

FILIAL-CHAMPIONS

WWW.SERVICEVALUE.DE

In Kooperation mit DIE WELT hat ServiceValue in einer deutschlandweiten Umfrage ermittelt, inwiefern Ambiente und Atmosphäre in den Filialen von 658 Anbietern aus 67 Branchen Kunden begeistern. Die Preisträger finden Sie im aktuellen Ranking

DER CHARME DES DRITTEN ORTES

WIE IM ZWEITEN WOHNZIMMER

Aller guten Dinge sind drei. Das trifft dem Soziologen Ray Oldenburg zufolge auch auf unser Lebensumfeld zu. Oldenburg prägte in den späten 1980er-Jahren das Konzept des „Dritten Ortes“, mitunter auch „Great Good Place“ genannt. Es handelt sich dabei um einen Ort, der beiden Lebenswelten des ersten und zweiten Ortes – den Lebenswelten der Arbeit einerseits und des Familienlebens andererseits – ergänzt, und der gewissermaßen eine Position zwischen der öffentlichen Arbeitswelt und dem privaten Familienleben einnimmt. Dieser dritte Ort fungiert als eine Art zweites Wohnzimmer und zeigt sich zum Beispiel in Form eines Biergartens, eines Gemeindefreizeits, eines öffentlichen Bücherei. All diese Orte stehen normalerweise jedem

auch für sich bleiben und das bunte Treiben still beobachten können. Das Personal, das am dritten Ort arbeitet, kennt seine oftmals regelmäßigen Gäste und deren Gewohnheiten und weiß, wer zu seinem Lieblingsgetränk oder beim Ausleihen neuen Lesemagazin gern ein Schwätzchen halten möchte und wer nicht. Der dritte Ort vermittelt ein familiäres Gefühl, ohne dabei familiäre Verpflichtungen einzufordern. Die Anziehungskraft derartiger idealer Orte haben auch viele kommerzielle Gastgeber erkannt. Eines der ersten Unternehmen, das die Atmosphäre des dritten Ortes erfolgreich auf seine Filialen übertragen konnte, war eine große amerikanische Kaffeehaus-Kette, die es unter anderem mit gemütlichen Lesersesseln und persönlicher

nären Ladenlokalen und Filialen können während des Produktwerbungs Erlebnisse gemacht und Emotionen geweckt werden. Ein Interieur, das zum Verweilen in einer Verkaufsstätte einlädt, kann einen Erlebnisraum entstehen lassen, der auch Menschen ohne konkrete Kaufabsichten anlockt – und nicht wenige von ihnen letzten Endes sicherlich doch zum Kauf verführen kann. Komponenten für solche Erlebnisräume können zum Beispiel Sitzecken zur Entspannung sein, ein Café in der Buchhandlung, eine Spielecke für Kinder im Kaufhaus oder Aktivitätsangebote im Sportgeschäft und Baumarkt. Produkttests in der Parfümerie sprechen die Sinne an, und eröffnen die Möglichkeit, ein für gut befundenes, vielleicht sogar exklusives Produkt ganz ohne Wartezeit direkt mitnehmen zu können. Teil des Erlebnisses ist oft das Personal, das als Gastgeber eine wichtige Rolle spielt: Ein Kunde, der stets von derselben kompetenten Verkäuferin beraten wird und eine Kundin, die der aufmerksame Händler mit Namen begrüßt, haben ein anderes, vertrauensvolleres Verhältnis zu „ihrem“ Unternehmen als reine Online-Shopper. Kommt dazu noch ein konsistentes Konzept zur Geräuschkulisse, Beleuchtung oder gar Duftgestaltung, können auch die Filialen einer



Medaillen für die Besten: Die drei Siegel für „Filial-Champions“ zeigen auf einen Blick, in welchen Geschäften sich Kunden besonders wohl fühlen

Kette sich in vielerlei Hinsicht wie ein dritter Ort anfühlen. Welche Filialisten solche Geschäfte betreiben, in denen die Menschen sich wohlfühlen, hat die Kölner ServiceValue GmbH untersucht und in einem Ranking für Deutschlands „Filial-Champions“ abgebildet. Kunden haben dafür ihre Stimmen abgegeben und bewertet, inwiefern Ambiente und Atmosphäre in den Filialen von 658 Anbietern sie begeistern konnten. Sehen Sie im Ranking nach, ob auch Ihr Lieblingsfilialist mit seinen Lieblingen begeistert und freuen Sie sich darauf, in Zukunft selbst wieder vorbeischauchen zu können in Ihrem zweiten Wohnzimmer.

