

Interspar ist am schönsten

Das unschuldige Fragen haben wir bestens intus, und so fragten wir diesmal: Wer hat die schönsten Lebensmittelgeschäfte? Überraschungen blieben nahezu aus – sowohl auf der Großfläche als auch bei den Supermärkten matchen sich Spar und Rewe Group Austria.

Exakt 27 Prozent aller Befragten gaben ihre Stimme der Interspar, knapp gefolgt von Merkur (25,7%). Auf Geschlechter aufgeteilt müssten sich die beiden Großformate die Nummer-1-Position gar teilen: Männer bevorzugen nämlich zu 28,4 Prozent den Interspar (Frauen: 25,6 %), während 29,3 Prozent der Frauen Merkur am schönsten finden (Männer 22 %). An dritter Stelle liegt Billa mit 13,7 vor Spar mit 12,3 Prozent. Auch hier gibt es die nämliche Präferenz nach Geschlechtern. Frauen bevorzugen Billa (14,6 %), Männer Spar (13,5 %).

Regional interessant ist, dass Billa im Süden Österreichs stärker punktet, die Spar mehr im Osten, vor allem in Nieder- und Oberösterreich. Beinahe skurril: In den Ursprungsgebieten Tirol und Vorarlberg schneidet die Spar am schlechtesten ab, im Ländle bringt sie es gar nur auf 3,5 Prozent, während die 9,7 Prozent in Tirol in Anbetracht dessen, dass ebenda mit MPreis ein echter Archi-



tektur-Heroe sitzt, als durchaus integer zu sehen sind. Billa bringt es im Ländle wiederum mit 17,4 Prozent auf einen imposanten Wert – inwieweit da der Sutterlüty-Wechsel zur Rewe eine Rolle gespielt hat, bleibt indes im Reich der Mutmaßungen angesiedelt. Vielleicht liegt aber der Umstand für das schlechte Abschneiden der Spar im Ländle auch darin, dass Interspar dort mit 46,4 Prozent als schönstes Geschäft derart übermächtig ist, dass da im Schatten des Riesen für die übrigen Spar-Geschäfte wenig Aufmerksamkeit übrig bleibt.

Innerhalb der Altersklassen bemerkenswert: Hofer spricht insbesondere die Jugendlichen (15–19 Jahre) an: 11,5 Prozent attestie-

Hat die schönsten Outlets in Österreich: Interspar, knapp vor Merkur

Die schönsten Supermärkte: Billa, knapp vor Spar

ren dem Hard-Diskonter Schönheit. Spar punktet bei den 20- bis 29-Jährigen (16,1 %). Billa, Interspar und Merkur erzielen bei der Generation 50+ überdurchschnittliche Werte.

Hofer erhält in diesem Schönheitswettbewerb übrigens 5,3 Prozent aller Stimmen, und zwar ohne geschlechtsspezifischen Unterschied. Die übrigen Mitbewerber liegen bei rund 2 Prozent bzw. darunter.



Kontakt:
Reinhard Burian
 sms-research.at
 Tel.: 0676/408 61 55
 info@marketingdata.at
 www.sms-research.at



WER HAT DIE SCHÖNSTEN LEBENSMITTELGESCHÄFTE?

	Adeg	Billa	Hofer	Interspar	Lidl	Merkur	Nah&Frisch	Penny	Spar	Zielpunkt/Plus	andere/w.n.	
Fälle	1.000	19	137	53	270	22	257	20	12	123	16	71
	100,0 %	1,9 %	13,7 %	5,3 %	27,0 %	2,2 %	25,7 %	2,0 %	1,2 %	12,3 %	1,6 %	7,1 %
M	498	2,6 %	12,8 %	5,1 %	28,4 %	2,2 %	22,0 %	2,1 %	0,7 %	13,5 %	2,0 %	8,6 %
W	502	1,2 %	14,6 %	5,5 %	25,6 %	2,2 %	29,3 %	1,9 %	1,7 %	11,1 %	1,2 %	5,7 %
15-19	83	1,2 %	7,7 %	11,5 %	25,7 %	1,8 %	27,0 %	2,7 %	0,0 %	12,3 %	6,0 %	4,1 %
20-29	174	1,8 %	15,6 %	8,0 %	27,4 %	2,6 %	21,0 %	1,3 %	0,8 %	16,1 %	2,0 %	3,3 %
30-39	234	2,6 %	10,8 %	5,3 %	25,9 %	2,6 %	25,4 %	2,4 %	3,0 %	15,0 %	1,2 %	6,0 %
40-49	204	3,2 %	15,4 %	3,6 %	24,2 %	0,7 %	29,7 %	2,9 %	0,5 %	12,7 %	0,4 %	6,6 %
50-59	166	0,0 %	13,8 %	4,0 %	33,8 %	4,5 %	18,2 %	0,4 %	1,4 %	9,7 %	2,2 %	12,0 %
60-69	139	1,7 %	17,5 %	2,3 %	25,2 %	0,7 %	34,1 %	2,3 %	0,0 %	5,8 %	0,0 %	10,6 %
B	34	0,0 %	16,4 %	4,4 %	25,4 %	0,0 %	33,0 %	0,0 %	0,0 %	11,8 %	6,1 %	2,9 %
K	70	1,9 %	22,2 %	7,6 %	38,4 %	3,0 %	9,8 %	1,0 %	0,0 %	6,6 %	2,1 %	7,3 %
N	191	0,4 %	14,2 %	3,7 %	22,5 %	1,9 %	30,8 %	2,2 %	1,2 %	15,0 %	2,3 %	5,9 %
O	170	0,5 %	14,1 %	9,9 %	21,3 %	3,5 %	24,7 %	3,9 %	0,7 %	16,2 %	1,3 %	4,0 %
S	65	1,5 %	20,0 %	4,1 %	32,0 %	6,2 %	12,6 %	1,2 %	0,0 %	14,0 %	0,0 %	8,5 %
St	146	3,2 %	17,5 %	5,6 %	24,6 %	1,7 %	24,4 %	0,0 %	3,5 %	14,1 %	0,5 %	5,0 %
T	85	0,0 %	4,4 %	6,6 %	42,5 %	2,1 %	20,3 %	0,8 %	0,0 %	9,7 %	0,0 %	13,6 %
V	43	4,3 %	17,4 %	0,0 %	46,4 %	1,2 %	17,2 %	0,0 %	0,0 %	3,5 %	0,0 %	10,1 %
W	196	4,4 %	7,8 %	2,8 %	21,8 %	0,8 %	35,4 %	3,6 %	1,7 %	9,8 %	2,6 %	9,4 %