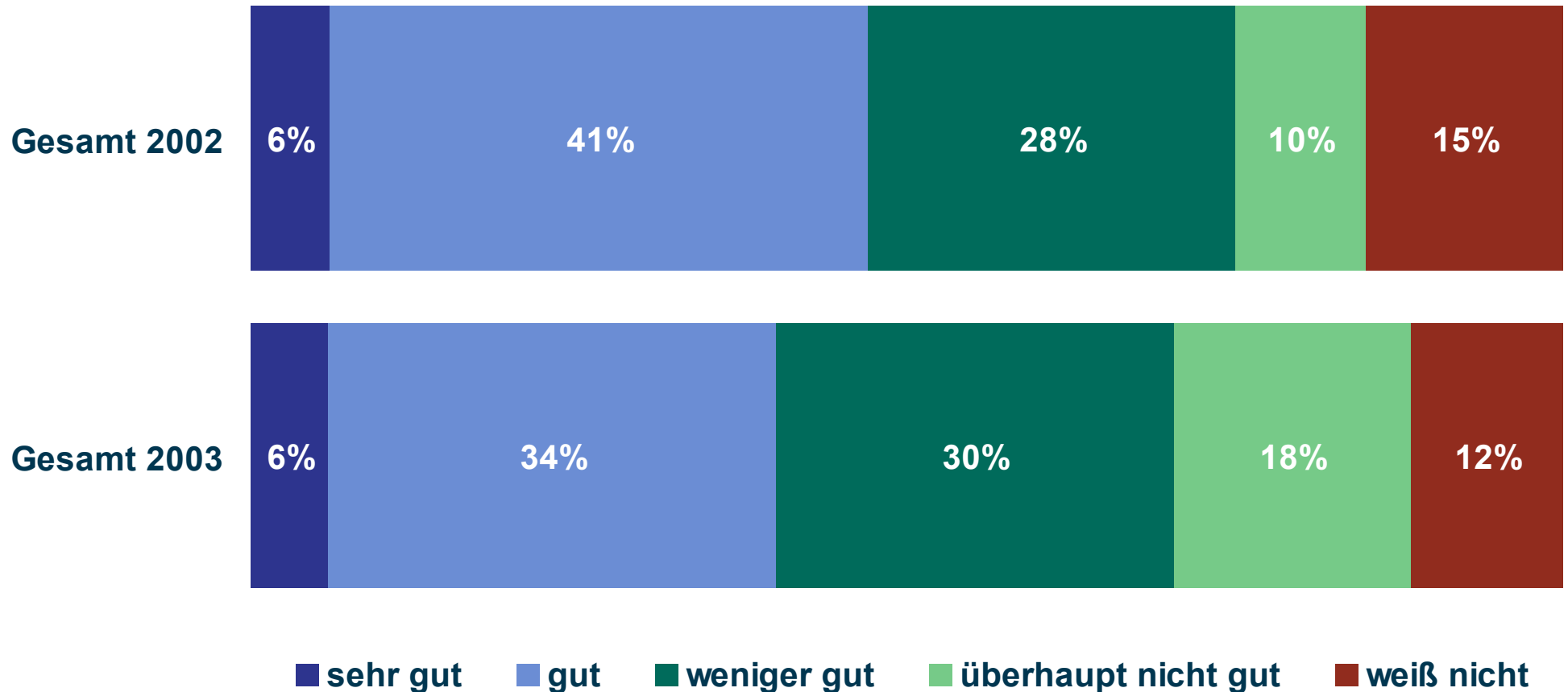
Im Zeitvergleich (sehr häufig, häufig)



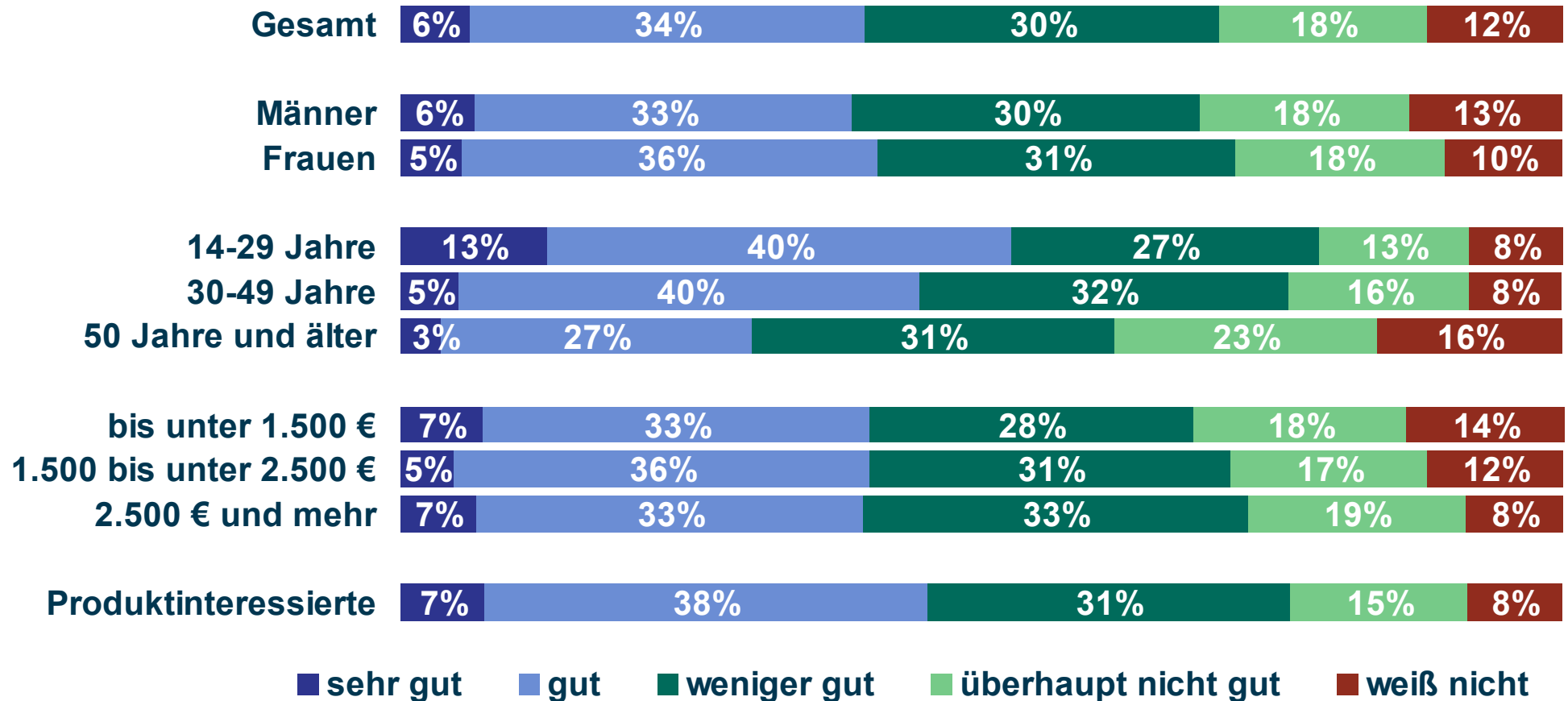
Ergebnisse im Überblick III

- Vier von zehn Deutschen (40%) begrüßen die Sortimentserweiterung der Drogeriemärkte (Verkauf von CDs und Büromaterialien etc.). Gegenüber dem Vorjahr ist jedoch der Anteil der Befürworter um 15 Prozent gesunken. Diejenigen, die einer Erweiterung des Sortiments zustimmen, sind vor allem die Jüngeren (53%).
- Im März 2003 gab der größte Teil der Bevölkerung an, dass ihre Ausgaben für Drogeriewaren im Vergleich zum Vorjahr gleich geblieben sind. Dies spiegelt sich auch in den monatlichen Ausgaben für Drogeriewaren wider. Die durchschnittlichen Monatsausgaben pro Person betragen im März 2003 rund 30 Euro und sind somit im Vergleich zum Vorjahr in etwa konstant geblieben.
- In den einzelnen soziodemographischen Gruppen sind auch nur geringfügige Abweichungen sichtbar. Außer bei den 14-29-Jährigen. Diese Altersgruppe gab im Vergleich zum Vorjahr fast zehn Euro mehr aus. Die Jüngeren sind auch diejenigen, die im Vergleich zu den anderen Altersgruppen am meisten für Drogeriewaren ausgeben.

