



ANGEBOT STRUKTURANALYSE ELEKTRO - FACHHANDEL 2007

Eine Ausarbeitung von **GfK Austria GmbH / Abt. Retail and Technology**, Ungargasse 37, 1030 Wien
Wien

November 2007



GfK

ELEKTRO-FACHHANDEL Österreich

2007

2

1. Ziel und Zweck / Definition:

Die Marktuntersuchung STRUKTURANALYSE im EL-FH 2007 ist eine wissenschaftliche Untersuchung des Elektromarktes in Österreich. Abgefragt wird ausschließlich der Elektro-Fachhandel, dessen wichtigste Kennzahlen dargestellt werden.

Der EL-FH definiert sich dabei als Handelsunternehmen, deren überwiegender (mehr als 50%) Sortimentsschwerpunkt der Verkauf von Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte, Tonträgern, Produkte aus den Bereichen Telekommunikation und Informationstechnologie, sowie elektrotechnisches Material, Lampen, Leuchten usw. ist.

Ausgeschlossen sind reine Installationsbetriebe, Telekomspezialisten, Küchenstudios, Hausrat-/Eisenwarenspezialisten.

* Definitionen Absatzkanäle:

Unabhängige Händler/Independents:	Unabhängige Geschäfte, die nicht Mitglied einer Einkaufskooperation sind
Kooperierte Händler/Buying Groups:	Mitglieder einer Einkaufsorganisation
Ketten/Fachmärkte/Chains:	Mitglieder einer Filialkette/Zentral gesteuert

2. Studiendesign

- 2.1. Zielgruppe:** Unabhängige/Kooperierte/Ketten - Besitzer, Geschäftsführer oder leitender Angestellter
- 2.2. Methode:** telefonische Befragung (CATI) bei Unabhängigen/Kooperierten Händlern
bzw. schriftliche Befragung bei Zentralen der Fachmärkte
- 2.3. Darstellung:** in Chartform (inkl. Darstellung nach Subgruppen: Geschäftstyp/Regionen Ost-West-Süd und nach Umsatzklassen)
- 2.4. Stichprobe/erreichte Interviews:** N = 364 (87 Unabhängige, 277 Kooperierte, 6 Zentralinterviews bei Ketten/Fachmärkten)
- 2.4. Termine:** Feldzeit: Ende April bis Anfang Juni 2007
Ergebnisse: ab sofort erhältlich

ELEKTRO-FACHHANDEL Österreich

2007

3

3. Themen / Fragenkatalog

- Geschäftstyp nach Buying Groups/Independents/Chains
- Geschäftstyp nach Gebieten
- Verkaufsfläche pro Geschäft
- Anzahl der Beschäftigten
- Geschäftstyp nach Einzelgeschäft und Filialunternehmen
- Ist ein Warenwirtschaftssystem vorhanden
- werden Waren übers Internet vertrieben
- werden Produkte über eine Auktionsplattform vertrieben
- Anteil der Internetverkäufe am Verkaufsumsatz
- Gesamtumsatz nach Umsatzgrößenklassen
- Umsatzverteilung auf Verkaufs- und Werkstattumsatz
- Umsatzverteilung auf Einzel- und Großhandelsumsatz
- Geführte Sortimentsbereiche
- %-Anteil der geführten Sortimentsbereiche am Verkaufsumsatz

4. Kosten / Honorar: € 950,- (exkl.Mwst.)

5. Ansprechpersonen / Zuständigkeiten:

Für Fragen stehen Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Adhoc Projekte:

Herr Edwin Magoy

edwin.magoy@gfk.com

Tel.: 01/71710 – 325 DW

Frau Petra Hoffmann

petra.hoffmann@gfk.com

Tel.: 01/71710 – 321 DW

