

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Servicestudie: Flash-Supermärkte 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 10. November 2021

# UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 11  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
m.hamer@disq.de  
www.disq.de

**Markus Hamer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT  
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: 040 27 88 91 48 12  
Fax: 040 27 88 91 48 91  
b.moeller@disqmedia.de  
www.disq.de

**Bianca Möller**  
Geschäftsführerin  
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>8</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>9</b>
Berlin	9
Überregional	12
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>15</b>
Lieferqualität	17
Service per App	18
Bestell- und Zahlungsbedingungen	19
<b>6. Methodik</b>	<b>20</b>
<b>Anhang</b>	<b>26</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## **Auftraggeber**

Nachrichtensender ntv

## **Studienumfang**

5 Flash-Supermärkte (davon 3 überregional agierend)

## **Studienzeitraum**

Juli bis September 2021

## **Analysebereich**

Lieferqualität, Service per App und Bestell- und Zahlungsbedingungen

Serviceanalyse,  
Nutzungserlebnis

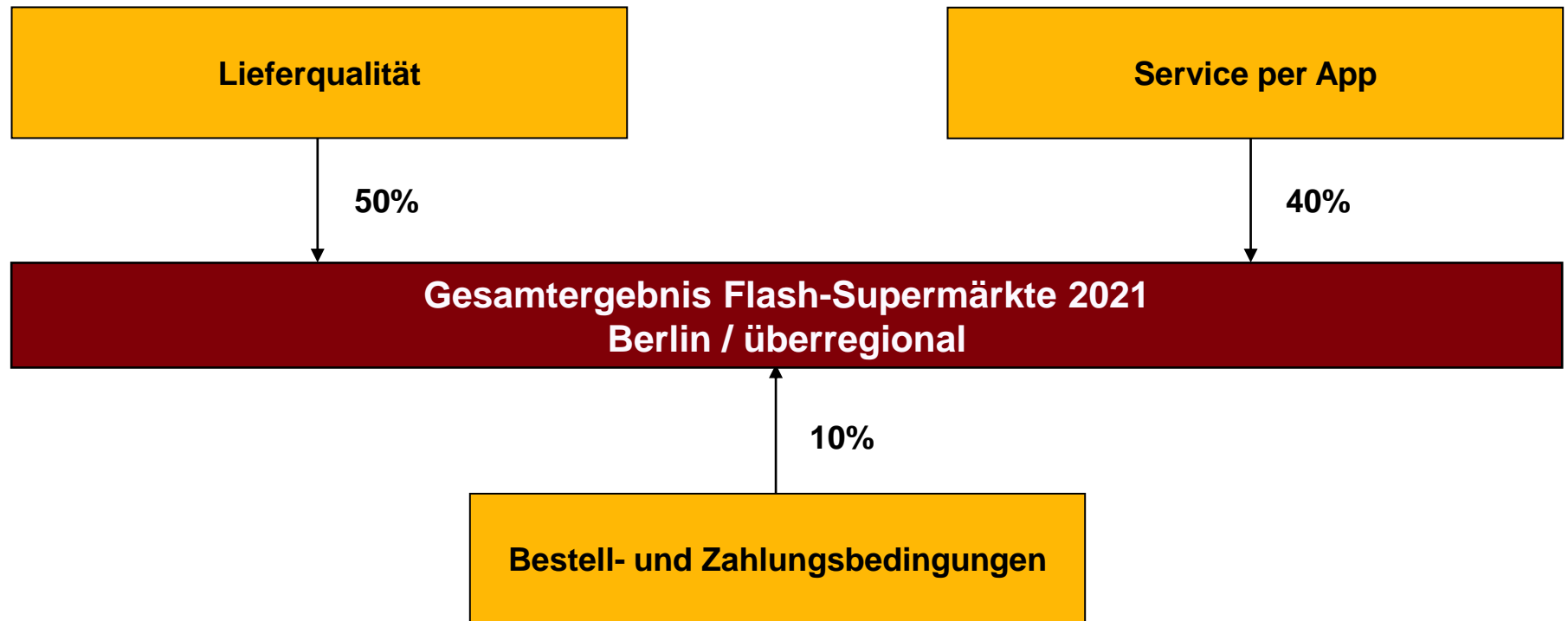
Mystery-Tests, insgesamt 54 Servicekontakte (9 bzw. 12 je Anbieter)  
Umfassende Bewertung anhand folgender Bereiche:

- 24 Tests der Lieferqualität (3 bzw. 6 je Anbieter)
  - 15 Tests der Lieferqualität in Berlin (3 je Anbieter)
  - 9 Tests der Lieferqualität überregional\* (3 je Anbieter)
- 20 Analysen des Services per App (4 je Anbieter)
  - 15 Nutzerbetrachtungen der App (3 je Anbieter)
  - 5 Analysen der Apps auf Funktionen und Inhalte (1 je Anbieter)
- 10 Analysen der Bestell- und Zahlungsbedingungen im Rahmen der Bestellung (2 je Anbieter)

\* Hier wurde jeweils ein Test pro Stadt und überregional agierenden Anbieter durchgeführt. Städte: Essen, Frankfurt am Main und München.

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Berlin</b>	Flaschenpost	Gorillas	Flink
<b>Gesamtergebnis überregional</b>	Gorillas	Flaschenpost	Flink
<b>Lieferqualität Berlin</b>	Flaschenpost	Flink	Gorillas
<b>Lieferqualität überregional</b>	Flaschenpost	Gorillas	Flink
<b>Service per App</b>	Getir, Gorillas	-	Bring
<b>Bestell- und Zahlungsbedingungen</b>	Gorillas	Flink	Flaschenpost

# 4. Gesamtergebnis Berlin

<b>Gesamtergebnis Flash-Supermärkte Berlin</b>			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Flaschenpost	85,2	sehr gut
2	Gorillas	81,9	sehr gut
3	Flink	76,0	gut
4	Getir	68,1	befriedigend
5	Bring	55,5	ausreichend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>73,3</b>	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.



# 4. Gesamtergebnis Berlin

Gesamtergebnis Flash-Supermärkte Berlin 100%			Lieferqualität 50%		Service per App 40%		Bestell- und Zahlungs- bedingungen 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	<b>Flaschenpost</b>	<b>85,2</b>	1	97,9	4	75,3	3	61,3
2	<b>Gorillas</b>	<b>81,9</b>	3	78,2	1	82,0	1	99,6
3	<b>Flink</b>	<b>76,0</b>	2	78,8	5	67,6	2	95,0
4	<b>Getir</b>	<b>68,1</b>	4	61,3	1	82,0	5	47,0
5	<b>Bring</b>	<b>55,5</b>	5	38,8	3	76,6	4	54,4
<b>Branche (Mittelwert)</b>		<b>73,3</b>	71,0		76,7		71,4	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis Überregional

Gesamtergebnis Flash-Supermärkte Überregional			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	<b>Gorillas</b>	<b>85,5</b>	<b>sehr gut</b>
2	<b>Flaschenpost</b>	<b>81,7</b>	<b>sehr gut</b>
3	<b>Flink</b>	<b>77,4</b>	<b>gut</b>
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>81,5</b>	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 4. Gesamtergebnis Überregional

Gesamtergebnis Flash-Supermärkte Überregional 100%			Lieferqualität 50%		Service per App 40%		Bestell- und Zahlungs- bedingungen 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	<b>Gorillas</b>	<b>85,5</b>	2	85,5	1	82,0	1	99,6
2	<b>Flaschenpost</b>	<b>81,7</b>	1	91,0	2	75,3	3	61,3
3	<b>Flink</b>	<b>77,4</b>	3	81,7	3	67,6	2	95,0
<b>Branche (Mittelwert)</b>		<b>81,5</b>			75,0		85,3	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

# 6. Methodik

## Hintergrund der Studie

Kleidung, Elektrogeräte oder Bücher shoppen die Deutschen schon lange online. Aber auch Lebensmittel können durch Anbieter wie Rewe und Edeka im Internet gekauft werden. Neu auf dem Markt sind Flash-Supermärkte, die den Online-Kauf schnell und bequem über Apps anbieten. Insbesondere junge Menschen lassen sich Lebensmittel und Getränke nach Hause liefern, laut Statista lag der Anteil der 18 bis 44-jährigen im Jahr 2020 bei 65 Prozent.\* Das Warenangebot der Flash-Supermärkte umfasst neben haltbaren Lebensmittel und Getränken auch Gebäck und Hygieneartikel sowie frisches Obst und Gemüse. Die Kosten der Produkte sollen sich dabei an den Preisen im stationären Einzelhandel orientieren.\*\*

Im Rahmen einer detaillierten Analyse sollte die Servicequalität von Flash-Supermärkten untersucht werden. Die zentralen Fragen: Welcher Anbieter besticht durch einen guten Service und eine reibungslose Lieferung? Welche App zeichnet sich durch eine hohe Bedienungsfreundlichkeit und Informationsdichte aus? Welches Unternehmen bietet besonders kundenfreundliche Bestell- und Zahlungsbedingungen? Und nicht zuletzt: Wo erhalten Kunden die bestellten Waren schnell, zuverlässig und in guter Qualität? Aufschluss über diese und weitere Fragen sollte die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, in welcher der Service der wichtigsten Flash-Supermärkte eingehend untersucht wurde.

\* Vgl. Statista (2020): Verteilung der Nutzer im E-Commerce-Markt für Lebensmittel und Getränke nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2020, verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/490456/umfrage/e-commerce-nutzer-im-segment-nahrungsmittel-und-getraenke-nach-alter-und-geschlecht-in-deutschland/> (Abrufdatum: 08.07.2021).

\*\* Handelsblatt.com (2021): Der nächste Investoren-Hype: Kunden erhalten binnen weniger Minuten ihre Lebensmittel, verfügbar unter: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/online-lieferdienste-der-naechste-investoren-hype-kunden-erhalten-binnen-weniger-minuten-ihre-lebensmittel-/26921754.html?ticket=ST-3727547-RITV5daPmoFrxcddaHpl-ap6> (Abrufdatum: 08.07.2021).

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Untersucht wurden Flash-Supermärkte. Diese liefern innerhalb kurzer Zeit Einkäufe, wie beispielsweise Lebensmittel, zum Kunden nach Hause. Dazu werden eigene Lager genutzt, in denen die Fahrer nach Bestelleingang die Waren zusammenpacken. Eine Bestellung wird durch die Kunden typischerweise schnell und bequem per App durchgeführt. Nur zum Teil kann auch über einen Browser bestellt werden. Aufgrund der Attraktivität der Branche drängen viele (noch) kleinere Anbieter mit ambitionierten Expansionsplänen auf den Markt. Um der aktuellen Entwicklung gerecht zu werden, wurden Anbieter berücksichtigt, welche in Berlin mindestens ein Liefergebiet mit eigenem Lager ausweisen und nach eigenen Angaben innerhalb von maximal 180 Minuten liefern. Das Produktsortiment umfasst typische Supermarktwaren wie Lebensmittel, Getränke und Waren des täglichen Bedarfs. Anbieter, deren Dienstleistung sich auf die Lieferung ohne eigenes Warenlager/-sortiment beschränkt, blieben unberücksichtigt\*.

Die Auswahl der marktrelevanten Testkandidaten erfolgte über eine umfangreiche Internetrecherche und setzt sich folgendermaßen zusammen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Bring (nur Berlin)
- Flaschenpost (Berlin, überregional)
- Flink (Berlin, überregional)
- Getir (nur Berlin)
- Gorillas (Berlin, überregional)

\* Solche Express-Lieferdienste gehen nach Bestelleingang beispielsweise in nahe gelegene oder kooperierende Supermärkte und kaufen die bestellten Waren dort ein.

# 6. Methodik

## Vorgehensweise

Um den kundenfreundlichsten Anbieter zu ermitteln, wurden die Flash-Supermärkte vom 16. August bis zum 7. September 2021 auf deren Lieferqualität, den Service per App und die Bestell- und Zahlungsbedingungen getestet. Die Eindrücke und Erlebnisse wurden mithilfe eines standardisierten Fragebogens erfasst und ausgewertet.

