

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **Studie Lebensmittelmärkte 2011**

#### **Discounter punkten beim Preis, Vollsortimenter beim Personal – Kaufland ist Gesamtsieger, Edeka beim Service vorn**

**Hamburg, 05.05.2011** – Ob „Gut&Günstig“, „ja!“ oder „A&P attraktiv & preiswert“ – Supermärkte ziehen mit Eigenmarken in den Preiskampf. Discounter dagegen erweitern ihr Angebot um exklusive Lebensmittel. Doch wo ist der Verbraucher am besten aufgehoben? Bei welcher Lebensmittelmarktkette stimmt nicht nur der Preis, sondern auch der Service? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv mehrere Filialen von sechs Discounterunternehmen, vier Supermarktketten mit Vollsortiment und fünf großen Verbrauchermärkten wie real und Marktkauf analysiert.

Das Ergebnis: Beim Preistest lagen die Discounter vorn. Im Durchschnitt war der geprüfte Warenkorb mit 26 Produkten des täglichen Bedarfs hier rund fünf Prozent günstiger als bei den Vollsortimentern. Statt 24,35 Euro zahlte man bei den klassischen Supermärkten durchschnittlich 25,57 Euro für den Einkauf. „Der vergleichsweise geringe Preisunterschied zeigt, dass die Supermärkte mit ihren Billigmarken durchaus mithalten können“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Das insgesamt günstigste Angebot im Test hatte Aldi-Süd. Hier bezahlte man für den Warenkorb im Durchschnitt 15 Prozent weniger als bei der teuersten Lebensmittelmarktkette. Auf dem zweiten Platz beim Preistest lagen gemeinsam Penny-Markt und mit Kaufland ein Verbrauchermarkt.

Beim Service überzeugten die klassischen Supermärkte mit Vollsortiment – vor allem mit den freundlichsten und kompetentesten Mitarbeitern. Bei den Discountern gab es für den Service dagegen nur die Note „befriedigend“. „Die Wartezeiten waren im Branchendurchschnitt am längsten, die Angebotsvielfalt am geringsten und die Kompetenz des Personals verbesserungswürdig“, bemängelt Serviceexpertin Möller. Die großen Verbrauchermärkte glänzten mit dem umfangreichsten Produktangebot: von Bio-Produkten über exotische Lebensmittel bis hin zu Frische-Theken.

Testsieger der Studie und damit „Bester Lebensmittelmarkt 2011“ wurde der Verbrauchermarkt Kaufland mit dem attraktivsten Preis-Leistungs-Verhältnis. Edeka punktete mit dem besten Service aller Unternehmen. Bester Discounter wurde Penny-Markt.

Für den Servicetest führte das Institut insgesamt 150 verdeckte Testbesuche in unterschiedlichen Städten durch. Je zehn verschiedene Filialen jedes Unternehmens wurden hinsichtlich des Angebots, der Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter sowie der Qualität des Umfeldes – wie Orientierungsmöglichkeiten, Parkplätze und Sauberkeit – unter die Lupe genommen. Im Rahmen der Preisanalyse erhoben die Marktforscher in Kooperation mit der Preiszeiger Wirtschaftsinformationsdienst GmbH den Warenkorb in je vier Filialen jeder Kette – insgesamt flossen über 1.000 Preisdaten aus 60 Filialen in die Studie ein.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, den 05.05.2011 um 18:35 Uhr

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv.

Ansprechpartnerin:  
Bianca Möller  
Telefon: 040 / 41 11 69 27  
E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)