DER DIENSTLEISTER

DIE SERVICEVALUE GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Effekte auf. Besonders Bedeutung kommt dabei der optimalen Ge-

staltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. Die angeschlossene Deutsche ServiceAkademie bündelt alle Kernleistungen von ServiceValue und schafft über anwendungsbezogene Seminare eine Informations- und Wissensvermittlung. Hier reicht das Spektrum von empirischer Sozialforschung über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis zur strategischen Beratung. ServiceValue erstellt alljährlich den ServiceAtlas

Deutschland, der auf einer stetig wachsenden Anzahl branchenspezifischer Studien basiert. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



DAS MESSINSTRUMENT

DER SFS

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Store Fascination Score“ (SFS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument. Die für die Messung entscheidende Frage:

Bitte geben Sie an, ob Unternehmen XY Sie persönlich über Ambiente und Atmosphäre in ihren Filialen, Shops oder Stores (stationär) begeistert.

Die Befragten haben nur drei Antwortmöglichkeiten: „Ja“, „Nein“ oder „Ich kann Ambiente und Atmosphäre hier nicht beurteilen bzw. kenne das Unternehmen nicht.“ Als SFS ausgewiesen wird der prozentuale Anteil an Befragten, die von dem Ambiente und der Atmosphäre in den Filialen begeistert sind. Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellen unabhängig ist, gewährleistet eine eindeutige Vergleichbarkeit. So kann über die Branchenrankings mit ihren jeweiligen Gewinnern (siehe Tabelle) hinaus auch ein branchenübergreifendes Gesamt-Ranking gebildet werden. Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragten erheben eine Online-Frage mit über 600.000 registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen maximal 1000 und mindestens 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.

STORE FASCINATION SCORE (SFS)**

ALTE BESTEN FILIAL-ANBIETER AUS 67 BRANCHEN

Unternehmen/Marke	Branche	SFS 2020	Unternehmen/Marke	Branche	SFS 2020	Unternehmen/Marke	Branche	SFS 2020	Unternehmen/Marke	Branche	SFS 2020
Thalia	Buchhändler	80,9%	Fossil	Schmuckgeschäfte	70,2%	Ossander	Buchhändler	65,6%	Dunkel Donuts	Coffee-Shops	61,9%
ALUATU	Buchhändler	80,3%	Aldi Süd	Haushalts- und Geschenkkläden	70,2%	Abale Optik	Optikerketten	65,6%	CUBÉ	Stapel- & Multiplicy	61,7%
dm-drogerie markt	Drogieren	79,9%	Cafe Del Sol	Lebensmittel-Discount	70,2%	Blüpp Brigitte	Schmuckgeschäfte	65,6%	Moderschmuckgeschäfte	Moderschmuckgeschäfte	61,7%
Mayrche	Buchhändler	79,6%	Carli	Freizeitgastronomie	70,1%	Autoservice	Autoservice	65,5%	Planet Sports	Sport- und Freizeitgeschäfte	61,6%
LEO	Kinderspielzeug- und -bekleidung	79,2%	Carrel active	Herrenmode	70,1%	Wäsche und Strümpfe	Wäsche und Strümpfe	65,5%	Thomas Philipps	Non-Food Discounter	61,5%
ALDI	Drogieren	79,2%	ALSTERHAUS	Kaufhaus/Warenhaus	70,0%	Schuhhandel (Eigenmarke)	Schuhhandel (Eigenmarke)	65,5%	FILIALENKONZERN	Filialbank (Bundesweit)	61,5%
EDEKA	Lebensmittel-Einzelhändler	78,7%	FAKKE	Wäsche und Strümpfe	69,9%	Zurbriggen	Möbelhändler	65,2%	HÖRGERÄTE MÖCKEL	Hörgeräte-Austatter	61,5%
Ka Wolfkiss	Outdoorshops	78,6%	Weltbild	Büchleinhandel	69,6%	Street One	Damenmode	65,2%	GRAVIS	Computer-Fachmärkte	61,5%
HEIDI	Haushalts- und Geschenkkläden	78,3%	Leben	Lebensmittel-Discount	69,6%	Leich	Schuhhandel (div. Markenlinien)	65,1%	HAPPY-LLOYD Reisebüro	Buchhändler	61,5%
Mannmut	Outdoorshops	78,1%	Mar O'Pollo	Familienmode	69,6%	Familienmode	Familienmode	65,1%	Vom Fass	Genusshäuser	61,4%
Villeroy & Boch	Haushalts- und Geschenkkläden	78,0%	Rhudos	Family-Shops	69,6%	Combi	Warenhäuser	65,0%	Verbraucher & SB Warenhäuser	Warenhäuser	61,4%
Wulf	Wäsche und Strümpfe	77,9%	Optik Apotheke	Optikerketten	69,6%	ERKO	Herrenmode	65,0%	Gerts Hörgeräte	Hörgeräte-Austatter	61,3%
Hummelkorn	Wäsche und Strümpfe	77,9%	Pharm	Optikerketten	69,3%	Arno	Genusshäuser	65,0%	KätheCo	Küchenmärkte	61,3%
Outdoorshops	Outdoorshops	77,8%	The North Face	Outdoorshops	69,3%	Hellweg	Warenhäuser	64,9%	Seikem Möbel/Luxushops	Non-Food Discounter	61,3%
Passionate	Wäsche und Strümpfe	77,8%	BUDNI	Drogieren	69,3%	NORDSEE	Fast-Food-Restaurants	64,9%	Plemmleffer	Non-Food Discounter	61,3%
SCHLESER	Wäsche und Strümpfe	77,1%	Kaufland	Verbraucher & SB Warenhäuser	69,1%	Leysier	Genusshäuser	64,9%	Pro Optik	Optikerketten	61,2%
Drogere Müller	Drogieren	77,0%	SEER Reisebüro	Reisebüros	69,0%	alm/fischen	Küchenmärkte	64,8%	CALIDA	Wäsche und Strümpfe	61,2%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	76,2%	ARAL	Tankstellen	69,0%	Balzac	Coffee-Shops	64,8%	HIT	Lebensmittel-Einzelhändler	61,1%
Vedes / Spielzeug-Ring	Kinderspielzeug- und -bekleidung	75,1%	Aldi Nord	Lebensmittel-Discount	69,0%	Hammer zuhause	Fachmärkte für Wand/Boden	64,7%	Kauf-Bullinger	Büro- und Papierfachgeschäfte	61,1%
Chiesi	Schmuckgeschäfte	75,1%	Märche / Movempick	Full-Service-Gastronomie	68,9%	englers	Herrenmode	64,7%	Möbel Rieger	Möbelhändler	61,0%
Fressland	Heimtextilbedarf	75,1%	Globus	Verbraucher & SB Warenhäuser	68,9%	Wienhäuser	Warenhäuser	64,7%	Spiel Max	Kinderspielzeug- und -bekleidung	61,0%
Mareo Restaurants	Full-Service-Gastronomie	74,9%	Lee	Jeans-Stores	68,8%	Peri Jensen	Badausstatter	64,7%	PC Spezialist	Computer-Fachmärkte	61,0%
Wempe	Schmuckgeschäfte	74,6%	Ostermann	Möbelhändler	68,6%	HBM	Familienmode	64,6%	Multipolster	Polstermöbelgeschäften	61,0%
TU ReiseCenter	Jeans-Stores	74,6%	agabus	Möbelhändler	68,5%	Porta Möbel	Möbelhändler	64,6%	EP-ElectronicPartner	Polstermöbelgeschäften	61,0%
Bucher	Schmuckgeschäfte	74,4%	Beamatrix	Schuhhandel (Eigenmarke)	68,4%	C&A	Familienmode	64,5%	HypoVerreinsbank	Filialbanken (Bundesweit)	61,0%
Huszel	Schuhhandel (Eigenmarke)	74,4%	walbusch	Herrenmode	68,1%	Getränke Hoffmann	Getränkemärkte	64,5%	Volk's u.a. Raiffeisenbanken	Filialbanken (Bundesweit)	61,0%
Huszel	Genusshäuser	74,4%	Optik Berlin	Optikerketten	68,0%	Markkafé	Warenhäuser & SB Warenhäuser	64,5%	Wolke	Genusshäuser	61,0%
Leonardo	Haushalts- und Geschenkkläden	74,4%	Runners Point	Schuhhandel (div. Markenlinien)	68,0%	Burger-Restaurants	Burger-Restaurants	64,5%	Schaffrath	Möbelhändler	60,8%
LACAMA	Wäsche und Strümpfe	74,4%	Zoo & Co.	Heimtextilbedarf	68,0%	McCafe	Coffee-Shops	64,5%	CASAMODA	Herrenmode	60,7%
BLOCK HOUSE	Full-Service-Gastronomie	74,4%	gsm	gesunden leben-Apotheken	68,0%	Parfums	Elektro-Fachmärkte	64,5%	Commerzbank	Filialbanken (Bundesweit)	60,7%
Obi	Baumärkte	74,0%	The Body Shop	Beauty-Fachmärkte	67,9%	Calzedonia	Wäsche und Strümpfe	64,1%	BabyOne	Kinderspielzeug- und -bekleidung	60,6%
myStyle	Kinderspielzeug- und -bekleidung	74,0%	Camp David	Herrenmode	67,7%	Reuler	Badausstatter	64,1%	Grand Hardenberg	Autohändler	60,6%
Media Markt	Elektro-Fachmärkte	73,9%	Mittelgastronomie	Mittelgastronomie	67,6%	Bauhaus	Elektro-Fachmärkte	64,0%	Brüder Optik	Optikerketten	60,6%
Vill Strauss & Co.	Jeans-Stores	73,8%	Büro- und Papierfachgeschäfte	Büro- und Papierfachgeschäfte	67,6%	Adidas	Fast Casual Restaurants	64,0%	Foot Locker	Schuhhandel (div. Markenlinien)	60,5%
Geox	Full-Service-Gastronomie	73,8%	Blumen Reisen	Gartencenter	67,5%	Parfums	Schmuckgeschäfte	64,0%	ELEMENTS	Badausstatter	60,5%
Sepp	Schuhhandel (Eigenmarke)	73,8%	Gloves	Full-Service-Gastronomie	67,5%	Kaufhaus STOLZ	Kaufhaus/Warenhaus	63,9%	Tchibo	Coffee-Shops	60,5%
Richtschneck	Schmuckgeschäfte	73,8%	Plantzen-Kölle Gartencenter	Gartencenter	67,5%	Mövenpick Weinbier	Warenhäuser	63,8%	Hyögerle Bonsel	Coffee-Shops	60,5%
ALDI	Reisebüros	73,8%	experte	Elektro-Fachmärkte	67,5%	5*16	Autohändler	63,8%	Neufuss	Non-Food Discounter	60,4%
Kaufhaus Karstadt Kaufhof	Kaufhaus/Warenhaus	73,7%	Tommy Hilger	Burger-Restaurants	67,3%	real.	Verbraucher & SB Warenhäuser	63,7%	Möbel Martin	Möbelhändler	60,4%