Für die Analyse der Lieferqualität wurden Versandtests durchgeführt, bei denen geschulte Testkunden Produkte des täglichen Bedarfs nach festen, standardisierten Vorgaben über die Apps der jeweiligen Unternehmen durchführten. Im Fokus der Bewertung standen dabei Aspekte wie die Abweichung Lieferdauer vom Lieferversprechen oder die Zustellqualität.

Der Service per App wurde anhand einer umfassenden Analyse der gebotenen speziellen Informationen und Funktionen unter die Lupe genommen. Die Analyse wurde durch Usability-Tests der Apps ergänzt, in denen die Präsentation der Informationen sowie die Bedienungs-freundlichkeit unter kontrollierten Bedingungen untersucht wurden. Es kamen standardisierte und identisch verteilte Rollenspiele zum Einsatz, welche die Testkunden auf natürliche Weise durch die Nutzung der App führten. Die Usability-Tests fanden im Rahmen der Liefertests statt.

Darüber hinaus wurden die Bestell- und Zahlungsbedingungen analysiert und bewertet, welche Neukunden bei der Appnutzung angeboten werden. Die Ausprägungen wurden ebenfalls im Rahmen der Liefertests erhoben.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Lieferqualität	100,0%	
<b>Lieferdauer</b>		<b>50,0%</b>
Abweichung genannte/tatsächliche Lieferdauer*		
Lieferversprechen vs. Tatsächliche Lieferdauer	25,0%	
Angegebene Lieferdauer in der App vs. Tatsächliche Lieferdauer	25,0%	
<b>Zustellqualität</b>		<b>50,0%</b>
Freundlichkeit des Mitarbeiters	8,0%	
Erscheinungsbild des Mitarbeiters	7,0%	
Korrekte Bestellausführung	20,0%	
Qualität und Zustand der Waren	10,0%	
Qualität und Zustand der Einkaufstasche	5,0%	

\* Ja/Nein nach Toleranz von zwei Minuten.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien



Service per App		100,0%
<b>Bedienungsfreundlichkeit und Inhalte</b>		<b>60,0%</b>
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	12,5%	
Intuitive Menüführung	12,5%	
Ansprechendes Design	7,5%	
Angemessene Inhalte/Sprache	7,5%	
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	15,0%	
Spaßfaktor/Erlebnismfaktor	5,0%	
<b>Funktionen und Inhalte</b>		<b>40,0%</b>
Angabe der AGB/Lieferbedingungen	2,0%	
Kontaktkanal (zum Support)	4,0%	
Kontaktkanal (zum Fahrer)	4,0%	
Standortbestimmung	5,0%	
Adressen speichern (mindestens zwei)	5,0%	
Angabe Lieferzeit zum aktuellen Standort	5,0%	
Favoriten merken (Artikel/Waren)	5,0%	
Anzahl Klicks bis Datenschutzerklärung	5,0%	
Anzahl Klicks bis Warensuche	5,0%	

\* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.



# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Bestell- und Zahlungsbedingungen		100,0%
<b>Bestellbedingungen</b>		<b>50,0%</b>
Öffnungszeiten	20,0%	
Mindestbestellwert (Euro)	20,0%	
Bestellbestätigung in der App	5,0%	
Bestellbestätigung per E-Mail	5,0%	
<b>Zahlungsoptionen für Erstkunden</b>		<b>50,0%</b>
PayPal (Online-Zahlungssystem mit Käuferschutz)	17,5%	
Kreditkarte (Mastercard, Visa)	12,5%	
Apple Pay	7,5%	
Google Pay	7,5%	
Andere Zahlungsarten	5,0%	

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>26</b>
Positiv	26
Negativ	27
<b>B. Lieferversprechen und Lieferdauer</b>	<b>29</b>
<b>C. Mindestbestellwerte und Liefergebühr</b>	<b>30</b>
<b>D. Preise</b>	<b>31</b>
<b>E. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>38</b>

# E. Allgemeine Methodik

## Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kundinnen und Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

# E. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“