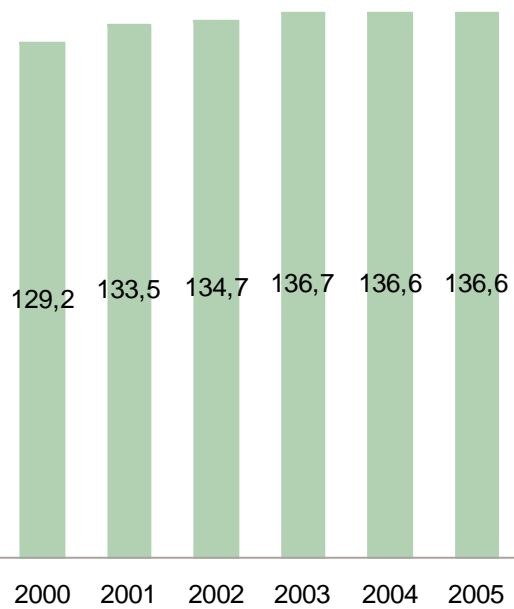
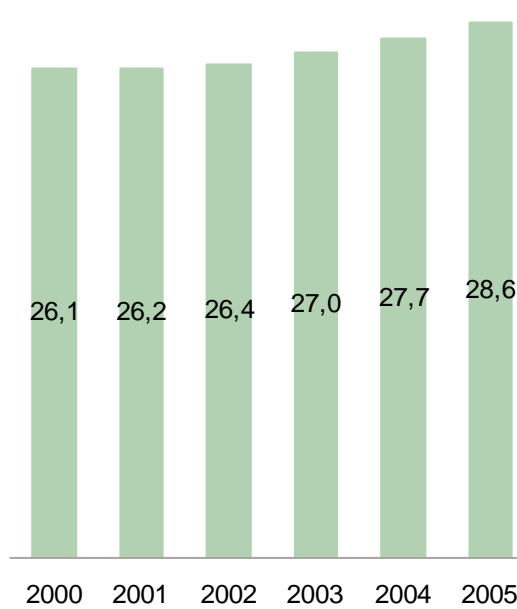


# Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel stagniert. Die Flächenproduktivität geht weiter zurück

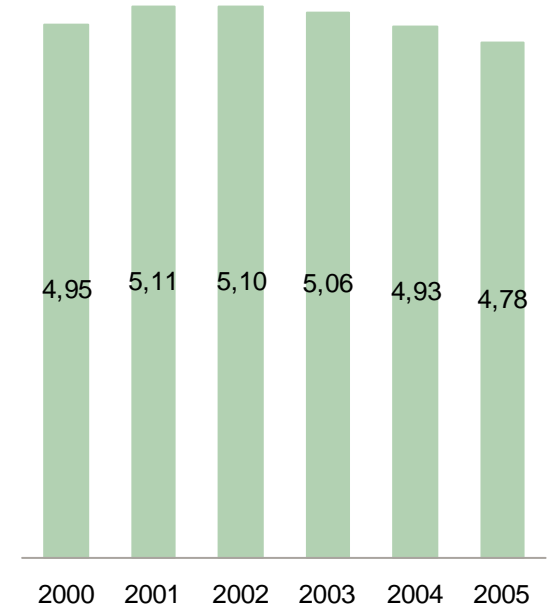
Stagnierende Umsätze  
LEH in Deutschland, 2000 – 2005, in Mrd. Euro



Wachsende Verkaufsfläche  
LEH in Deutschland, 2000 – 2005, in Mio. qm

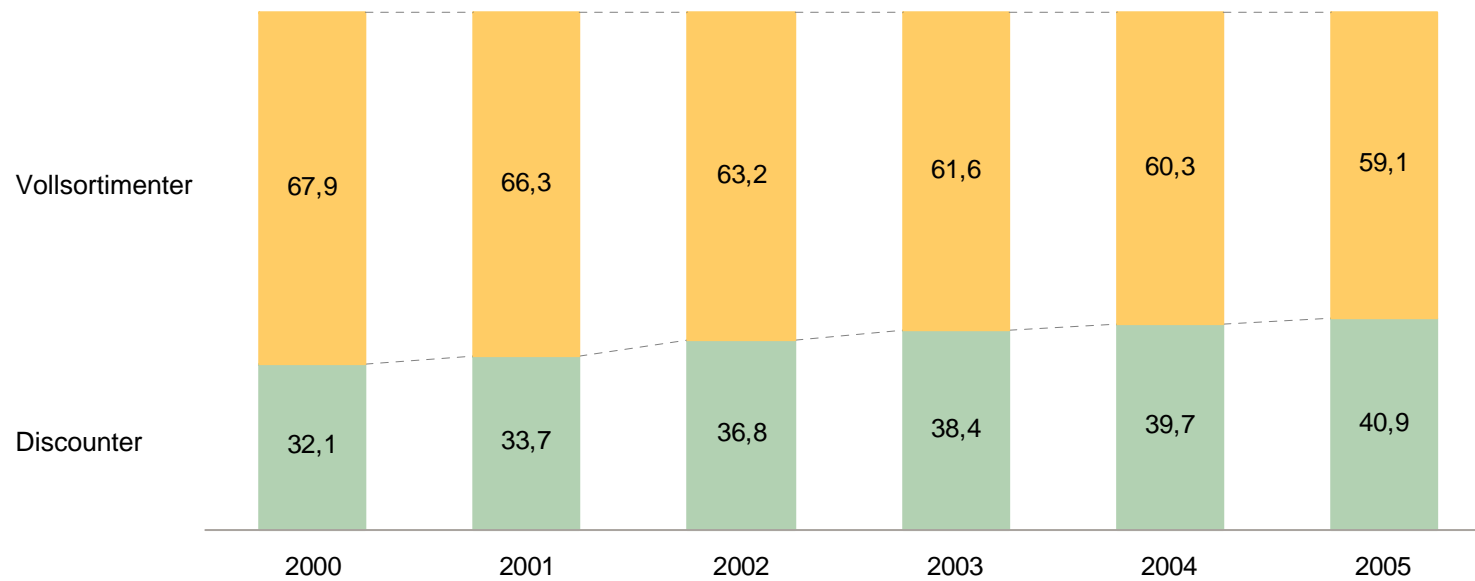


Abnehmende qm-Umsätze  
LEH in Deutschland, 2000 – 2005, in Tsd. Euro



# Das Wachstum der Discounter erhöht den Druck auf die Vollsortimenter

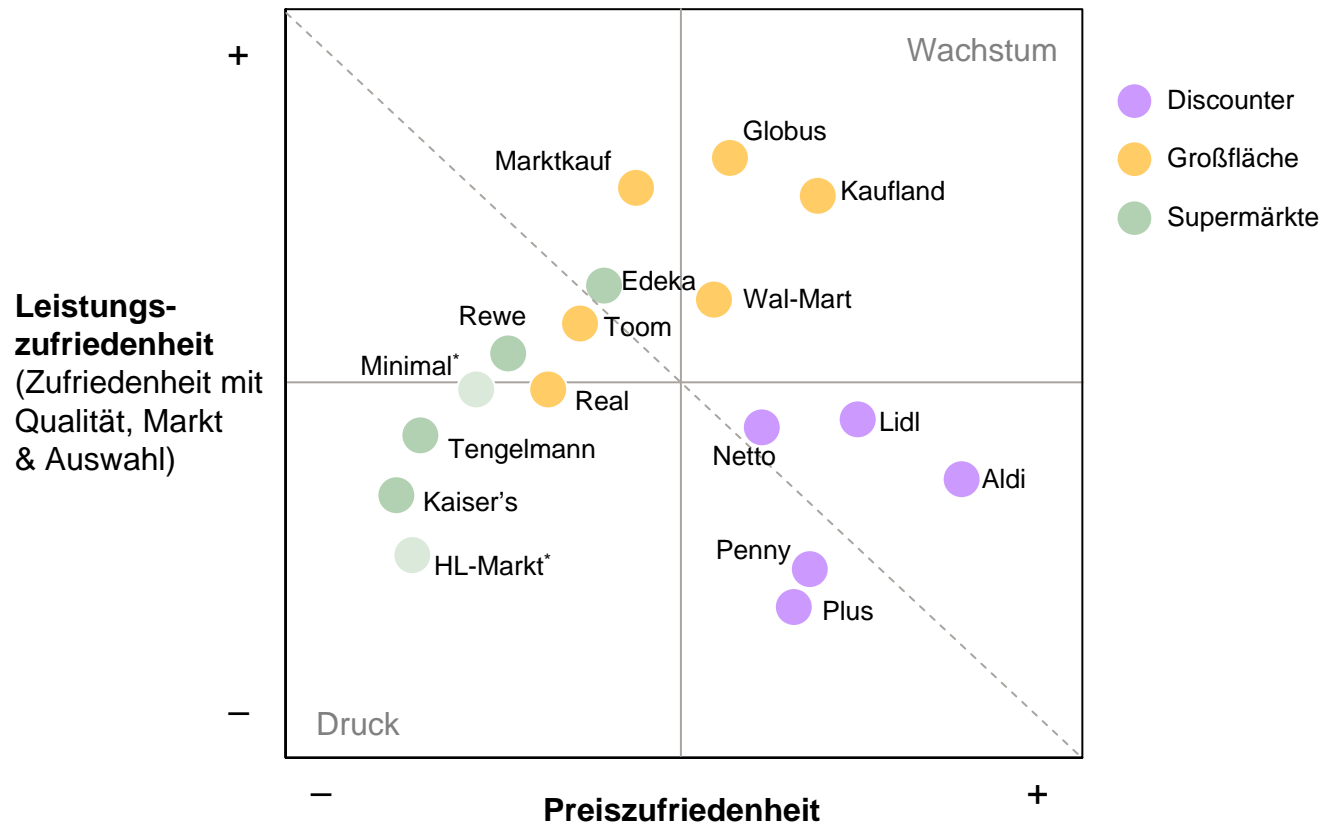
Sinkender Marktanteil der Vollsortimenter  
LEH in Deutschland, Umsatzanteile in %



