



GfK Living

Consumer Tracking 2010

GfK-Living.de

# GfK OwnershipMonitor international 2010

Erhebung zur Ausstattung privater Haushalte mit  
Gebrauchsgütern rund um Haus und Garten  
in zentralen west- und osteuropäischen Ländern



Auswahl

# [Der GfK OwnershipMonitor]

Für den Markterfolg eines Unternehmens ist grundlegendes Wissen über den relevanten Markt und die **zentralen Rahmenbedingungen** unerlässlich.

Fundierte Entscheidungen erfordern dabei eine ganzheitliche Marktsicht, die neben Indikatoren wie z.B. die Marktgröße auch den Endverbraucher einbeziehen muss.

Der **GfK OwnershipMonitor** liefert Ihnen diese für Ihre Entscheidungen notwendigen zentralen Informationen.

In repräsentativen Stichprobe berichten Privathaushalte in den für Sie relevanten west- und osteuropäischen Ländern über ihre **Ausstattung mit Gebrauchsgütern** rund um Haus und Garten.

Mit dem **GfK OwnershipMonitor** erhalten Sie damit wertvolle Informationen zur Marktsättigung bzw. zum Ausstattungsgrad, zu den Marken im Bestand, dem Alter der Geräte, Einkaufsstätten, Nutzungshäufigkeiten und zur soziodemographischen Struktur der Besitzerhaushalte bzw. Ihrer (potenziellen) Kunden in Europa.

Der **GfK OwnershipMonitor** liefert empirisch fundierte Antworten auf die unterschiedlichsten Fragestellungen von Marketing, Produktentwicklung und Vertrieb.



## [Ihr Nutzen]

- ✓ Grundlegende Kenntnisse über die Marktsättigungen in den für Sie relevanten Ländern
- ✓ Zuverlässige Einschätzung der Marktpotenziale und Identifizierung von Wachstumsbereichen durch Dokumentation des Ausstattungsgrades Ihrer (potenziellen) Kunden
- ✓ Identifikation und Beschreibung von Zielgruppen zur gezielten Ausrichtung Ihrer Marketingaktivitäten
- ✓ Einheitliche Marktinformationen über alle für Sie relevanten Länder für die Entwicklung länderübergreifender Marketingstrategien
- ✓ Marktübergreifende Informationen über die Ausstattung der Haushalte mit Gebrauchsgütern rund um Haus und Garten zur grundsätzlichen Einschätzung der Konsumentenbedürfnisse
- ✓ Möglichkeit von Sonderanalysen (z.B. Zielgruppenanalysen) oder nachgelagerter ad hoc-Einfragen (z.B. Heavy-User-Befragungen) zur Beantwortung individueller Fragestellungen
- ✓ Möglichkeit - trotz finanziell attraktiverem Multiclient-Ansatz – individuelle Fragen zum Thema Haus & Garten exklusiv beantworten zu lassen (Omnibusoption)



# [Das Studiendesign]

## Basis

Repräsentativ ausgewählte  
Privathaushalte des jeweiligen Landes

## Zielgruppe

Haushaltsführende Personen

## Feldzeit

Juli 2010  
(Folgestudie im Januar 2011 geplant)

## Märkte (Auswahl)

Elektrogroßgeräte (Weiße Ware)  
Elektrokleingeräte  
(z.B. Kaffee-/Espressovollautomaten,  
Staubsauger, Elektr. Herrenrasierer,  
Elektr. Zahnbürsten)  
Power Tools (z.B. Bohrmaschinen)  
Gartengeräte/ -werkzeuge  
(z.B. Rasenmäher, Motorsägen,  
Bewässerung)  
Sanitärprodukte  
(z.B. Badewannen, Armaturen)  
Heiz- und Klimageräte

# [Märkte und Kategorien I]

Potenziell beobachtete Märkte aus den Bereichen..

## Elektrogroßgeräte

- ⇒ Waschmaschinen
- ⇒ Wäschetrockner
- ⇒ Geschirrspüler
- ⇒ Kühlschränke/ Kühl-Gefrierkombinationen
- ⇒ Gefriertruhen/ -schränke
- ⇒ Herde/ Backöfen/ Kochfelder (Elektro/ Gas)
- ⇒ Dunstabzugshauben
- ⇒ Mikrowellengeräte
- ⇒ etc.

