

Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze

I. Einführung

- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Vorwort | 1 |
| 2. Durchführung der Studie | 2 |

II. Betriebswirtschaftliche Kennzahlen
des SB-Warenhauses (alle Kunden)

- | | |
|--|----|
| 1. Umsatz | 4 |
| 2. Umsatz nach Wochentagen und Tageszeiten | 6 |
| 3. Kundenzahl nach Wochentagen und
Tageszeiten | 9 |
| 4. Durchschnittliche Einkaufsbeträge nach
Wochentagen und Tageszeiten | 11 |

III. Ergebnisse der Kundenlaufstudie
(beobachtete Kunden)

- | | |
|--|----|
| 1. Allgemeine Ergebnisse | 13 |
| 1. 1. Gesamtkunden und beobachtete Kunden | 14 |
| 1. 2. Kundenstruktur | 15 |
| 1. 3. Altersstruktur der Kunden | 17 |
| 1. 4. Durchschnittliche Einkaufsbeträge | 19 |
| 1. 5. Durchschnittliche Zahl der gekauften
Artikel | 25 |
| 1. 6. Durchschnittliche Artikelpreise | 31 |
| 1. 7. Bedeutung der Tageszeiten für den
Kundeneinkauf | 33 |
| 1. 8. Durchschnittliche Einkaufsdauer | 38 |
| 1. 9. Zusammenhang zwischen Einkaufsdauer,
Einkaufsbetrag und Zahl der gekauften
Artikel | 44 |
| 1.10. Bedeutung der Bedienungs-Shops | 46 |

2.	Kundenwege	
2.1.	Prinzipien der Warenplatzierung	54
2.2.	Laden-Layout	55
2.3.	Hauptkundenströme	56
2.4.	Frequenzzonen	58
3.	Kaufverhalten	
3.1.	Kaufentscheidungen im SB-Warenhaus	62
3.2.	Beachtungs-/Prüfquote	63
3.3.	Kaufquote	64
4.	Mögliche Verbesserungen der Warenplatzierung	69
IV.	Zusammenfassung	71
V.	Tabellenanhang	