

# Endverbraucher Marktforschung zum Begriffsverständnis „Outlet“



## Methodologie I

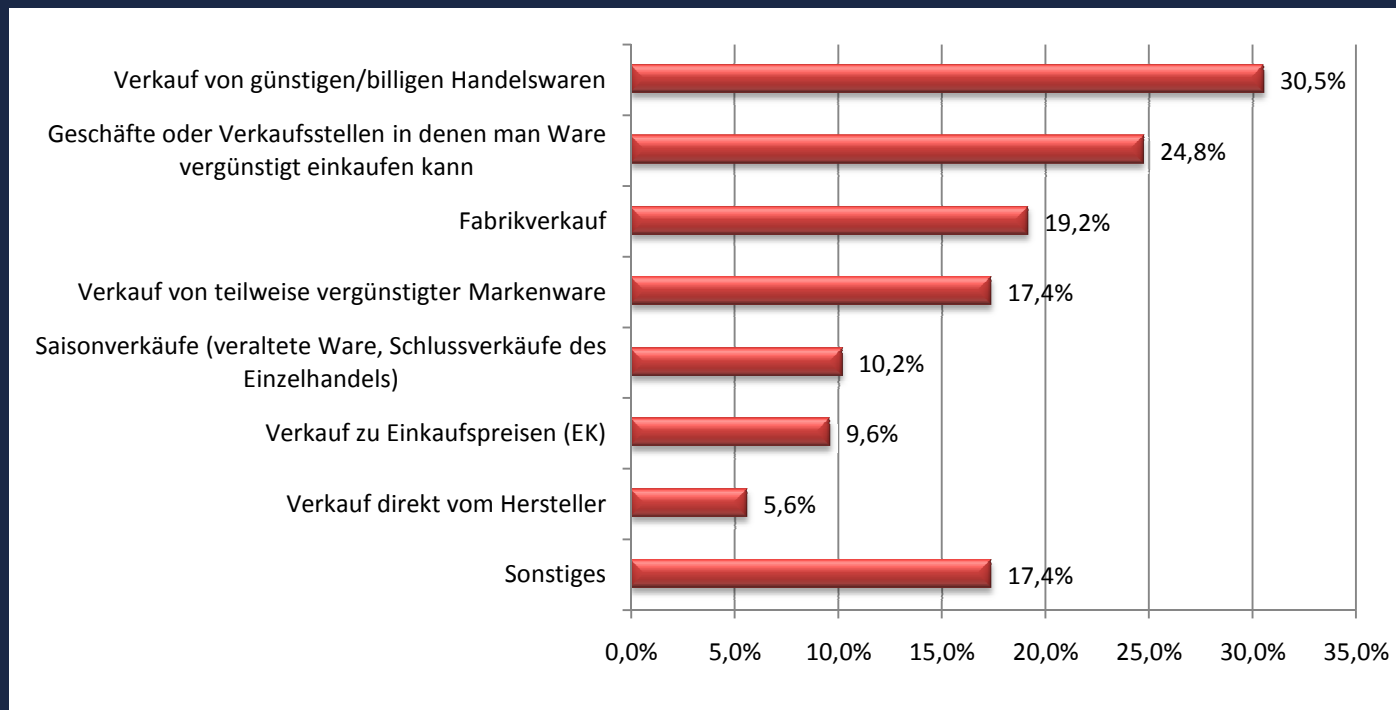
|                      |  |
|----------------------|--|
| Erhebungsmethode:    | Online-Panel-Befragung                       |
| Stichprobengröße:    | N =1053                                      |
| Untersuchungsgebiet: | Deutschland / Querschnitt aller Bundesländer |
| Feldzeit:            | KW 33 - 2009                                 |
| männlich             | 48%  |
| weiblich             | 52%  |
| 18-30                | 43%  |
| 31-45                | 38%  |
| 46+                  | 19%  |

## Methodologie II

- Für diese Umfrage wurde eine verifizierte Probandenstichprobe von mehr als 1000 Verbrauchern herangezogen. Die Umfrage bietet somit den gewünschten repräsentativen Charakter.
- Um jegliche Einflussnahmen im Umfrageablauf auszuschließen, wurden zunächst Begriffsassoziationen zum Stichwort „Outlet“ ohne ergänzende Erklärungen offen abgefragt.
- In der Folge wurden dann mögliche Beispielverwendungen des Begriffs in Kombination mit einer Firmierung oder Angebotsbeschreibung dargestellt.
- Alle Antwortmöglichkeiten unterlagen permanenter Reihenfolgerotation .
- Die Abfrage verlief erfolgreich und fehlerfrei und kann somit als gutachterliche Stellungnahme herangezogen werden.