## Elektrokleingeräte

- ⇒ Kaffeemaschinen/ Kaffee/-Espresso-Vollautomaten
- ⇒ Staubsauger
- ⇒ Herrenrasierer
- ⇒ Damenrasierer/ Epilierer
- ⇒ Elektrische Zahnbürsten
- ⇒ etc.

## PowerTools

- ⇒ Bohrmaschinen
- ⇒ Bohrschrauber
- ⇒ etc.

➔ Darüber hinaus nehmen wir gerne weitere für Sie interessante Kategorien in die Erhebung auf.



# [Märkte und Kategorien II]

Potenziell beobachtete Märkte aus den Bereichen..

## Gartengeräte/ -werkzeuge

- ⇒ Rasenmäher
- ⇒ Motorsägen
- ⇒ Bewässerungsanlagen
- ⇒ Äxte und Beile
- ⇒ etc.

## Sanitärprodukte

- ⇒ Badewannen
- ⇒ Armaturen
- ⇒ etc.

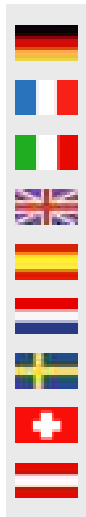
## Heiz- und Klimageräte

- ⇒ Öl- und Gasheizkessel
- ⇒ Festbrennstoffkessel (z.B. Pellets)
- ⇒ Solaranlagen (zur Warmwasserbereitung)
- ⇒ Photovoltaikanlagen (zur Stromerzeugung)
- ⇒ Wärmepumpe/ Geothermie-Anlagen
- ⇒ Fußbodenheizungen
- ⇒ Kachelofen / Heizkamin / Kaminofen etc.
- ⇒ Klimagerät/-anlagen
- ⇒ etc.

➔ Darüber hinaus nehmen wir gerne weitere für Sie interessante Kategorien in die Erhebung auf.



# [Länder und Stichprobengrößen]



## Westeuropa

→ Repräsentative Stichproben n= 5000 je Land

Deutschland	Frankreich	Italien
England	Spanien	Holland
Schweden	Schweiz	Österreich

⇒ Weitere Länder berücksichtigen wir gerne auf Anfrage



## Osteuropa

→ Repräsentative Stichprobe n= 2000 je Land (RUS n=5000)

Tschechien	Ungarn	Polen
Slowakei	Russland	Bulgarien
Kroatien	Rumänien	Ukraine

⇒ Weitere Länder berücksichtigen wir gerne auf Anfrage

# [Zentrale Fragestellungen]

## 1. Marktvolumen & Marktpotenzial

- ⇒ Wie hoch ist die Besitzerreichweite der für Sie relevanten Produkte in den einzelnen Ländern und welches Potenzial resultiert daraus für Ihr Unternehmen?
- ⇒ Wie groß ist das Marktvolumen (Menge und Wert) der für Sie relevanten Warengruppen im jeweiligen Land 2009 bis Juni 2010?
- ⇒ Wie alt sind die in den Haushalten vorhandenen Geräte und welches Ersatzkaufpotenzial lässt sich daraus für Sie ableiten?
- ⇒ etc.

## 2. Marktstrukturen & Marktanteile

- ⇒ Wie hoch ist der Marktanteil einzelner Marken in den für Sie relevanten Warengruppen (getrennt nach Besitz und Kauf)?
- ⇒ Wie verteilen sich 100% des Marktvolumens 2009 bis Juni 2010 auf die einzelnen Preissegmente?
- ⇒ Welche Vertriebskanäle dominieren den für Sie relevanten Markt im jeweiligen Land und wie können Sie sich hier jeweils positionieren?
- ⇒ Welche Markenüberschneidungen finden sich in den Haushalten?
- ⇒ etc.

## 3. Zielgruppen & Usage

- ⇒ Wer sind die für Sie relevanten Besitzer und Käufer (2009 bis Juni 2010) im jeweiligen Land (soziodemographisches Profil)?
- ⇒ Unterscheiden sich die Besitzerhaushalte Ihrer Marke von den Besitzern und Käufern Ihrer Wettbewerber (ausweisbar für die Top-Marken im jeweiligen Land)?
- ⇒ Wie häufig werden die Geräte genutzt (Nutzungsfrequenz)?
- ⇒ etc.



# [Unsere Leistung]

## 1. Konzeptionsphase

- ⇒ Strukturierung Ihres Informationsbedarfs
- ⇒ Entwicklung des Erhebungskonzeptes (relevante Länder, Kategorien)
- ⇒ Erstellung eines maßgeschneiderten Angebots auf Basis Ihres Informationsbedarfs
- ⇒ Fragebogenentwicklung und Anpassung je Land



## 2. Erhebungsphase / Feldarbeit



## 3. Auswertungsphase

- ⇒ Datenerfassung / Vercodung
- ⇒ Qualitätskontrolle
- ⇒ Hochrechnung
- ⇒ Erstellung detaillierter Reports im Excel-Format, getrennt nach Kategorien und Ländern



## 4. Interpretations- und Präsentationsphase

- ⇒ Aufbereitung der Marktberichte mit den wesentlichen Ergebnissen in grafischer Form
- ⇒ Optional: Management-Summary und/ oder persönliche Präsentation der Ergebnisse

# [Ihre Investition]

Der **GfK OwnershipMonitor** ist als Multi-Client Studie konzipiert und bietet Ihnen damit das bestmögliche Preis-Leistungsverhältnis.

In der Konzeptionsphase dieser Studie ermitteln wir den Informationsbedarf unserer Kunden und legen das endgültige Erhebungskonzept (relevante Länder und Kategorien) fest.

Auf dieser Basis erstellen wir Ihnen ein maßgeschneidertes Angebot mit der von Ihnen zu leistenden Investition je Kategorie und Land.

Zur ersten Orientierung finden Sie nachfolgend ein Investitionsbeispiel:

⇒ Ein Marktbericht über 1 Kategorie in 1 westeuropäischen Land wird ca. 6.500 Euro (net) kosten

## Nächste Schritte:

- ⇒ Bitte füllen Sie das Faxformular auf der nachfolgenden Seite aus und schicken es an uns zurück.
- ⇒ Wir erstellen Ihnen daraufhin unverbindlich bis voraussichtlich Ende April/Anfang Mai ein auf Ihren Informationsbedarf zugeschnittenes Angebot.
- ⇒ Nach Ihrer verbindlichen Zusage werden Sie spätestens ab November von den Ergebnissen dieser Studie profitieren.



# [Ihre Faxantwort]



Bitte faxen an:	0049-(0)911-395-5-4403	oder
E-Mail an:	sabine.fruehwald@gfk.com	

Ihre Anschrift:

Firma .....

Ihr Name .....

e-Mail-Adresse .....

Tel. Nummer .....

Nachfolgende Kategorien sind für mich interessant:

(Bitte eintragen)

.....  
.....  
.....  
.....

Nachfolgende Länder sind für mich interessant:

Bitte ankreuzen

Bitte ankreuzen

Germany

Czech Republic

France

Hungary

Italy

Poland

Great Britain

Slovakia

Spain

Russia

The Netherlands

Bulgaria

Sweden

Croatia

Switzerland

Romania

Austria

Ukraine

} Zusätzliche  
Länder

Wir schicken Ihnen gerne unverbindlich ein Angebot!

The GfK logo consists of the letters 'GfK' in a white, sans-serif font, centered within a solid orange square.

GfK Living

Als persönlicher Ansprechpartner  
steht Ihnen zur Verfügung:

Sabine Frühwald  
Senior Research Consultant  
Telefon: +49(0)911-395-4403  
Fax: +49(0)911-395-5-4403  
[sabine.fruehwald@gfk.com](mailto:sabine.fruehwald@gfk.com)  
[www.gfk-living.de](http://www.gfk-living.de)

Adresse

GfK SE  
Panel Services / GfK Living  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg