

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Test: Baumärkte-Apps 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Hamburg, 21. November 2022

# 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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
<b>Verantwortung</b>	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

# Inhaltsverzeichnis

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

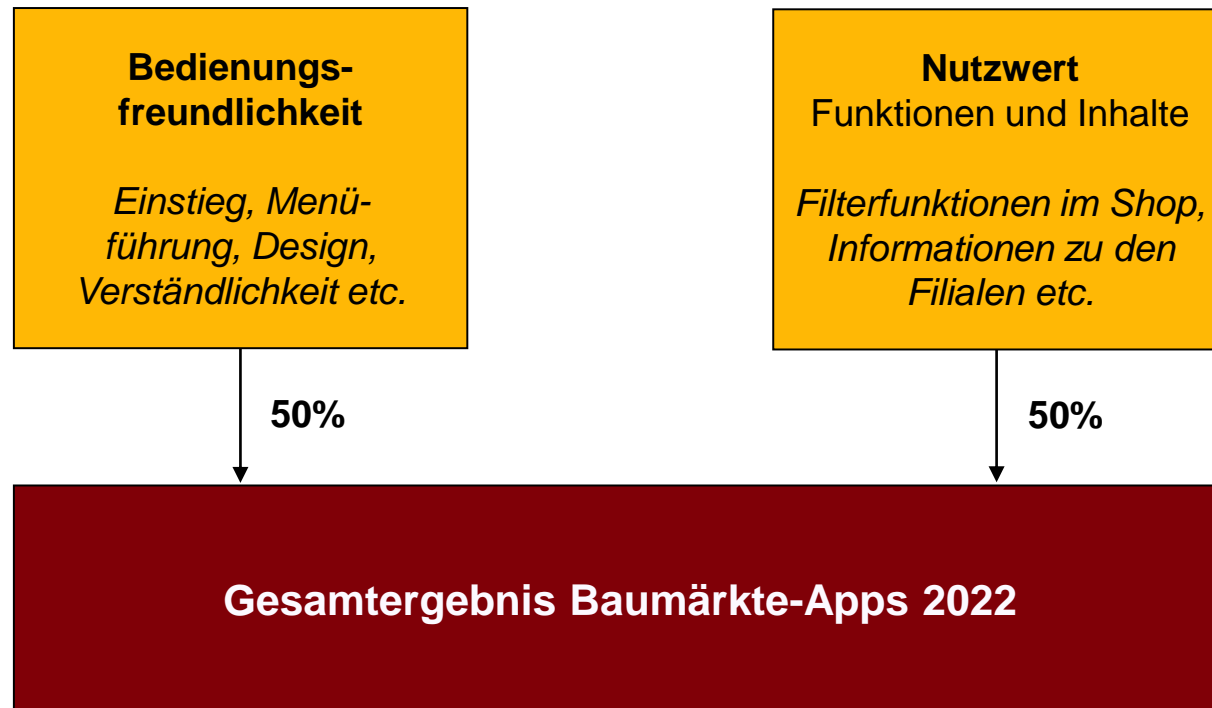
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Gesamtergebnis</b>	<b>8</b>
<b>4. Die besten Apps</b>	<b>10</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Apps</b>	<b>11</b>
<b>6. Methodik</b>	<b>13</b>
<b>7. Test-Erlebnisse</b>	<b>19</b>
<b>8. Allgemeine Methodik</b>	<b>21</b>
<b>9. Klimaneutralität</b>	<b>23</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Studienumfang</b>	5 Baumärkte-Apps
<b>Studienzeitraum</b>	September bis November 2022
<b>Analysebereiche</b>	Bedienungsfreundlichkeit der App, Nutzwert der App Insgesamt 35 Mystery-Test-Kontakte (7 je Anwendung) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 25 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzerinnen und Nutzer (5 je Anwendung)</li><li>■ 10 Experten-Analysen des Nutzwerts – Funktionen und Inhalte (2 je Anwendung)</li></ul>
<b>Testbedingungen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Android- und iOS-Geräte, identische Testverteilung je Anwendung</li><li>■ Alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet</li><li>■ Registrierung, sofern für Nutzung der Funktionen erforderlich</li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Die Untersuchung umfasste Apps von Baumärkten, die auch im deutschen Raum Filialen betreiben, die App in deutscher Sprache, mit integriertem Online-Shop und Standortfinder anbieten. Nicht Teil der Untersuchung waren Apps, die sich an gewerbliche Kunden richten, sich auf eine Teil-Fachrichtung spezialisieren (OBI-VR, BAUHAUS Umzugshelfer) oder zur Vermittlung von Dienstleistungen dienen. Ebenfalls unberücksichtigt blieben darüber hinaus Apps, die Werkzeuge und Materialien vermieten (Toolbox), Anzeigen-Marktplätze mit einem umfassenden Portfolio, deren Schwerpunkt aber nicht auf dem gewerblichen Angebot von Neuware liegt (Ebay-Kleinanzeigen.de, Meinstadt.de). Apps, die auf Basis einer Meta-Suche – sprich, mit Partnern zusammenarbeiten und auf deren Website zum konkreten Inserat weiterleiten – wurden nicht untersucht (Beispiel: MeinProspekt, kaufDa). Die Auswahl der marktrelevanten Testkandidaten erfolgte über eine umfangreiche Internetrecherche. In das Untersuchungssample wurden die Baumärkte-Apps aufgenommen, die die obigen Kriterien erfüllen und die mindestens 100.000 Downloads im Google Play-Store vorwiesen.

