

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Lebensmittel-Discounter 2015

Ärger über Wartezeiten – Preise überzeugen, Fleischqualität weniger – Penny-Markt ist beliebtester Discounter

Hamburg, 11.02.2015 – Lange Wartezeiten an der Kasse sind der häufigste Ärgernisgrund beim Lebensmittel-Discounter – das ergab eine aktuelle Kundenbefragung, die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat. Demnach hatte bereits jeder vierte Verbraucher schon einmal ein Einkaufs-Frusterlebnis beim Discounter. Neben den Wartezeiten wurden häufig auch ausverkaufte Sonderangebote, unfreundliches Personal sowie welches Obst und Gemüse als Gründe angeführt.

Insgesamt fallen die Discount-Supermärkte in der Kundengunst jedoch keineswegs durch. Die Gesamtergebnisse sprechen eine deutliche Sprache: Drei Unternehmen erzielten in puncto Kundenzufriedenheit das Qualitätsurteil „gut“, vier weitere schnitten mit „befriedigend“ ab. Eine nur ausreichende oder gar mangelhafte Note gab es für keinen Anbieter.

Von den Preisen der Lebensmittel-Discounter zeigten sich insgesamt beinahe 89 Prozent der Kunden überzeugt. Dieser Aspekt stellte die größte Stärke der Anbieter dar. Fünf Unternehmen erzielten hier ein sehr gutes Ergebnis, zwei weitere wurden in diesem Punkt mit „gut“ bewertet. Zudem gab mehr als die Hälfte der Befragten (rund 55 Prozent) an, mindestens einmal pro Woche beim Discounter einzukaufen. Aber nicht allein die Preise waren dafür ausschlaggebend. Fast zwei Drittel (gut 64 Prozent) der Kunden nannten als einen der Gründe die Nähe zum Filialstandort.

Doch wie beurteilten die Kunden die Lebensmittelqualität? Fleischprodukte überzeugten die Kunden am wenigsten. Mehr als 35 Prozent der befragten Verbraucher bewerteten die Fleischqualität nicht positiv. Deutlich besser schnitten andere Produktgruppen ab. Die mit Abstand höchste Kundenzufriedenheit zeigte sich anbieterübergreifend für die angebotenen Molkereiprodukte. Der Anteil an eher oder sehr zufriedenen Verbrauchern lag hier bei mehr als 84 Prozent.

Noch etwas schwächer als die Lebensmittelqualität mit insgesamt 73 Prozent zufriedene Kunden wurde jedoch ein anderer Aspekt beurteilt: das Produktsortiment. Fast 30 Prozent der Kunden gaben für Aspekte wie Markenvielfalt oder das Angebot an Bio- und exotischen Produkten keine positive Bewertung ab.

Ein Fazit zieht Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Insgesamt erzielte die Branche hinsichtlich der Kundenzufriedenheit ein befriedigendes Ergebnis. Allerdings ist ein positiver Trend unverkennbar.“ Die bewerteten Discounter erzielten aktuell 69,6 Punkte und verfehlten damit nur knapp ein gutes Resultat. Die letzte Befragung im Jahr 2013 fiel noch um einiges schlechter aus (66,0 Punkte).

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 11.02.2015, um 18:35 Uhr.

Als Sieger und damit beliebtester Lebensmittel-Discounter ging Penny-Markt mit dem Gesamturteil „gut“ aus der Befragung hervor.

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

Die Kunden zeigten sich im Unternehmensvergleich am zufriedensten mit der Qualität der Lebensmittel – insbesondere von Obst und Fleisch – sowie mit dem Service. Der Anteil an Befragten mit Ärgernissen fiel im Anbietervergleich am niedrigsten aus, und auch die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden war so ausgeprägt wie bei keinem anderen Unternehmen. Den zweiten Rang nahm Lidl mit einem ebenfalls guten Qualitätsurteil ein. Dieser Anbieter erzielte die höchsten Kundenzufriedenheitswerte hinsichtlich des Produktsortiments sowie der Filialgestaltung. Die Bewertung der Qualität der Lebensmittel fiel am zweitbesten aus; auch die Bereitschaft zur Weiterempfehlung erzielte den zweithöchsten Wert der Befragung. Auf Rang drei folgte Aldi-Süd (Qualitätsurteil: „gut“). Dieser Discounter überzeugte am meisten durch die Preise: 95 Prozent der Kunden gaben hierfür eine positive Bewertung ab – einen derart hohen Wert erzielte kein anderes Unternehmen. Jeweils den dritten Rang belegte der Anbieter bei der Beurteilung der Qualität der Lebensmittel, des Produktsortiments sowie der Filialgestaltung.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.065 Bewertungen von Kunden ein, die in den letzten zwölf Monaten bei einem Lebensmittel-Discounter eingekauft hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Verbraucher zu den Aspekten Lebensmittelqualität, Preise, Produktsortiment, Service und Filialgestaltung. Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Lebensmittel-Discounter, zu denen sich jeweils mindestens 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf sieben Unternehmen zu.

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

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
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 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.