

## PRESSEMITTEILUNG

### Kundenbefragung: Tankstellen 2014

#### **Hohe Kundenzufriedenheit, Standortnähe wichtiger als der Benzinpreis – Shell auf Platz eins vor OMV und Aral**

**Hamburg, 26.09.2014** – Einmal volltanken, bitte! Was im Formel-1-Rennsport weniger als zehn Sekunden dauert, kostet den normalen Autofahrer viel mehr Zeit – nicht nur, weil die meisten Tankstellen an der Zapfsäule nach dem Selbstbedienungsprinzip funktionieren. Bei den Kunden immer beliebter werden auch die Shops, die eine zunehmend große Vielfalt bieten und zu einem kleinen Einkauf zwischendurch einladen. Aber wie ist es eigentlich aus Kundensicht um den Service und das Angebot bestellt? Antworten liefert eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Das Urteil der Kunden fiel nicht nur im Branchenschnitt gut aus – alle bewerteten Tankstellenketten konnten sich das Qualitätsurteil „gut“ sichern. Dass an Tankstellen längst nicht mehr nur Benzin und Diesel angeboten wird, findet die Akzeptanz der Kunden. Die Gestaltung, der Service und das Angebot der Tankstellen-Shops erzielten insgesamt jeweils gute Bewertungen. Wenig überraschend schnitten lediglich die Shop-Preise in den Augen der Kunden weniger gut ab.

Interessantes Ergebnis: Die Preisschlacht der Tankstellen beeinflusst die Wahl der Autofahrer nicht entscheidend. Deutlich relevanter als der Benzinpreis ist die Nähe der Tankstelle. „Benzinpreis-Unterschiede im Centbereich rechtfertigen nur selten eine längere Anfahrt. Die Kunden gehen hier also meist rational vor und bevorzugen eher die nächstgelegene Tankstelle als einen Umweg in Kauf zu nehmen“, bemerkt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Sei es Autowaschanlage, Bonusprogramm oder Tankwart-Service – um Kunden zu gewinnen und zu binden haben Tankstellen die Möglichkeit, mit Zusatzservices zu punkten. Dies gelingt mehrheitlich: Insgesamt zeigten sich rund 78 Prozent der Befragten eher zufrieden oder sehr zufrieden mit den Zusatzservices ihrer Tankstellen. Ein Unternehmen wurde mit „sehr gut“ bewertet, weitere neun erhielten das Qualitätsurteil „gut“ und nur ein Anbieter schnitt „befriedigend“ ab.

Als beliebteste Tankstelle 2014 ging Shell aus der Kundenbefragung hervor. Das Unternehmen (Qualitätsurteil: „gut“) überzeugte unter anderem mit den höchsten Kundenzufriedenheitswerten in Bezug auf den Service im Shop und den Zusatzservices der Tankstelle. Zudem schnitt der Anbieter hinsichtlich Angebotsqualität und -vielfalt der Shops am besten ab. Auch war die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden bei keinem Unternehmen so ausgeprägt wie bei Shell. Den zweiten Rang nahm OMV mit einem ebenfalls guten Qualitätsurteil ein. Eine Stärke war die Qualität des Umfelds, die von 96 Prozent der Kunden positiv bewertet wurde. Auch die als gut eingestuften Zusatzservices und die vergleichsweise hohe Weiterempfehlungsbereitschaft sicherten die gute Platzierung. Auf Rang drei positionierte sich Aral. Die Tankstellenkette punktete mit den höchsten Zufriedenheitswerten hinsichtlich der Shop-Gestaltung; auch die Qualität des Umfelds und die Zusatzservices überzeugten.

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  
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 1.753 Personen teil, die innerhalb der letzten sechs Monate Kunden einer Tankstelle waren. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung stand die Zufriedenheit in den Bereichen Qualität des Umfeldes, Tankstellen-Zusatzservices sowie Preise, Service, Angebot und Filialgestaltung der Shops. In das Gesamturteil flossen zudem die Aspekte Weiterempfehlungsbereitschaft sowie erlebte Ärgernisse ein. Berücksichtigt wurden alle Anbieter, zu denen sich jeweils mindestens 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf elf Unternehmen zu.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität

**Ansprechpartner:**

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: [m.hamer@disq.de](mailto:m.hamer@disq.de)

[www.disq.de](http://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.