# Ergebnisse

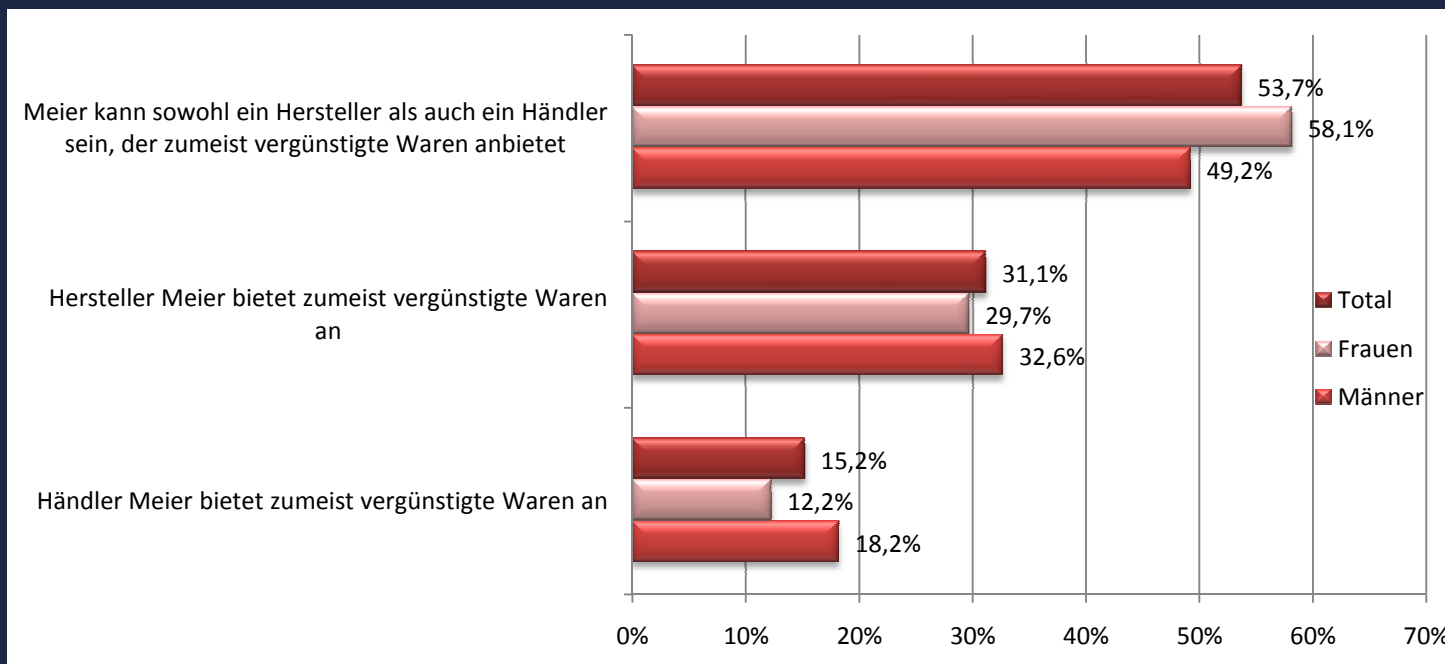
## Was verstehen Sie unter dem Begriff "Outlet"?



## Zusammenfassung 1 – offene Fragestellung

- Der Begriff *Outlet* wird von den Probanden nicht eindeutig zugeordnet.
- Es herrscht ein differenziertes Verständnis der Begrifflichkeit vor.
- Der Großteil der Befragten verbindet mit *Outlet* „Das verkaufen von Handelswaren zu vergünstigten Preisen“ (30,5%).
- Hier wird von den Probanden keinerlei Verbindung zu den Herstellern der Waren hergestellt
- Dieser Trend wird durch die zweitstärkste Nennung „Geschäfte oder Verkaufsstellen in denen man Ware vergünstigt kaufen kann“ bestätigt (24,8%).
- 18,5% der Befragten ordnen den Begriff *Outlet* einem „Fabrikverkauf“ zu.
- 5,6% der Probanden verstehen den „direkten Verkauf des Herstellers“.
- Über 10% der Verbraucher assoziieren mit *Outlet* die „Saisonschlussverkäufe des Einzelhandels“.
- Auch der Verkauf zu Einkaufspreisen wird mit 9,6% der Probanden zurückgespielt.

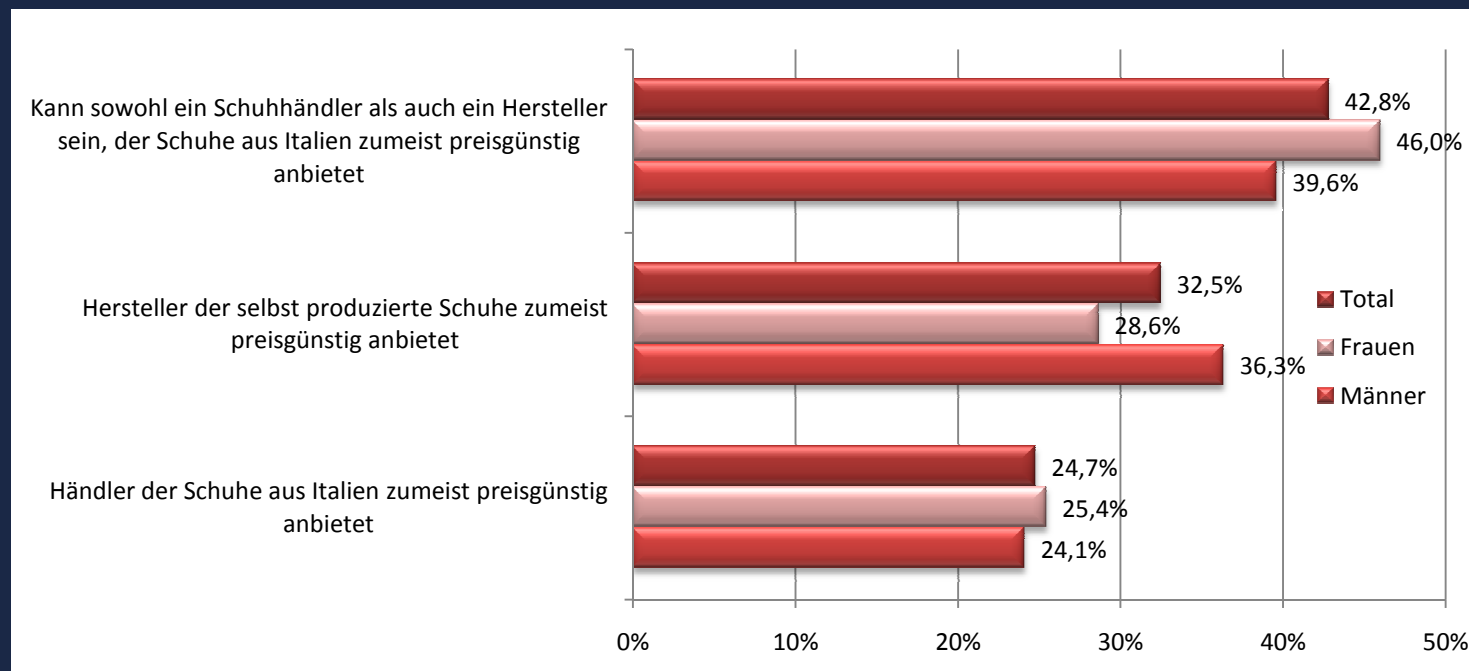
## Was verstehen Sie unter folgendem Angebot? "Meier Outlet"



## Zusammenfassung 2 – „Meier Outlet“

- Die absolute Probandenmehrheit (53,7%) glaubt, dass das „Meier Outlet“ sowohl ein Händler- als auch ein Hersteller sein kann, der Waren zum Verkauf anbietet.
- 31,1% gehen davon aus, dass es sich bei dem „Meier Outlet“ um einen Hersteller handelt.
- 15,2% der Verwender sind der Meinung, dass es sich bei dem „Meier Outlet“ um einen Händler handelt.
- 68,9% der befragten Probanden gehen also davon aus, dass Meier sowohl ein Händler als auch ein Hersteller sein kann.
- Diese Mehrheit geht also im Umkehrschluss nicht davon aus, dass ein Anbieter der den Begriff Outlet nutzt auch der Hersteller der angebotenen Waren ist oder sein muss.

## Was verstehen Sie unter folgendem Angebot? Scarpe Outlet - "Italienische Schuhmode zu Fabrikpreisen"



## Zusammenfassung 2 – „Scarpe Outlet“

- Die im Beispielfall „Meier Outlet“ generierten Ergebnistrends werden im Angebotsbeispiel „Scarpe Outlet – italienische Schuhmode zu Fabrikpreisen“ bestätigt.
- Im Vergleich zum „Meier Outlet“ wird hier bei der Händlerassoziation ein deutlich höherer Wert erzielt.
- Auffallend ist darüber hinaus, dass vor allem weibliche Verwender starke Verbindungen zu einem Schuhhändler herstellen. Hier wird mit 25,4% im Vergleich ein deutlich höherer Wert erzielt.
- 31,3% hingegen sehen in Scarpe einen Hersteller italienischer Schuhwaren.
- 67,5% der befragten Probanden gehen also davon aus, dass Scarpe ein Händler oder ein Hersteller sein kann.
- Diese Mehrheit geht also im Umkehrschluss nicht davon aus, dass das Scarpe Outlet der Hersteller der angebotenen Waren ist oder sein muss.

## Kontakt

- **MMP|GROUP GmbH**  
Dominik Ebbers  
Neuer Wall 59  
20354 Hamburg

tel: 040-468 66 69 - 16

email: [d.ebbers@mmpg.de](mailto:d.ebbers@mmpg.de)

Mitglied im:

