

DOKUMENTATION - Zusammenfassung

Test: Supermärkte-Apps 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 21. Dezember 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

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

Inhaltsverzeichnis

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

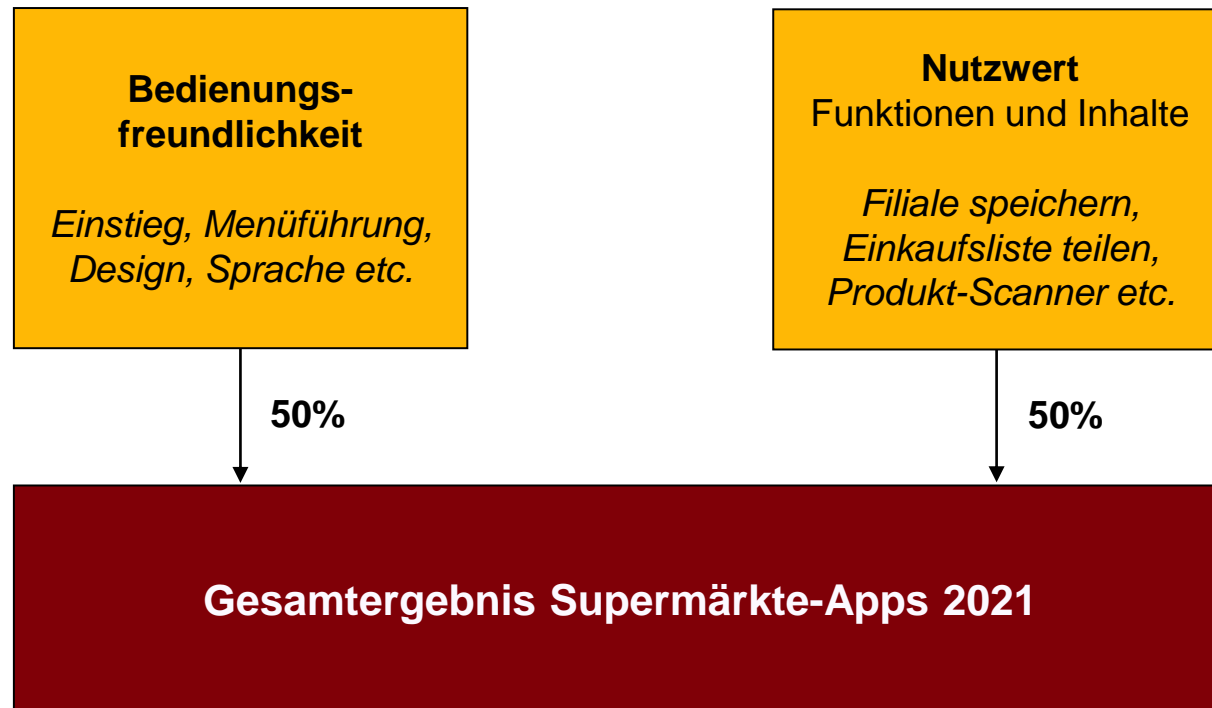
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Apps	10
5. Stärken und Schwächen der Apps	11
6. Methodik	13
7. Test-Erlebnisse	18
8. Allgemeine Methodik	20

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	12 Supermärkte-Apps
Studienzeitraum	September bis Dezember 2021
Analysebereiche	Bedienungsfreundlichkeit der App, Nutzwert der App
Serviceanalyse	Insgesamt 72 Mystery-Test-Kontakte (6 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 60 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzer (5 je Anbieter)■ 12 Experten-Analysen des Nutzwerts – Funktionen und Inhalte (1 je Anbieter)
Testbedingungen	<ul style="list-style-type: none">■ Android- und iOS-Geräte, identische Testverteilung je Anbieter■ Alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet■ Registrierung, sofern für Nutzung der Funktionen erforderlich

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Supermärkte-Apps			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Rewe	87,2	sehr gut
2	Kaufland	86,0	sehr gut
3	Edeka	82,9	sehr gut
4	Penny	82,8	sehr gut
5	Netto Marken-Discount	78,8	gut
6	Aldi Nord	75,0	gut
7	Lidl	73,2	gut
8	Globus	71,8	gut
9	Aldi Süd	70,4	gut
10	Famila	70,4	gut
11	Netto	57,0	ausreichend
12	Norma	53,8	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	74,1	

