

ANGEBOT

OPTIK MARKTSTUDIE

ÖSTERREICH 2007





OPTIK MARKTSTUDIE



2

1. Ziel und Zweck:

Die Marktuntersuchung OPTIK-Studie 2007 ist eine wissenschaftliche Untersuchung des Optikmarktes in Österreich.

Zielgruppe ist der Fachhandel, dessen wichtigsten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2006 dargestellt werden.

Die Ergebnisse dieser Studie werden mit der Studie aus dem Jahr 2005 vergleichbar sein.

2. Studiendesign

2.1. Stichprobe: - 150 Augenoptiker; repräsentativ für Österreichs Optiker
(Universum in Österreich: ca. 700 konzessionierte Augenoptiker).

2.2 Methode: - persönliche Befragung (face to face)



OPTIK MARKTSTUDIE



3

2.3. Zielgruppe:

- Besitzer / Geschäftsführer / Abteilungsleiter

2.4. Ergebnisse:

- Auswertung der Ergebnisse nach folgenden Subgruppen:

- Regionen: Ost-West-Süd
- Umsatzgrößenklassen (3)
- Geschäftstyp: Einzelbetriebe (Unabhängige)
Einkaufsgenossenschaften
Filialbetriebe und Ketten (2 + Filialen)

2.5. Darstellung:

Tabellenband inkl. Charts und schriftlicher Management Summary (in elektr. Form pdf. File)
Auf Wunsch erfolgt eine Präsentation im Hause des Auftraggebers.

2.6. Termine:

- ☞ Feldzeit ca. 6 Wochen
- ☞ Datenerfassung / Tabellenerstellung ca. 2 Wochen
- ☞ Gesamtprojekt ca. 9 Wochen
- ☞ Redaktionsschluss: Frühjahr 2007
- ☞ Feldzeit: April/Mai 2007
- ☞ Ergebnisse: geplant Mitte/Ende Juni 2007



OPTIK MARKTSTUDIE



3. Themen / Fragenkatalog Handel

4

3.1. Strukturdaten Fachhandel / Absatzkanäle

- Standorte, Anzahl Beschäftigte, Betriebsfläche in m², Mitglied einer Einkaufsgenossenschaft
- Gesamtumsatz mit Sehhilfen / Umsatzklassen
- Sortimentsstruktur
- EDV-Systeme im Einsatz
- Anforderungsprofil an die Hersteller/Lieferanten

3.2. Warengruppen

- Brillenfassungen
- Brillengläser
- Kontaktlinsen
- Kontaktlinsen Pflegemittel
- Sonnen- und Sportbrillen

3.3. Fragen pro Warengruppe für das Geschäftsjahr 2006

- Geführte Warengruppen
- Absatzgrößen in Menge und Wert
- Umsatzanteile der einzelnen Warengruppen
- Marken- bzw. Herstellerdistribution
- Marktanteile
- Lieferantenbeurteilung (Image)



OPTIK MARKTSTUDIE



5

4. Kosten (exkl. MwSt.)

je nach Umfang der bezogenen Warengruppen (vgl. 3.2):

- 1 Warengruppe (inkl. Strukturdaten) € 3.700,--
- 2 Warengruppen (inkl. Strukturdaten) € 6.600,--
- 3 Warengruppen (inkl. Strukturdaten) € 8.900,--
- 4 Warengruppen (inkl. Strukturdaten) € 10.400,--
- alle 5 Warengruppen (inkl. Strukturdaten) € 11.100,--
- individuelle Exklusivfragen

- Preis auf Anfrage (abhängig vom Fragentyp/Anzahl)

5. Ansprechpersonen / Zuständigkeiten

Für Fragen stehen Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung:

Ad-hoc Projekte: Edwin Magoy e-mail: edwin.magoy@gfk.com Tel.: +43 1 71 710 - 325

Hinweis: Bei dieser Untersuchung handelt es sich um eine Multiclientstudie. GfK Austria GmbH behält sich das Recht vor, bei ungenügender Beteiligung von Kundenseite die Studie oder Teile der Studie nicht durchzuführen.

