



ServiceAtlas Gartencenter 2015

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 29 Gartencenter

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai 2015
Stichprobe	n = 1.782 Kunden mit insgesamt 2.799 Urteilen zu 29 Gartencentern (Online-Befragung; Bewertung von bis zu 2 Gartencentern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten eingekauft haben)
Auswertung	<p><u>Detailergebnisse für 19 Gartencentern</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • AMOFLOR (n=82) • Bellandris Gartencenter (n=119) • Blumen RissE (n=110) • Dehner Gartencenter (n=124) • Dinger's Gartencenter (n=91) • Floraland (n=115) • Fricke's Gartencenter (n=68) • Gartencenter Augsburg (n=113) • Gartencenter Brockmeyer (n=88) • Garten-Center Kremer (n=62) • Gartencenter Münsterland (n=70) • Gartencenter Samen-Schmitz (n=77) • grün erleben (n=116) • Meckelburg (n=103) • Nordharz / Grünwald (n=97) • Pflanzen Mauk Gartencenter (n=116) • Pflanzen-Kölle Gartencenter (n=121) • Schley's Blumenparadies (n=85) • Wassenaar (n=97) <p><u>Detailergebnisse für 10 Baumarkt-Gartencentern</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • BI DISCOUNT-Baumarkt (n=65) • BAUHAUS (n=115) • BayWa (n=84) • GLOBUS Baumarkt (n=90) • hagebau (n=116) • hela Profi Zentrum (n=77) • Hellweg (n=77) • HORNBACH (n=95) • OBI (n=114) • toom BauMarkt (n=112)
Gesamtumfang	312 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Ruf und Image
Kundenorientierte Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit von Mitarbeitern • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Kompetenz der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Vollständigkeit der Beratung
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Serviceleistungen • Umtausch und Rückgabemöglichkeiten • Schnelligkeit bei Bedienung und Kassen • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen
Verständliche Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Beratung • Orientierung auf der Homepage • Informationsgehalt der Werbematerialien • Glaubwürdigkeit der Werbung

Studiendesign (II)

Sortiment und Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl an Blumen und Pflanzen • Qualität der Blumen und Pflanzen • Auswahl an Gartengeräten und -zubehör • Qualität von Gartengeräten und -zubehör • Verfügbarkeit der Produkte
Attraktivität der Gartencenter	<ul style="list-style-type: none"> • Übersichtlichkeit / Orientierungshilfen • Atmosphäre der Filialen • Räumliche Großzügigkeit • Sauberkeit und Ordentlichkeit • Übersichtlichkeit und Sortierung der Produkte
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Sonderangebote / Aktionen
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> • Räumliche Nähe / Erreichbarkeit • Öffnungszeiten

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierte Mitarbeiter

- Verfügbarkeit von Mitarbeitern
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Kompetenz der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Vollständigkeit der Beratung

Kundenservice

- Serviceleistungen
- Umtausch und Rückgabemöglichkeiten
- Schnelligkeit bei Bedienung und Kassen
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen

Verständliche Kommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Beratung
- Orientierung auf der Homepage
- Informationsgehalt der Werbematerialien
- Glaubwürdigkeit der Werbung

Sortiment und Produkte

- Auswahl an Blumen und Pflanzen
- Qualität der Blumen und Pflanzen
- Auswahl an Gartengeräten und -zubehör
- Qualität von Gartengeräten und -zubehör
- Verfügbarkeit der Produkte

Attraktivität der Gartencenter

- Übersichtlichkeit / Orientierungshilfen
- Atmosphäre der Filialen
- Räumliche Großzügigkeit
- Sauberkeit und Ordentlichkeit
- Übersichtlichkeit und Sortierung der Produkte

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Sonderangebote / Aktionen

Auszeichnung Gartencenter (I)

GESAMT		Kundenorientierte Mitarbeiter		Kundenservice		Verständliche Kommunikation	
sehr gut	Pflanzen Mauk Gartencenter	sehr gut	Pflanzen Mauk Gartencenter	sehr gut	Bellandris Gartencenter	sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter
sehr gut	AMOFLOR	sehr gut	Meckelburg	sehr gut	Gartencenter Brockmeyer	sehr gut	Gartencenter Samen-Schmitz
sehr gut	Bellandris Gartencenter	sehr gut	grün erleben	sehr gut	Pflanzen Mauk Gartencenter	sehr gut	Floraland
sehr gut	Fricke's Gartencenter	sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter	sehr gut	Fricke's Gartencenter	sehr gut	Blumen Risse
sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter	sehr gut	Gartencenter Samen-Schmitz	sehr gut	BAUHAUS	sehr gut	Fricke's Gartencenter
sehr gut	Dinger's Gartencenter	sehr gut	Floraland	sehr gut	Dinger's Gartencenter	sehr gut	Bellandris Gartencenter
sehr gut	grün erleben	sehr gut	Dinger's Gartencenter	sehr gut	AMOFLOR	sehr gut	Gartencenter Brockmeyer
sehr gut	Floraland	sehr gut	Bellandris Gartencenter	gut	grün erleben	sehr gut	AMOFLOR
sehr gut	Gartencenter Brockmeyer	sehr gut	AMOFLOR	gut	Floraland	sehr gut	Dinger's Gartencenter
sehr gut	Gartencenter Samen-Schmitz	sehr gut	Blumen Risse	gut	Meckelburg	gut	grün erleben
gut	Meckelburg	gut	Gartencenter Brockmeyer	gut	GLOBUS Baumarkt	gut	Gartencenter Münsterland
gut	Blumen Risse	gut	Fricke's Gartencenter	gut	Gartencenter Samen-Schmitz	gut	Schley's Blumenparadies
gut	BAUHAUS	gut	Schley's Blumenparadies	gut	Blumen Risse	gut	Meckelburg
gut	Gartencenter Münsterland	gut	Gartencenter Münsterland	gut	Nordharz / Grünwald	gut	Dehner Gartencenter
gut	Schley's Blumenparadies	gut	BayWa		Gartencenter Münsterland	gut	BAUHAUS
gut	GLOBUS Baumarkt	gut	BAUHAUS		Garten-Center Kremer	gut	Pflanzen Mauk Gartencenter
gut	Dehner Gartencenter	gut	Nordharz / Grünwald		HORNBACH	gut	HORNBACH
gut	Garten-Center Kremer		Garten-Center Kremer		Pflanzen-Kölle Gartencenter		BayWa
	Nordharz / Grünwald		Dehner Gartencenter		BayWa		Nordharz / Grünwald
	HORNBACH		GLOBUS Baumarkt		Schley's Blumenparadies		Garten-Center Kremer
	Gartencenter Augsburg		Gartencenter Augsburg		Dehner Gartencenter		hagebau
	hagebau		hagebau		Wassenaar		Gartencenter Augsburg
	BayWa		HORNBACH		hagebau		Wassenaar
	Wassenaar		Wassenaar		Gartencenter Augsburg		GLOBUS Baumarkt
	OBI		OBI		OBI		OBI
	hela Profi Zentrum		toom BauMarkt		hela Profi Zentrum		toom BauMarkt
	toom BauMarkt		hela Profi Zentrum		toom BauMarkt		hela Profi Zentrum
	Hellweg		Hellweg		Hellweg		Hellweg
	BI DISCOUNT-Baumarkt		BI DISCOUNT-Baumarkt		BI DISCOUNT-Baumarkt		BI DISCOUNT-Baumarkt

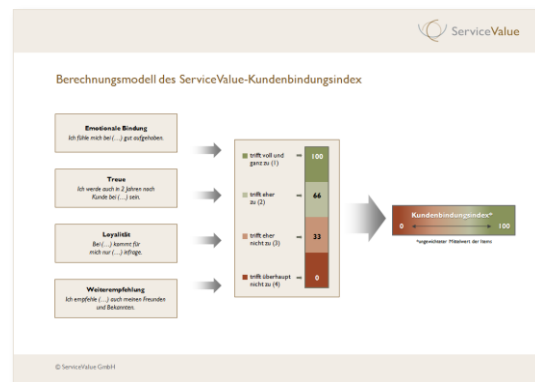
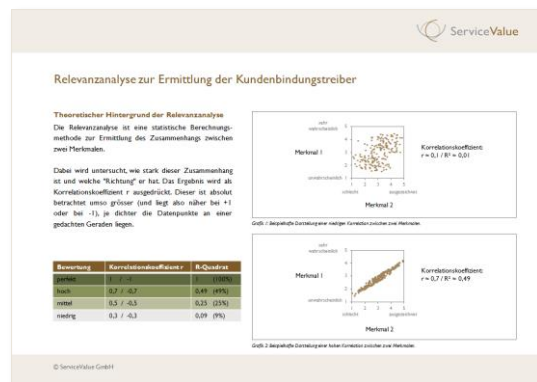
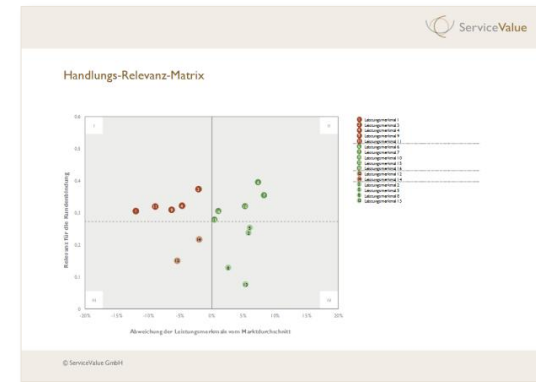
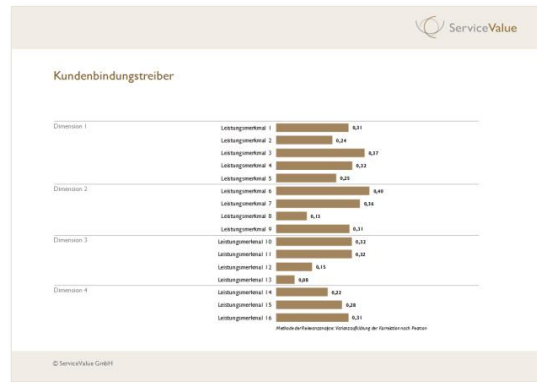
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Auszeichnung Gartencenter (II)

Sortiment und Produkte		Attraktivität der Gartencenter		Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Schley's Blumenparadies	sehr gut	Pflanzen Mauk Gartencenter	sehr gut	GLOBUS Baumarkt
sehr gut	Bellandris Gartencenter	sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter	sehr gut	Garten-Center Kremer
sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter	sehr gut	Gartencenter Brockmeyer	sehr gut	AMOFLOR
sehr gut	Dinger's Gartencenter	sehr gut	Schley's Blumenparadies	sehr gut	grün erleben
sehr gut	Gartencenter Münsterland	sehr gut	BAUHAUS	sehr gut	Blumen Risse
sehr gut	Dehner Gartencenter	sehr gut	AMOFLOR	gut	Gartencenter Samen-Schmitz
gut	Fricke's Gartencenter	sehr gut	Dinger's Gartencenter	gut	Fricke's Gartencenter
gut	Pflanzen Mauk Gartencenter	sehr gut	Bellandris Gartencenter	gut	Meckelburg
gut	Floraland	gut	GLOBUS Baumarkt	gut	Floraland
gut	Gartencenter Brockmeyer	gut	grün erleben	gut	HORNBACH
gut	grün erleben	gut	Fricke's Gartencenter	gut	BAUHAUS
gut	AMOFLOR	gut	Gartencenter Münsterland	gut	Pflanzen Mauk Gartencenter
gut	Nordharz / Grünwald	gut	Blumen Risse	gut	BI DISCOUNT-Baumarkt
gut	Gartencenter Samen-Schmitz	gut	Dehner Gartencenter	gut	hagebau
	Meckelburg	gut	Gartencenter Augsburg	gut	hela Profi Zentrum
	BAUHAUS	gut	Floraland		Nordharz / Grünwald
	Blumen Risse	gut	Meckelburg		Gartencenter Münsterland
	Gartencenter Augsburg	gut	Garten-Center Kremer		Gartencenter Augsburg
	Garten-Center Kremer		Gartencenter Samen-Schmitz		Pflanzen-Kölle Gartencenter
	Wassenaar		Nordharz / Grünwald		OBI
	GLOBUS Baumarkt		HORNBACH		Dinger's Gartencenter
	BayWa		hagebau		Wassenaar
	HORNBACH		BayWa		Bellandris Gartencenter
	OBI		OBI		toom BauMarkt
	hagebau		Hellweg		Dehner Gartencenter
	hela Profi Zentrum		hela Profi Zentrum		Gartencenter Brockmeyer
	toom BauMarkt		Wassenaar		BayWa
	Hellweg		toom BauMarkt		Hellweg
	BI DISCOUNT-Baumarkt		BI DISCOUNT-Baumarkt		Schley's Blumenparadies

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

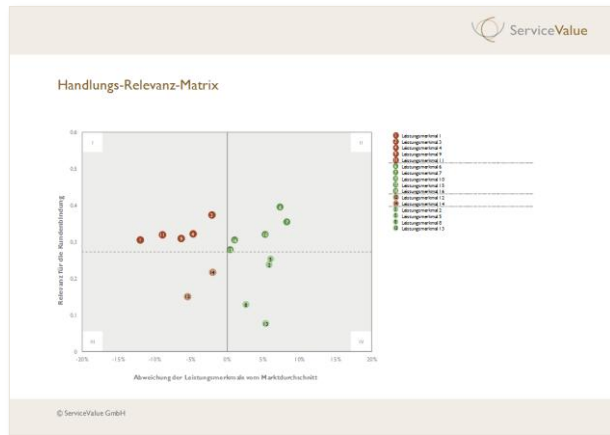
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



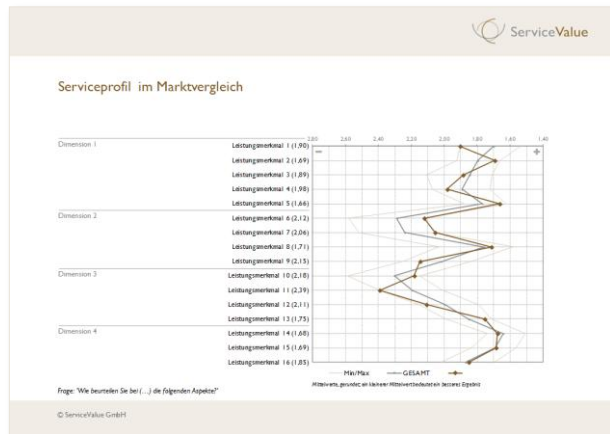
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

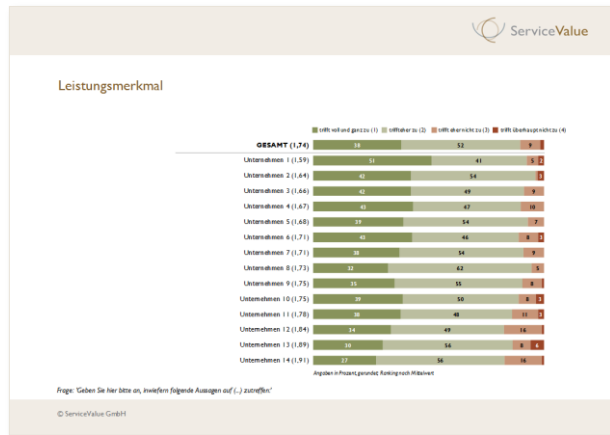


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Gartencenter 2015.
Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Gartencenter 2015 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (312 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.300,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Gartencenter 2015 (312 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation vor Ort
zum Preis von 4.300,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten



Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Kruwt - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de