# Kundenzufriedenheit im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Die besten Supermarktbetreiber und die besten Großflächenanbieter setzen sich von ihren direkten Wettbewerbern ab

Kundenzufriedenheit im deutschen LEH  
2006; Stichprobe 2000



Quelle: Mercer-Konsumentenbefragung Lebensmitteleinzelhandel 2006

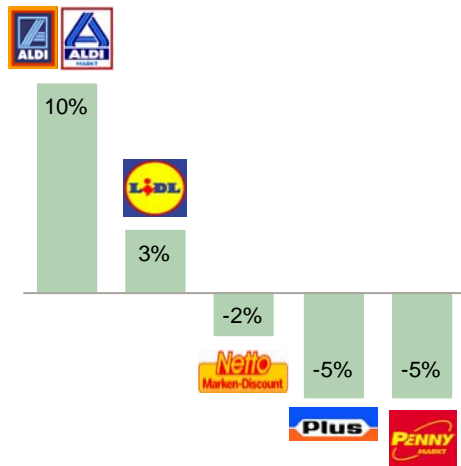
\* HL und Minimal werden mittlerweile unter der Marke Rewe geführt. Die Umfrage hat im September 2006, also vor der Umstellung, stattgefunden.

# Kundenzufriedenheit Gewinner und Verlierer innerhalb einzelner Vertriebsformate

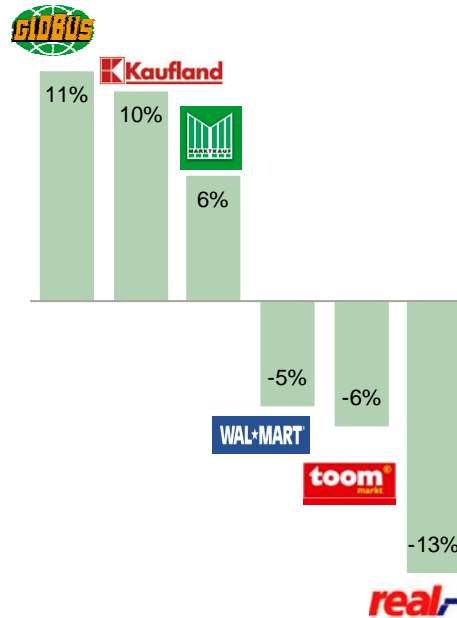
Relative Gesamtzufriedenheit  
Discounter  
(Abweichung vom Durchschnitt der  
Discounter)

Überdurchschnittliche  
Gesamtzufriedenheit  
(im Vergleich zum  
selben Format)

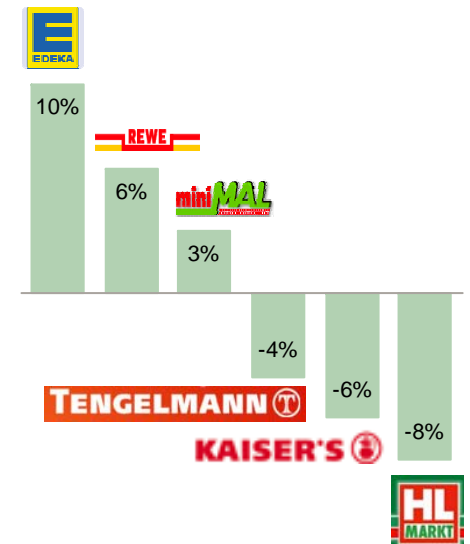
Unterdurchschnittliche  
Gesamtzufriedenheit  
(im Vergleich zum  
selben Format)



Relative Gesamtzufriedenheit  
Großfläche  
(Abweichung vom Durchschnitt der  
Großflächenbetreiber)



Relative Gesamtzufriedenheit  
Supermärkte  
(Abweichung vom Durchschnitt der  
Supermärkte)



Quelle: Mercer-Konsumentenbefragung Lebensmitteleinzelhandel 2006