Die Untersuchung umfasste folgende fünf Baumärkte-Apps (in alphabetischer Reihenfolge):

- Globus Baumarkt
- Obi
- Hagebaumarkt
- Toom Baumarkt
- Hornbach

# 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 und inwiefern das Design überzeugt. Pro Anwendung wurden fünf umfassende Nutzerbetrachtungen durchgeführt. Um die Anwendungen möglichst präzise beurteilen zu können, führten die geschulten App-Nutzerinnen und App-Nutzer themenspezifische Aufgaben durch, etwa die Suche eines Produkts im Shop nach vorgegebenen Kriterien und das Prüfen dessen Verfügbarkeit in einem Markt in der Umgebung.

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 betrachteten Expertinnen und Experten aus der Perspektive von App-Nutzern die themenbezogenen Informationen und Funktionen. Die Erhebung und Validierung der Kriterien erfolgte ebenfalls über die zwei Betriebssysteme Android und iOS.

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



# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>App-Test</b>	<b>100,0%</b>	
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Nutzwert - Funktionen und Inhalte		50,0%
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>	<b>100,0%</b>	
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	20,0%	
Intuitive Menüführung	20,0%	
Ansprechendes Design	20,0%	
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	15,0%	
Umfang und Verständlichkeit der Inhalte	15,0%	
Erlebnisfaktor	10,0%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte	100,0%
Filterfunktionen im Shop	
Filter nach Preis	2,0%
Filter nach Verfügbarkeit in gewähltem Markt	2,0%
Filter nach Markenname	2,0%
Filter nach Produktbewertung	2,0%
Informationen zu den Filialen	
Informationen zu Öffnungszeiten	3,0%
Filialsuche nach Standort	3,0%
Filialsuche mit Adresseingabe/PLZ	2,0%
Navigation zum Markt	2,0%
Angebote / Aktuelles Prospekt	5,0%
Beratungstermin im Markt buchen	5,0%
Persönlicher Kundenbereich	
Bisherige Bestellungen	2,0%
Permanenter Warenkorb*	2,0%
Favoriten/Merkliste	2,0%
Rechnung bisheriger Einkäufe	2,0%
Kundenkarte / Rabatt für registrierte Kunden	5,0%
App-Service im Markt	
Verfügbarkeit von Leihmaterialien	4,0%
In App vorbestellen - im Markt abholen	3,0%

\* Produktauswahl sollte nach Schließen und erneutem Öffnen der App weiterhin im Warenkorb sein.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte (Fortsetzung)	
Barcode-Scanner / Produkt-Scanner	2,0%
Markt-Navi / Marktplan	2,0%
Weitere Service-Angebote	
Online Video-Beratung	5,0%
3D-Platzierung von Möbeln im Raum	2,0%
In-App-Funktion Materialrechner	1,0%
In-App-Funktion Wasserwaage	1,0%
Ratgeber	
DIY-Projekte	2,0%
Saisonale Pflanzen	2,0%
Garten	2,0%
Bauen und Renovieren	2,0%
Küche und Bad	2,0%
FAQ/Hilfereich	5,0%
Datenschutzerklärung (allgemein in der App)	3,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Datenschutzerklärung	7,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis zum Shop	7,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis zur Standortsuche	7,0%

# 6. Methodik

## Getestete Apps

Anwendung	Anbieter	Bezeichnung im App-Store (iOS/Apple)	Bezeichnung im Google Play-Store (Android)
<b>Globus Baumarkt</b>	Globus Fachmaerkte	Globus Baumarkt	Globus Baumarkt
<b>Hagebaumarkt</b>	hagebau connect	hagebau shop	hagebau
<b>Hornbach</b>	Hornbach Baumarkt	HORNBACH	HORNBACH
<b>Obi</b>	OBI	heyOBI: DIY-Projekte mit OBI	heyOBI: DIY-Projekte mit OBI
<b>Toom Baumarkt</b>	toom Baumarkt	toom	toom

Testzeitraum: 21. September - 6. Oktober 2022

# 8. Allgemeine Methodik

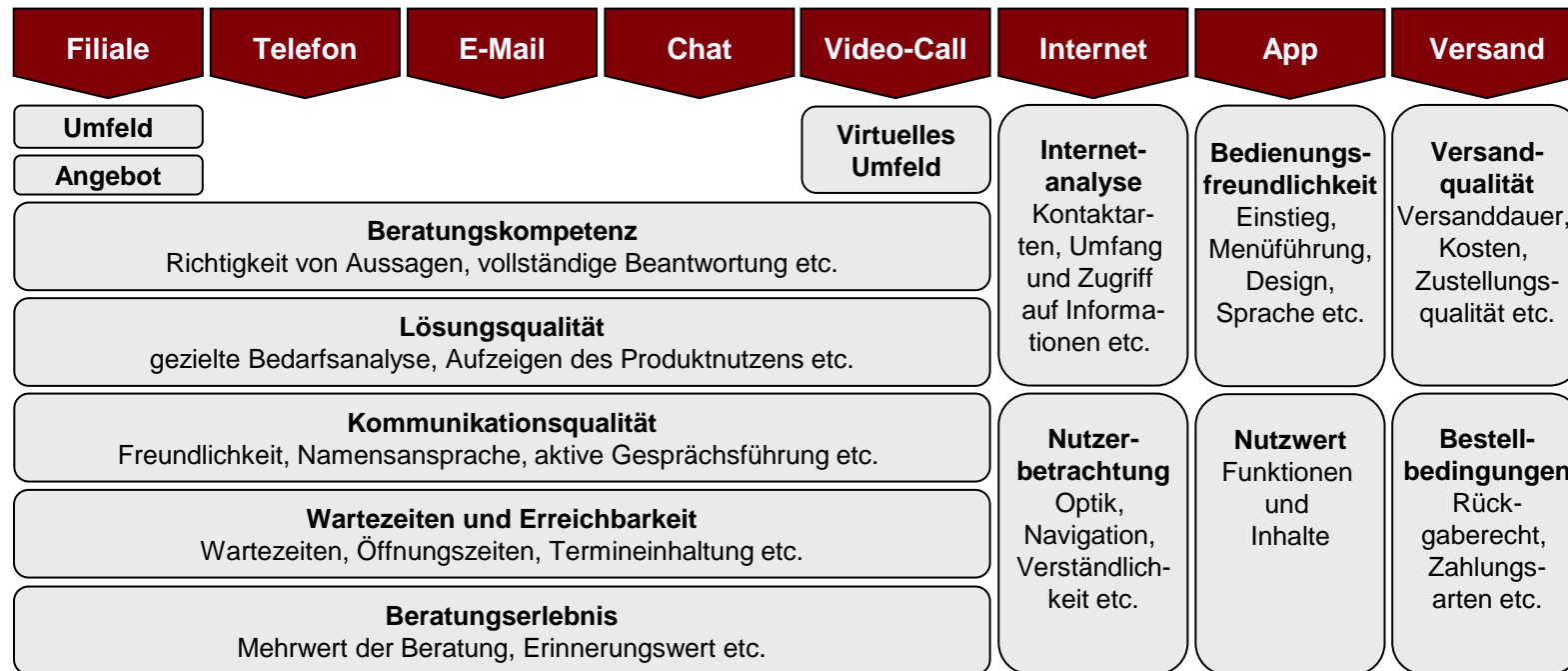
## Service-tests

- **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 Kundinnen und 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 Testerinnen und 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 Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

# 8. Allgemeine Methodik

## Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



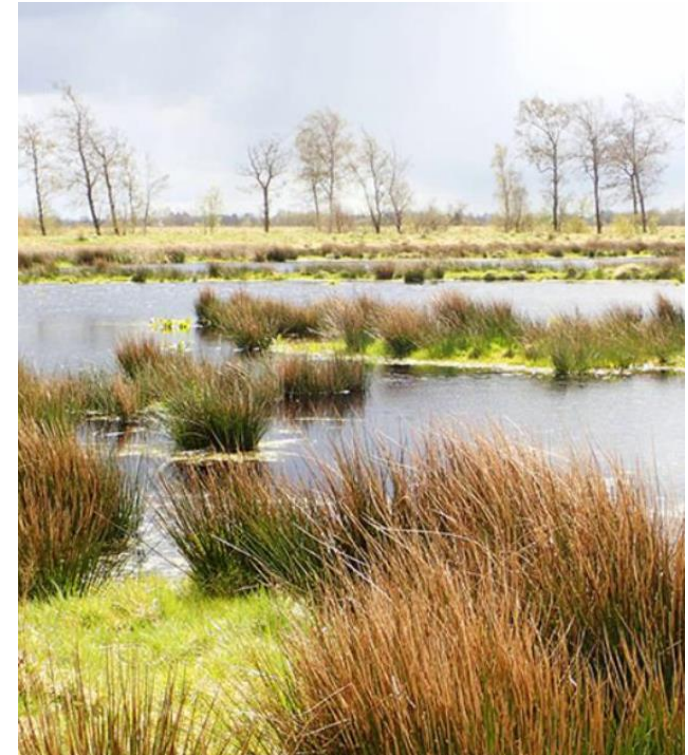
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

# 9. Klimaneutralität

## Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein