ServiceValue

Pressemitteilung

Biosortimenter im Service vorn - und Aldi Süd schlägt Aldi Nord

Die ServiceValue GmbH untersucht die Servicequalität im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Köln, 22.07.2010. Beim alltäglichen Einkauf im Lebensmitteleinzelhandel finden sich deutliche Unterschiede im Kundenservice. Nur wenige Anbieter überzeugen durch konstant hohe Servicequalität. Selbst Aldi als bester Discounter, zeigt regionale Qualitätsschwankungen. Altnatura führt das Service-Ranking an.

Dies zeigt die aktuelle Untersuchung zur Servicequalität bei deutschen Supermärkten und Discountern der unabhängigen ServiceValue GmbH, für die 2.991 Kunden zu ihren Service-Erfahrungen beim Einkaufen befragt wurden.

Das Ranking: Serviceprofile einzelner Anbieter

Außerordentlich begeistert sind die Kunden von der Servicequalität beim Biosupermarkt Alnatura, der mit einem Servicewert „K“ (K für Kunde) von 68 Punkten an der Spitze des Rankings steht (maximal möglich: 100 Punkte). Alnatura gewinnt durch besonders gute Bewertungen in den - für die Kunden - wichtigsten Serviceleistungen: Eingehen auf die Kundenbedürfnisse, hilfsbereite Mitarbeiter mit Eigeninitiative und hohe Beratungsqualität. Auf Rang zwei mit einem Servicewert „K“ von 66 Punkten folgen die Globus SB-Warenhäuser, die in allen untersuchten Serviceleistungen über dem Wettbewerbsdurchschnitt liegen. Der Kundenservice von Tegut und Kaufland ist mit 63 bzw. 60 Service-Punkten ebenfalls als sehr empfehlenswert zu bewerten.

„Bio ist kein Selbstläufer. Gerade erklärungsbedürftige Lebensmittel fordern gute Kundenberatung. Dass Alnatura dies gelingt, bestätigt auch der relativ hohe Anteil an wechselbereiten Kunden zu den Bio- Vollsortimentern in dieser Branche.“, kommentiert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführender Gesellschafter der ServiceValue GmbH. *„Wer im Wettbewerb bestehen will, sollte sein Sortiment und seinen Service optimal an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten.“*

Dies können auch Discounter, wie es vor allem Aldi Süd mit einem empfehlenswerten Kundenservice vormacht: 58 Prozent der Kunden sind begeistert über die Möglichkeit des problemlosen Umtauschs und 50 Prozent loben die Schnelligkeit bei Bedienung und Kassen.

Leichte Verbesserung des Serviceniveaus

Aus Sicht der Kunden hat sich das allgemeine Serviceniveau im Lebensmitteleinzelhandel in den letzten 12 Monaten leicht verbessert, besonders deutlich wird die Serviceverbesserung bei den famila Warenhäusern und den GLOBUS SB-Warenhäusern. Zwar erkennen auch bei Netto Markendiscount, NORMA und Kaiser’s Tengelmann Kunden Verbesserungen im Service, ein überdurchschnittlich großer Anteil von Kunden sieht dort aber eher Verschlechterungen.

„Einige Supermärkte und Discounter haben bereits den Kundenservice als Differenzierungsmerkmal entdeckt und arbeiten daran.“, so Studienleiter Stefan Heinisch, Senior Manager bei der ServiceValue GmbH. *„Guter Service darf aber kein Zufall sein, Kunden wollen sich auf eine gleichbleibend hohe Servicequalität verlassen können.“*

Hintergrundinformationen

Die Presseinformation basiert auf einer repräsentativen Online-Befragung von Supermarkt- / Discounterkunden im Juni 2010. Insgesamt nahmen n = 2.991 Personen an der Untersuchung teil. Die Befragten konnten dabei bis zu drei Supermärkte oder Discounter bewerten, bei denen sie innerhalb der letzten sechs Monate Kunde waren. Insgesamt wurden so 7.648 Beurteilungen abgegeben.

Die umfangreiche 300-seitige Benchmarkstudie zu Servicequalität und Servicewert von Supermärkten / Discountern mit ausführlichen Gesamtergebnissen sowie detaillierten Serviceprofilen der untersuchten Anbieter kann über die ServiceValue GmbH bezogen werden.

ServiceValue: Servicequalität gestalten – Unternehmenswert steigern

Die ServiceValue GmbH ist ein Analyse- und Beratungsunternehmen mit Fokus auf Servicequalität und Wert-Management. In einem ganzheitlichen Modell wird der Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter und Partner für ein Unternehmen gemessen, analysiert und dargestellt. Erklärtes Ziel ist dabei die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung der Servicequalität. Hierfür wird – soweit erforderlich – über eigene Benchmarkstudien die notwendige Faktenbasis gelegt.

Studienleitung

Stefan Heinisch
Tel. +49.(0)221.67 78 67 -20
E-Mail: S.Heinisch@ServiceValue.de

Pressekontakt

Sandra Gemein
ServiceValue GmbH
Dürener Straße 341
D-50935 Köln
Tel.: + 49.(0)221.67 78 67 -50
E-Mail: S.Gemein@ServiceValue.de
www.ServiceValue.de

Anhang

Das gesamte Ranking der Supermärkte / Discounter*

Unternehmen	Servicewert „K“ **	Rang
AlnaturA	68	1
GLOBUS	66	2
Tegut	63	3
Kaufland	60	4
famila Nordwest	58	5
famila Nordost	58	6
EDEKA	57	7
Aldi Süd	55	8
REWE	52	9
real,-	51	10
GESAMT- Durchschnitt	*51*	-
Aldi Nord	51	11
Marktkauf	49	12
Hit	48	13
Lidl	47	14
toom markt	47	15
Netto Supermarkt	46	16
Kaiser‘s Tengelmann	44	17
Penny-Markt	40	18
NORMA	39	19
Netto Markendiscount	35	20

* 2.991 Befragte gaben 7.648 Urteile zu 31 Supermärkten / Discountern ab. Ausgewiesen werden nur die 20 Handelsketten, deren Stichprobenumfang mit n>= 150 belastbar (reliabel und valide) ist.

** Der Servicewert „K“ (Wert des Service aus Kundensicht) berechnet sich aus den Urteilen der Kunden zu den Teilkriterien „Eingehen auf Kundenbedürfnisse“, „Verbindlichkeit von Aussagen“ sowie „Umgang mit Beschwerden“ und steht im engen Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit und –bindung.

Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede auf den Nachkommastellen verursacht.