

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Lebensmittel-Discounter

Preise prima, Service und Produktqualität weniger – Penny Markt auf Platz eins vor Lidl und Aldi Süd

Hamburg, 25.09.2013 – Steht das Wochenende vor der Tür, beginnt der Ansturm auf die Einkaufswagen, und vor allem bei den Discountern klingeln die Kassen. Sorgen immer die vermeintlich niedrigen Preise für den starken Kundenzulauf? Wie ist es dagegen um die Qualität der Lebensmittel und den Service bestellt? Das klärt das Deutsche Institut für Service-Qualität mit einer im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführten Kundenbefragung.

Mehr als 80 Prozent der Kunden waren mit dem Preisniveau der Discounter eher oder sehr zufrieden. Auf deutlich geringere Zustimmung stieß allerdings die Produktqualität: Sehr zufrieden zeigte sich nur gut ein Viertel der befragten Kunden. Die Fleisch- und Backwaren der Discounter überzeugten dabei die Verbraucher am wenigsten. Rund 43 Prozent der Befragten waren mit der Fleischqualität nicht zufrieden. Bei den Backwaren lag die Quote ähnlich hoch. Besser schnitten Obst, Gemüse und vor allem Molkereiprodukte ab. Überraschend: Für rund 84 Prozent der Befragungsteilnehmer war die Nähe der Filiale ein Grund für die Wahl des Discounters, dagegen führten nur rund 25 Prozent der Kunden „günstige Preise“ als Begründung an.

Gut zwei Drittel der Befragungsteilnehmer zeigten sich mit dem Service ihres Supermarktes insgesamt eher oder sehr zufrieden. Beinahe ein Drittel der Kunden gab jedoch an, sich auch schon über den Discounter geärgert zu haben. „Lange Wartezeiten an der Kasse“ war der am häufigsten genannte Ärgernisgrund. Auch „ausverkaufte Sonderangebote“ und „unfreundliches Personal“ wurden oft genannt. „Verbessern können sich die Discounter noch in vielen Bereichen, aber gerade der Service ist oft entscheidend. Sonst steuern verärgerte Kunden schon beim nächsten Einkauf die Konkurrenz an“, erklärt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Als beliebtester Lebensmittel-Discounter 2013 ging Penny Markt aus der Kundenbefragung hervor. Einen Wert von fast 87 Prozent zufriedener Verbraucher verbuchte das Unternehmen für die Preise. Zudem ließ Penny Markt bei der Lebensmittelqualität und der Gestaltung seiner Filialen die Wettbewerber hinter sich. Der zweite Rang ging an Lidl. In puncto Preis erzielte der Discounter sogar den höchsten Zufriedenheitswert. Auch beim Service und dem Produktsortiment war Lidl in den Augen der Kunden besser als die Konkurrenz. Die Stärken von Aldi Süd, dem Drittplatzierten, lagen ebenfalls beim Preis wie auch der Filialgestaltung. Im Gesamturteil zur Kundenzufriedenheit erzielten zwei Discounter ein „gut“ und vier ein „befriedigend“. Ein Anbieter bewegte sich nur auf ausreichendem Niveau.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 25. September 2013, um 18:35 Uhr.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

An der Online-Befragung nahmen insgesamt 1.177 Personen teil, die in den letzten zwölf Monaten bei mindestens einem Discounter eingekauft hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu Service, Produktqualität, Sortiment, Preisen und Filialgestaltung. Kundenärgernisse sowie die Weiterempfehlungsquote flossen ebenfalls in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Discounter, zu denen sich jeweils mindestens 100 Personen geäußert hatten. Dies traf auf folgende sieben Unternehmen zu: Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Netto Marken-Discount, Netto Supermarkt GmbH, Norma und Penny Markt.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12

Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.