

## PRESSEMITTEILUNG

### Kundenbefragung: Lebensmittelmärkte 2023

**DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG**  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 0  
info@disq.de, www.disq.de

### **Qualität und Produktsortiment punkten besonders – Preise werden kritischer gesehen – Rewe auf Platz eins**

**Hamburg, 08.11.2023** – In Inflationszeiten lassen die preissensiblen Kundinnen und Kunden ihren Lebensmittelmärkte links liegen und gehen lieber zum Discounter? Nicht unbedingt – zum einen sind Rewe, Edeka & Co. mit eigenen Handelsmarken längst auch im günstigen Preissegment präsent, zum anderen ist die Kundenzufriedenheit hier häufig hoch. Das zeigt die aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders ntv (*Veröffentlichungshinweis: [www.ntv.de/tests](http://www.ntv.de/tests)*).

Erfreulich für die Branche: Die Lebensmittelmärkte schneiden in der Befragung mit 71,9 Punkten insgesamt „gut“ ab. Acht Unternehmen sichern sich dieses Qualitätsurteil, zwei weitere erzielen ein befriedigendes Ergebnis. Dabei punkten insbesondere die Qualität der Lebensmittel und das Produktsortiment bei der Kundschaft: Gut 81 Prozent beziehungsweise annähernd 79 Prozent der Befragten zeigen sich hiermit eher oder sogar sehr zufrieden. So erreichen die bewerteten Unternehmen bei diesen beiden Aspekten durchweg gute – vereinzelt sogar sehr gute – Resultate.

#### **Preissensible Kundinnen und Kunden**

Angesichts der deutlichen Preissteigerungen bei Lebensmitteln verwundert es kaum, dass die Befragten die Preise als den kritischsten Aspekt sehen. Über 40 Prozent der Bewertungen zu den Preisen der Lebensmittelmärkte fallen nicht positiv aus. Andererseits bekunden aber fast 58 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher ihre generelle Bereitschaft, für qualitativ hochwertige Lebensmittel mehr zu bezahlen. Fast zwei Drittel der Befragten erklärten zudem, dass ihnen dort das Angebot an regionalen Produkten wichtig ist. Warum sich die Befragten aber konkret für einen Lebensmittelmärkte entscheiden, hat nicht selten einen ganz pragmatischen Grund: die bequeme Erreichbarkeit. Für mehr als 53 Prozent der Befragten war dieser Aspekt ein (mit)entscheidender Faktor.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Die Lebensmittelmärkte punkten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern in vielen Bereichen; trotz stark gestiegener Lebensmittelpreise ist die Kundenzufriedenheit insgesamt hoch. Häufig äußern die Befragten allerdings den Wunsch nach mehr Sonderangeboten und Aktionswaren.“

#### **Ranking der Lebensmittelmärkte**

Rewe erzielt mit dem Qualitätsurteil „gut“ die höchste Kundenzufriedenheit unter den bewerteten Lebensmittelmärkten. Der Anbieter punktet hinsichtlich der Qualität der Lebensmittel sowie der Filialgestaltung (jeweils Rang eins) und erreicht mehr als 89 Prozent bzw. über 88 Prozent positive Bewertungen. Auch Service und Produktsortiment überzeugen die Befragten hier am meisten. Zudem ist die Weiterempfehlungsbereitschaft mit einem Net Promoter Score von +46,4 im Anbietervergleich am höchsten ausgeprägt.

Edeka belegt den zweiten Rang, ebenfalls mit einem guten Qualitätsurteil. Als größte Stärke der Lebensmittelmärkte-Kette kristallisiert sich die Lebensmittel-

#### **Geschäftsführung:**

Markus Hamer, Dimitri Geibel

#### **Beirat:**

Brigitte Zypries (Vorsitz),  
Prof. Dr. Michel Clement,  
Jochen Dietrich, Judith Klose

Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009

#### **Persönlich haftende Gesellschafterin:**

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

qualität heraus. Mit Aspekten wie der Frische und dem Geschmack der Produkte zeigten sich mehr als 86 Prozent der Befragten zufrieden und der genossenschaftliche Unternehmensverbund erreicht hier Platz zwei. Auch in puncto Service sowie der Filialgestaltung schneidet Edeka mit dem im Vergleich zweitbesten Ergebnis ab.

Gesamtrang drei nimmt Globus SB-Warenhäuser (Qualitätsurteil: „gut“) ein und belegt damit in der Kategorie der SB-Warenhäuser Platz eins. Vor allem mit der Qualität der Lebensmittel zeigen sich die Kundinnen und Kunden zufrieden – über 86 Prozent der Befragten bewerten diese positiv. Auch der Service wird größtenteils positiv bewertet. Die niedrigste Ärgernisquote aller Lebensmittelmärkte sowie eine relativ hohe Weiterempfehlungsbereitschaft (NPS = +28,2) tragen ebenfalls zum guten Abschneiden bei.

Unter den SB-Warenhäusern platzieren sich Hit vor Marktkauf auf den Plätzen zwei und drei – beide sichern sich ebenfalls das Kundenurteil „gut“.

Weitere Lebensmittelmärkte mit mindestens 100 eingegangenen Kundenmeinungen (alphabetisch): Famila, K+K Klaas & Kock, Kaufland, Real und Tegut.

### **Fakten zur Befragung**

In die Kundenbefragung über ein Online-Access-Panel flossen 1.159 Bewertungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern ein, die in den letzten sechs Monaten in einem Lebensmittelmarkt (Discounter ausgenommen) eingekauft hatten. Im Mittelpunkt der Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Aspekten Preise, Qualität der Lebensmittel, Service, Filialgestaltung und Produktsortiment. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse in das Gesamturteil ein. In der Einzelauswertung wurden alle Filialisten berücksichtigt, zu denen sich mindestens 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf zehn Lebensmittelmärkte-Ketten zu.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

### **Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Leiter Kommunikation und Media Relations  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@disq.de – Internet: 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. Über 2.000 geschulte Testerinnen und 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. Den Verbrauchern liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für ihre 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.