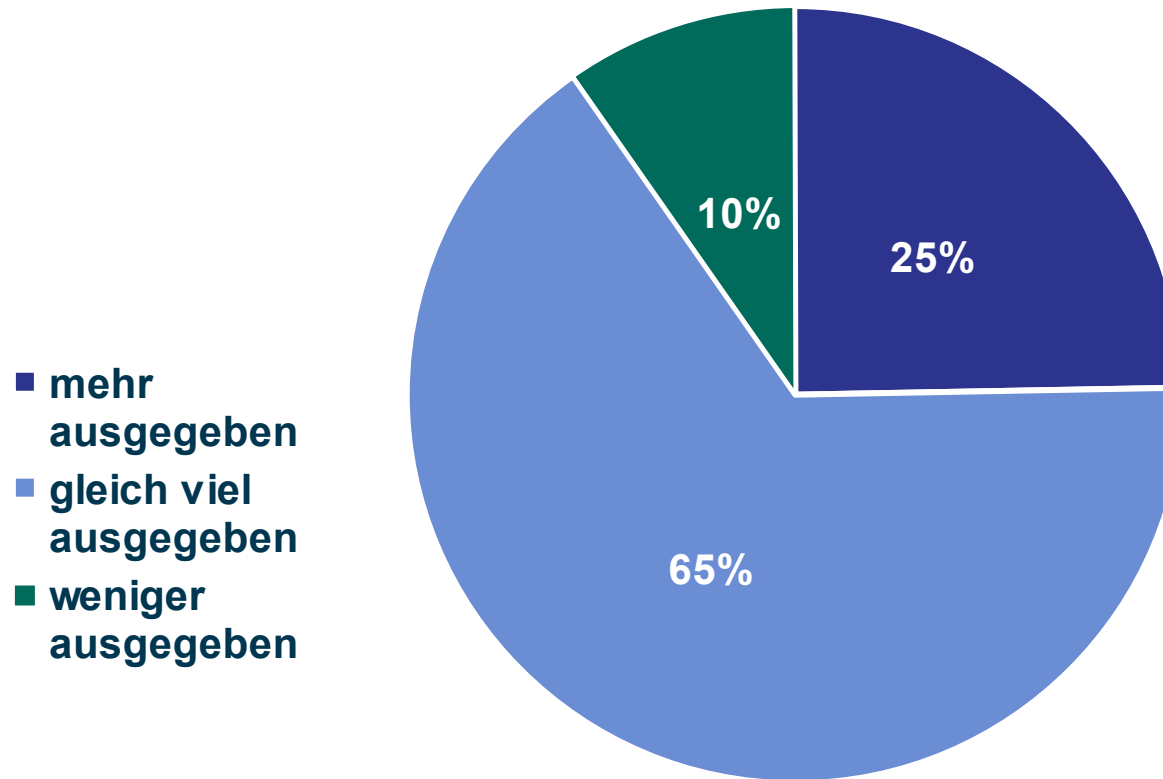
Beurteilung der Sortimentserweiterung von Drogeriemärkten (im Zeitvergleich)



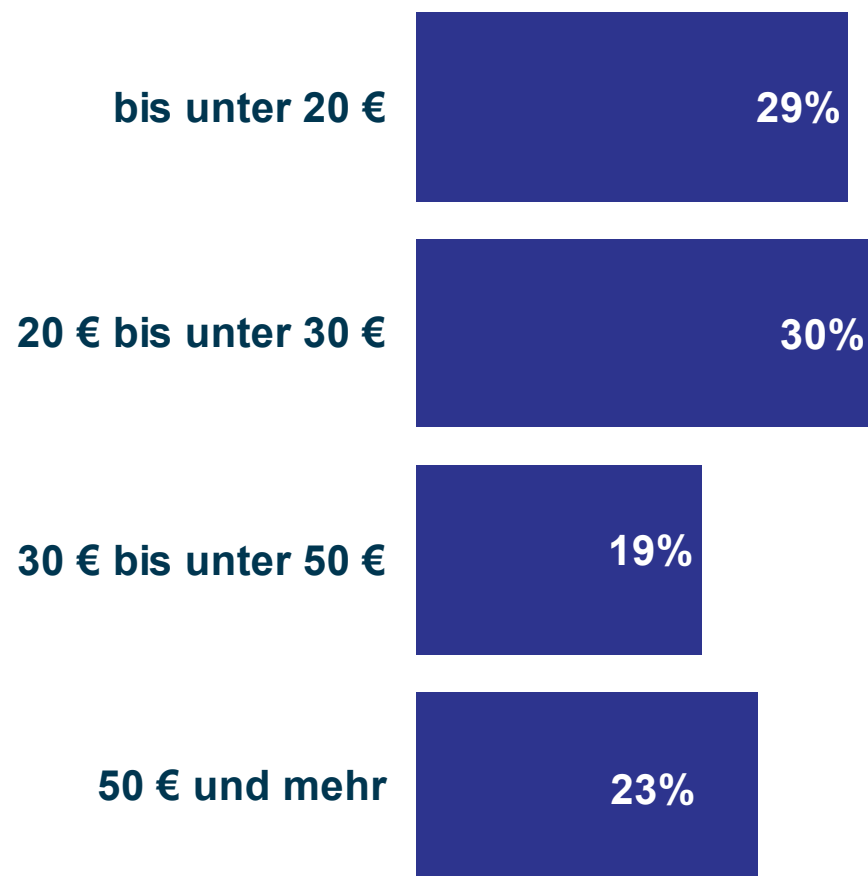
Beurteilung der Sortimentserweiterung von Drogeriemärkten (nach Soziodemographie)



Ausgaben für Drogeriewaren im Vergleich zum Vorjahr



Monatliche Ausgaben für Drogeriewaren pro Person



März 2002
 Ø monatliche Ausgaben
 pro Haushalt **33 €**

März 2003
 Ø monatliche Ausgaben
 pro Person **32 €**

Durchschnittliche Ausgaben für Drogeriewaren pro Person im Monat (nach Soziodemographie)

