

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Lebensmittelmärkte 2015

Discounter unschlagbar günstig – Vier Vollsortimenter mit sehr gutem Service – Kaufland ist Testsieger, Lidl bester Discounter

Hamburg, 15.10.2015 – Lebensmitteleinkauf mit satter Ersparnis ist möglich. Wer nur auf den Preis schaut, muss aber deutliche Abstriche beim Service in Kauf nehmen. Das zeigt die Studie, in der das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 14 Lebensmittelmarktketten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 15.10.2015, 18:35 Uhr*).

Teils drastische Preisunterschiede

Bei dem untersuchten Produktwarenkorb können Kunden je nach Lebensmittelmarkt bis zu rund 25 Prozent sparen. Dabei sind die Discounter preislich nicht zu toppen: In der Analyse schneidet selbst der teuerste Discounter noch besser ab als der günstigste Vollsortimenter. Insbesondere bei Obst und Gemüse sind die Preisdifferenzen erheblich. So schwankt beispielsweise der Preis für ein Kilo Tomaten im Test je nach Unternehmen zwischen 69 Cent und 3,83 Euro. Bei Grundnahrungsmitteln lässt sich dagegen kaum sparen. Die günstigsten Handelsmarken bei Butter, Mehl oder Sonnenblumenöl kosten in allen Märkten nahezu dasselbe.

Service überzeugt nicht überall

Die als Vollsortimenter geltenden Lebensmittelmärkte sind in puncto Kundenorientierung gut oder sehr gut aufgestellt. Dagegen kommen die sieben untersuchten Discounter nicht über das Serviceurteil „befriedigend“ hinaus. Defizite zeigte die Branche insgesamt bei der Kompetenz: Das Personal erteilt in den Märkten relativ viele falsche und unvollständige Auskünfte. So äußern die Mitarbeiter beispielsweise in rund zwölf Prozent der Fälle, dass Champignons nicht zum Rohverzehr geeignet seien. Beim Thema Käse (Fettgehalt in der Trockenmasse) ist im Test sogar mehr als jede vierte Auskunft nicht korrekt. Auch lange Wartezeiten an der Kasse (im Schnitt deutlich über zweieinhalb Minuten) sind ein häufiges Ärgernis. Punkten können die Lebensmittelmärkte dagegen unter anderem mit der Qualität und Frische der Lebensmittel sowie mit vielen Aktionsangeboten.

Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Wer beim Einkauf scharf kalkuliert, ist beim Discounter gut aufgehoben. Dagegen bieten die Vollsortimenter das breitere Angebot und einen deutlich besseren Service. Der Verbraucher hat die Wahl und entscheidet sicher oft, einfach beide Alternativen zu nutzen.“

Die besten Lebensmittelmärkte

Kaufland geht als Testsieger aus der Studie hervor. Das Unternehmen bietet einen sehr guten Service. Die freundlichen und hilfsbereiten Mitarbeiter beraten individuell und fachkundig. Die ansprechend gestalteten Filialen punkten auch mit einer übersichtlichen Warenpräsentation; gut befüllte Regale und Bedienungstheken mit Frischwaren (Käse, Fleisch, Backwaren) zählen zum Standard. Zudem bietet Kaufland im Test die längsten Öffnungszeiten von im Schnitt gut 15 Stunden pro Werktag. Im Preisvergleich landet der Lebensmittelmarkt direkt hinter den Discountern und ist damit der preiswerteste Vollsortimenter. Platz zwei belegt Marktkauf, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ im Service. Die Mitarbeiter überzeugen durch Hilfsbereitschaft und

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

Kompetenz. Die ansprechenden und sauberen Filialen sowie der gute Zustand der Lebensmittel fallen positiv auf. Der durchschnittliche Warenkorbpreis entsprach in etwa dem Branchenmittel – Marktkauf ist damit der zweitgünstigste Vollsortimenter. Den dritten Rang nimmt Edeka ein. Das Unternehmen besticht durch den besten Service im Test. In puncto Angebot ist der Lebensmittelmarkt mit einer großen Sorten- und Markenvielfalt, aktuellen Aktionsangeboten sowie stets vorhandenen Frischetheken führend. Auch der Zustand der angebotenen Lebensmittel überzeugt. Zudem sind die Mitarbeiter im Anbietervergleich am fachkundigsten. Lidl platziert sich auf Rang vier und ist damit bester Discounter. Der durchschnittliche Warenkorbpreis fällt mit einem Einsparpotenzial von gut sieben Prozent gegenüber dem Branchenmittelwert relativ günstig aus. Zudem beantwortet das meist freundliche und hilfsbereite Personal in den Filialen alle fachlichen Fragen korrekt. In puncto Angebot ist Lidl im Anbietervergleich jedoch weniger gut aufgestellt. Im Bereich Service erzielt neben Edeka, Marktkauf und Kaufland auch Sky das Qualitätsurteil „sehr gut“. Der günstigste Anbieter im Test ist Aldi-Nord.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte 14 überregionale Lebensmittelmärkte, die über jeweils mindestens 150 Filialen in Deutschland verfügten und in den Großräumen von mindestens zwei der vier Metropolen Berlin, Hamburg, München und Köln präsent waren. Das Testfeld setzte sich aus sieben Vollsortimentern sowie sieben Discountern zusammen. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in den Filialen eines jeden Unternehmens. Untersucht wurden dabei unter anderem das Angebot, die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter, die Wartezeiten sowie die Qualität des Umfelds. Insgesamt flossen 140 Servicekontakte in die Auswertung ein. Darüber hinaus erfolgte eine Preisanalyse. Die Basis der Preiserhebung und -bewertung bildete ein Warenkorb mit 28 Produkten. Die Analyse erfolgte in Kooperation mit der Preiszeiger Wirtschaftsinformationsdienst GmbH (Erhebungszeitraum: 06.-09.07.2015).

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Tel.: +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 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.