



ServiceAtlas Gartencenter 2016

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 30 Gartencenter

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	April / Mai 2016
Stichprobe	n = 1.980 Kunden mit insgesamt 3.044 Urteilen zu 30 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 Gartencenter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • AMOFLOR (n=114) • Bellandris Gartencenter (n=119) • Blumen Risse (n=119) • Dehner Gartencenter (n=114) • Dinger´s Gartencenter (n=95) • Floraland (n=116) • Fricke´s Gartencenter (n=80) • Gartencenter Augsburg (n=112) • Gartencenter Brockmeyer (n=107) • Garten-Center Kremer (n=92) • Gartencenter Münsterland (n=85) • Gartencenter Samen-Schmitz (n=88) • grün erleben (n=119) • Meckelburg (n=108) • Nordharz / Grünwald (n=101) • Pflanzen Mauk Gartencenter (n=115) • Pflanzen-Kölle Gartencenter (n=117) • Schley´s Blumenparadies (n=105) • Wassenaar (n=98) <p><u>Detailergebnisse für 11 Baumarkt-Gartencenter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • BI DISCOUNT-Baumarkt (n=71) • BAUHAUS (n=114) • BayWa (n=90) • GLOBUS Baumarkt (n=92) • hagebau (n=102) • hela Profi Zentrum (n=89) • Hellweg (n=84) • HORNBACH (n=94) • KNAUBER (n=83) • OBI (n=115) • toom BauMarkt (n=106)
Gesamtumfang	320 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
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
Kundenkommunikation	<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 • Online-Shops • 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

Kundenkommunikation

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

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

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

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

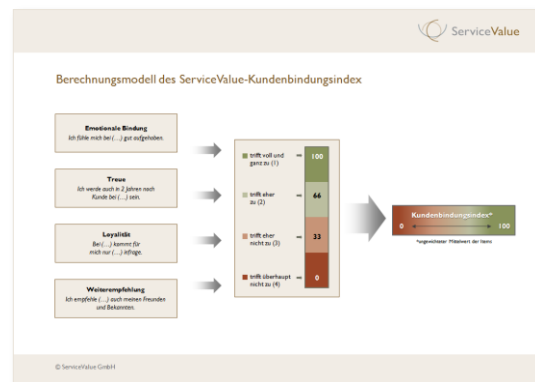
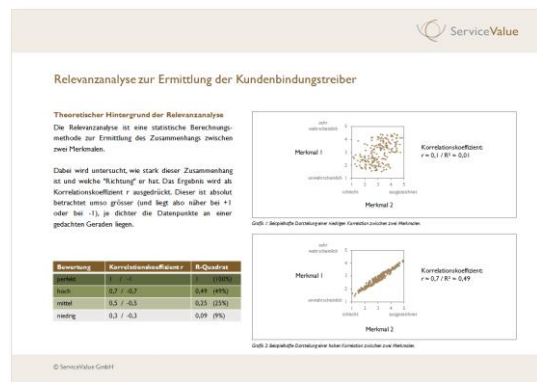
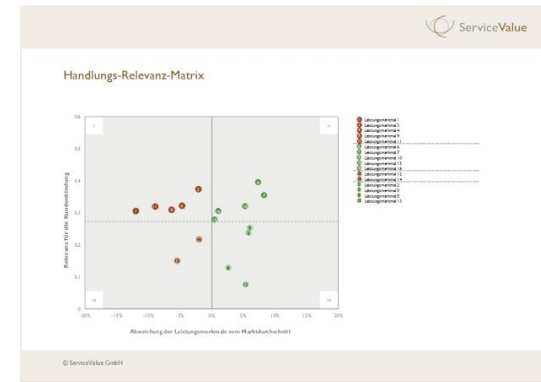
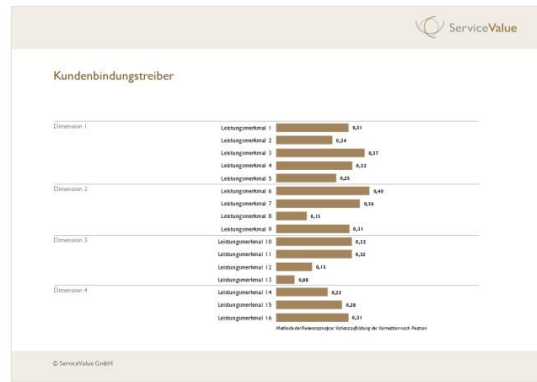
Sortiment und Produkte	
sehr gut	Pflanzen-Kölle Gartencenter
sehr gut	Pflanzen Mauk Gartencenter
sehr gut	Dinger's Gartencenter
sehr gut	Schley's Blumenparadies
sehr gut	KNAUBER
sehr gut	AMOFLOR
sehr gut	Gartencenter Brockmeyer
sehr gut	Dehner Gartencenter
gut	Bellandris Gartencenter
gut	Floraland
gut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

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

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

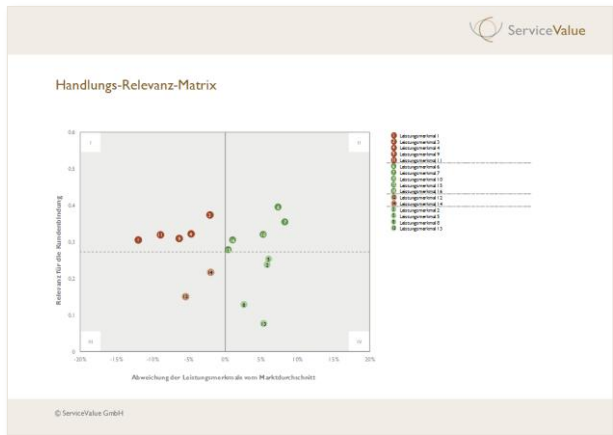
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



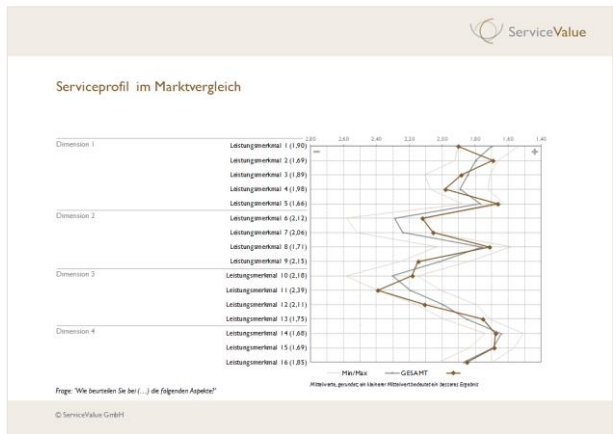
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

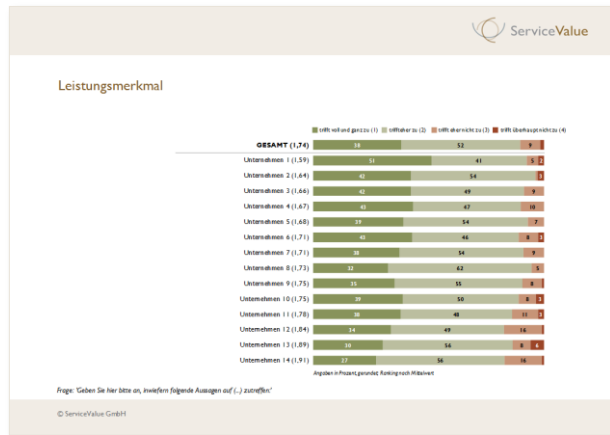


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 2016.
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 2016 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (320 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.300,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Gartencenter 2016 (320 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