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

Untersuchungsumfang

Untersucht wurden die Apps der Supermärkte und Discounter, die mit Angeboten und Prospekten innerhalb ihrer App werben. Das Anfertigen von Einkaufslisten durch Hinzufügen von Waren und die Suche nach Filialen in der Umgebung wurden als App-Funktionen vorausgesetzt. Es wurden nur solche Apps berücksichtigt, die sowohl im Apple App-Store als auch im Google Play-Store verfügbar waren. Es wurden nur die Apps jener Unternehmen untersucht, die deutschlandweit mehr als 40 Filialen haben. Als relevant wurden zudem Apps eingestuft, die mehr als 100.000 Downloads im Google Play-Store ausweisen. Die Apps, die sich auf mobile Bezahlung oder mobile Bestellung von Lebensmitteln nach Hause beschränken, blieben unberücksichtigt.

Die Untersuchung umfasste die zwölf Apps folgender Supermärkte (in alphabetischer Reihenfolge):

- Aldi Nord
- Aldi Süd
- Edeka
- Famila
- Globus
- Kaufland
- Lidl
- Netto
- Netto Marken-Discount
- Norma
- Penny
- Rewe

6. Methodik

Vorgehensweise

Im Rahmen eines umfassenden Tests wurden die Bereiche Bedienungsfreundlichkeit der App sowie der Nutzwert (Funktionen und Inhalte) der App untersucht.

Ein Usability-Test in Form einer Nutzerbetrachtung gab Aufschluss über die Bedienungsfreundlichkeit der App. Anhand eines festen Kriterienkatalogs wurde ermittelt, wie einfach der Einstieg in die App gestaltet ist, wie intuitiv und komfortabel die Nutzung der App ist, ob die Informationen gut aufbereitet sind oder inwiefern das Design überzeugt. Pro Unternehmen wurden fünf umfassende Nutzerbetrachtungen durchgeführt. Um die Anwendungen möglichst präzise beurteilen zu können, führen die geschulten Testnutzer themenspezifische Aufgaben durch, etwa einen Artikel auf die Einkaufsliste setzen oder eine bestimmte Filiale auswählen und wenn möglich speichern. Die Analyse der Apps erfolgte sowohl auf Android- als auch auf iOS-Geräten, dabei lag jeder App eine identische Testverteilung zugrunde.

Im Zuge einer Nutzwert-Analyse betrachten Experten aus der Perspektive von App-Nutzern die themenbezogenen Informationen und Funktionen. Die Erhebung/Validierung der Kriterien erfolgte ebenfalls in zwei Betriebssystemen: Android und iOS.

Sofern eine Registrierung notwendig war, um alle Funktionalitäten der App nutzen zu können, wurde diese durchgeführt. Ebenso wurden der App alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet, wie etwa die Standortfreigabe, um eine optimale Funktionalität zu ermöglichen.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

App-Test	100,0%
Bedienungsfreundlichkeit	50,0%
Nutzwert - Funktionen und Inhalte	50,0%

Bedienungsfreundlichkeit	100,0%
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	25,0%
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	20,0%
Intuitive Menüführung	20,0%
Ansprechendes Design	12,5%
Angemessene Inhalte/Sprache	12,5%
Spaßfaktor/Erlebnisfaktor	10,0%

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte	100,0%
Ausgewählte Filiale speichern	8,0%
Bonusprogramme (Deutschland Card, Payback etc.)	8,0%
Einkaufsliste mit Kontakten teilen	8,0%
Rezepte	8,0%
Öffnungszeiten (ausgewählte Filiale)	7,0%
Produkt-Scanner	7,0%
Explizite Zusage zu Datenschutzerklärung	7,0%
FAQ/Hilfebereich	7,0%
Coupons/Rabatte	
In der App verfügbar	7,0%
Ohne Registrierung einlösbar	3,0%
Push-Benachrichtigung (z.B. bei neuen Angeboten, Prospekten, Coupons)	6,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Datenschutzerklärung	8,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Einkaufsliste	8,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Öffnungszeiten	
Bis Angaben zum aktuellen Tag	4,0%
Bis Angaben für die gesamte Woche	4,0%

6. Methodik

Getestete Apps

Unternehmen	Bezeichnung im App-Store (iOS/Apple)	Bezeichnung im Google Play-Store (Android)
Aldi Nord	ALDI Nord	ALDI Nord Angebote & Einkaufsliste
Aldi Süd	ALDI SÜD Angebote & Prospekte	ALDI SÜD Angebote & Prospekte
Edeka	EDEKA	EDEKA
Famila	famila Nordost	famila Nordost
Globus	Mein Globus	Mein Globus – Kundenkarte & Gutscheine
Kaufland	Kaufland: Angebote & Prospekte	Kaufland – Angebote, Prospekte & Einkaufsliste
Lidl	Lidl - Onlineshop	Lidl – Onlineshop, Prospekte & Angebote
Netto	Netto	Netto+
Netto Marken-Discount	Netto-App	Netto-App
Norma	NORMA	NORMA
Penny	PENNY Coupons & Angebote	PENNY Angebote, Coupons & Einkaufsliste
Rewe	REWE Angebote & Lieferung	REWE – Online Shop & Märkte
Testzeitraum	29. Oktober – 5. November 2021	29. Oktober – 5. November 2021

8. Allgemeine Methodik

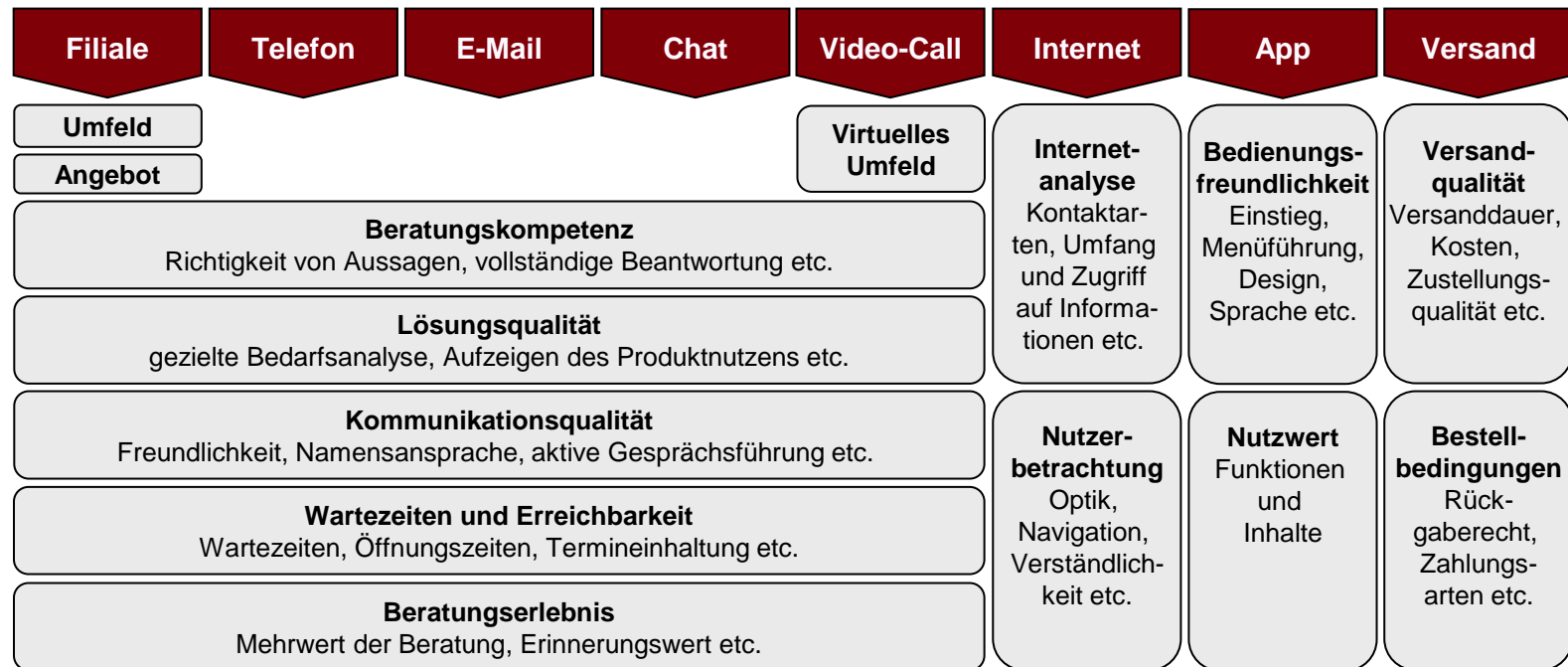
Service-tests

- **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, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

8. 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 Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“