

Studieninformation

„Smart Shopper 2022“

Methode, Fragestellung, Auswertung

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Köln, August 2022

Studienhintergrund & Erhebungsmethode

Die Studie „Smart Shopper“ ermittelt die Zufriedenheit einer besonderen Konsumentengruppe, der sog. „Smart Shopper“, im Hinblick auf die Kaufaspekte Qualität und Preis von Produkten/Dienstleistungen bei Händlern/Dienstleistern. Smart Shopper sind hier definiert als qualitätsbewusste, informierte Käufer/innen, die Produkte/Dienstleistungen von hoher Qualität zu vergleichsweise niedrigen Preisen nachfragen. Smart Shopper sind daher per se nicht unbedingt loyal gegenüber einem Anbieter, sodass die Bindung dieser Konsumentengruppe eine besondere Herausforderung für die Unternehmen darstellen kann.

Die Basis der Untersuchung ist eine repräsentativ ausgesteuerte Online-Erhebung als Kundenbefragung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung der Untersuchungsobjekte, hier: Unternehmen/Anbieter aus dem stationären und Online-Handel, eingeladen. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann. Es werden keine Kundenadressen der Anbieter eingeholt oder genutzt. Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen/Anbieter.

Die Befragung erfolgt jährlich. Je Unternehmen/Anbieter werden grundsätzlich mindestens 150 eingeholt. Im Einzelfall kann die Stichprobengröße bei Unternehmen/Anbietern in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Kundenzahl auch darunter liegen. Für die aktuelle Studie wurden insgesamt rund 205.000 Urteile zu 1.087 Unternehmen/Anbietern und 78 Branchen ausgewertet.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Unternehmen/Anbietern zur Bewertung bzw. zur Angabe, ob er bei diesem Unternehmen/Anbieter überhaupt Kunde war oder ist.

Erhebungszeitraum

Die Befragung wurde im August 2022 durchgeführt.

Fragestellung & Auswertung

Die konkrete Fragestellung lautet:

„Inwieweit stimmen Sie zu, dass Sie bei Ihrem letzten Kauf als Kunde bei den folgenden Anbietern mit relativ wenig Eigenaufwand ein gutes Produkt / eine gute Dienstleistung für einen vergleichsweise günstigen Preis erhalten haben?“

Die konkreten Antwortmöglichkeiten sind:

- 1 = „stimme voll und ganz zu“
- 2 = „stimme zu“
- 3 = „stimme eher zu“
- 4 = „stimme eher nicht zu“
- 5 = „stimme nicht zu“

Für die Auswertung wird der Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 5-stufigen, linksschiefen und voll verbalisierten Zustimmungsskala je Unternehmen/Anbieter berechnet.

Der Mittelwert (MW) errechnet sich aus den abgegebenen Stimmen wie folgt:

$$MW = \frac{\text{Summenprodukt (Wert der Skala \& Anzahl der Stimmen pro Unternehmen/Anbieter)}}{\text{Summe (Anzahl gültiger Stimmen)}}$$

Ein Wert von 1 würde bedeuten, dass alle Befragten dieses Unternehmen/Anbieter in höchstem Maße zufrieden sind. Ein Wert von 5 hingegen gäbe an, dass die befragten Kunden dort nicht zufrieden sind.

Auszeichnung

Die Auszeichnung „TOP DEAL“ erhalten alle Unternehmen/Anbieter, die innerhalb ihrer Branche besser als der Gesamtmittelwert aller ausgewerteten Stimmen abschneiden.

Die Auszeichnung „BESTER DEAL“ erhalten die Unternehmen, die in ihrer Branche den besten Mittelwert erreichen.