



Pressemitteilung

Neue GfK-Studie

...Und wenn er aber kommt?

Der Markteintritt von LIDL in der Schweiz: Was die Schweizerinnen und Schweizer dazu meinen.

Datum
Claudia Merkel
Corporate Communications

Tel 0041 41 632 9119
Claudia.merkel@gfk.com

Hergiswil, 16.03.2009 - Die Schweizerinnen und Schweizer wissen gut über den Markteintritt von LIDL Bescheid – und es herrscht Gelassenheit: auch wenn 84% der Schweizer wissen, das LIDL kommt, geben 46% aller Befragten an, beim deutschen Discounter selbst mit Schweizer Anstrich nicht oder eher nicht einkaufen zu wollen. Dies ist ein Teil der Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung von rund 700 Schweizern aus der deutschsprachigen Schweiz im Alter von 15-74 Jahren, die das Hergiswiler Marktforschungsinstitut GfK Switzerland Mitte März 2009 durchgeführt hat.

Die Studienergebnisse in Kürze:

Häufigste Einkaufskanäle

- 84% der Deutschschweizer Haushalte wissen, dass LIDL in der Schweiz bald ihre ersten Filialen eröffnen wird. (Chart 1).
- Die Einkäufe des täglichen Bedarfs werden am häufigsten in der Migros gemacht, gefolgt von Coop. An dritter Stelle werden Denner, Dorfladen und ALDI am häufigsten genannt. (Chart 3).
- 42% der Haushalte in der deutschsprachigen Schweiz haben bei LIDL Deutschland oder Österreich bereits Lebensmittel oder Produkte des täglichen Bedarfs eingekauft.

Besuchswahrscheinlichkeit Lidl in der Schweiz

40% der Befragten würden LIDL eher besuchen, 46% eher nicht. Der Rest ist noch unentschieden. Die Hauptgründe eine ablehnende Haltung dem Discounter gegenüber sind: Die Filialen seien zu weit weg, LIDL sei ein "unsympathischer Billiganbieter" sowie der Umstand, dass man Schweizer Produkte bzw. Schweizer Läden bevorzuge (Chart 2).

Nähere Informationen zur LIDL-Studie:

Pascal Perraudin, GfK Switzerland Retail and Technology
041 632 9328 pascal.perraudin@gfk.com



Für die Agenda:

Am 30. Juni 2009 stellt Thomas Hochreutener, Detailhandelsexperte bei GfK Switzerland, Hergiswil, die Dokumentation „Detailhandel Schweiz 2009“ an der Schweizer Handelstagung in Horgen (ZH) vor. Das Detailhandelsbuch und begleitende Materialien können auf der Website von GfK Switzerland bestellt werden:

<http://www.gfk.ch/publications/pressrelease/detailhandel/index.de.html>

Hier finden sich auch jeweils die aktuellen Ergebnisse des vierteljährlich erscheinenden „Marktmonitor Schweiz“, den man abonnieren kann unter: detailhandel@gfk.com

GfK Switzerland ist mit einem Umsatz von 84,2 Millionen CHF (2007) und einem Marktanteil von 37% das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. (*)

GfK Switzerland gehört zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. 9100 MitarbeiterInnen in 115 operativen Unternehmen erwirtschaften einen Umsatz von 1,162 Milliarden Euro. Damit gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

(*)gemäss VSMS-Branchenstatistik

GfK Switzerland AG
Obermattweg 9
6052 Hergiswil

Tel +41 (0)41/632-9111
Fax +41 (0)41/632-9123
www.gfk.ch · www.gfk.com
info.ch@gfk.com

Mit dem Forschungsinstitut
der GfM Schweizerischen
Gesellschaft für Marketing

Mitglied vsms swiss interview
institute®