Saturn	Elektro-Fachmärkte	73,3%	B.O.C. / Biekmann	Familienmode	67,2%	JAKO O	Kinderspielzeug- und -bekleidung	63,4%	Brüder Optik	Optikerketten	60,4%
SACHS	Schuhhandel (Eigenmarke)	73,3%	BRAX	Kinderspielzeug- und -bekleidung	67,2%	EURONICS	Elektro-Fachmärkte	63,4%	Brüder Optik	Optikerketten	60,4%
JACK&JONES	Herrenmode	72,5%	NIND Hörgeräte	Hörgeräte-Austatter	67,2%	easyApotheke	Apotheken-Kooperationen	63,3%	Mis Peppér	American-Diner	60,4%
Milano	Jeans-Stores	72,5%	Decathlon	Sport- und Freizeitgeschäfte	67,2%	Eckelstrahl	Mittelgastronomie	63,2%	Calzotero	Coffee-Shops	60,3%
Hammer Gluck	Burger-Restaurants	72,5%	PRCT REISEBÜROS	Sport- und Freizeitgeschäfte	67,2%	Fast Casual Restaurants	Fast Casual Restaurants	63,1%	MATT Optik	Optikerketten	60,3%
Douglas	Parfümen	72,4%	Möbel Kraft	Möbelhändler	66,9%	BBANK	Filialbanken (Bundesweit)	63,1%	Polster Atelier	Polstermöbelgeschäften	60,2%
playmobil FunStore	Kinderspielzeug- und -bekleidung	72,4%	Eco	Schuhhandel (Eigenmarke)	66,9%	Oil & Vinegar	Genusshäuser	63,0%	SANTAR-HEINZE	Badausstatter	60,2%
L'Orèria	Full-Service-Gastronomie	72,4%	Marquardt Küchen	Küchenmärkte	66,9%	S&P Rohhandelsgesellschaft	Fast Casual Restaurants	62,9%	ALDI	Apotheken-Kooperationen	60,2%
Karstadt Sports	Sport- und Freizeitgeschäfte	72,1%	Gloves/Blusen	Herrenmode	66,8%	Deuchmann	Schuhhandel (div. Markenlinien)	62,9%	TOTAL	Tankstellen	60,2%
Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	Kaufhaus/Warenhaus	72,1%	S.Oliver	Familienmode	66,7%	Sunderby	Damen- und Herrenmode	62,9%	Santander Bank	Filialbanken (Bundesweit)	60,2%
mycos Rescenter	Reisebüro	71,8%	Chillies	American-Diner	66,7%	Sanitissimo	Natur- und Biomärkte	62,8%	REGAZZO	Möbelhändler	60,2%
Dehner Gartencenter	Gartencenter	71,5%	Starbucks	Coffee-Shops	66,7%	Reformhaus	Natur- und Biomärkte	62,8%	Möbel Hardock	Möbelhändler	60,2%
Das Futterhaus	Heimtextilbedarf	71,5%	Globus Baumarkt	Baumärkte	66,6%	Van Laack	Herrchen/Blusen	62,8%	point S	Autoservice	60,2%
Dehner	Baumärkte	71,5%	Arno's	Herrenmode	66,6%	Hilgerle LANGER	Hörgeräte-Austatter	62,7%	608a Brucker	Fast Casual Restaurants	60,1%
Bruninger	Modenhändler	71,3%	M-Paper	Büro- und Papierfachgeschäfte	66,6%	fluyng beer copenhagen	Haushalts- und Geschenkkläden	62,6%	MoschMosch	Fast Casual Restaurants	60,0%
Bathhaus	Baumärkte	71,3%	BRAX	Damen- und Herrenmode	66,6%	Yes Rocher	Beauty-Shops	62,6%	McDonald's	Fast-Food-Restaurants	60,0%
Höllner	Baumärkte	71,3%	ESport	Familienmode	66,4%	Sparkassen	Filialbanken (Bundesweit)	62,6%	McDonald's	Beauty-Shops	60,0%
Polster	Möbelhändler	71,3%	Westring Stadler	Fahrrad-Shops	66,4%	XXL Möbelhäuser	Möbelhändler	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Hand Rock Cafe	Freizeitgastronomie	71,2%	SHELL	Tankstellen	66,4%	G-Star	Jeans-Stores	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Hand Rock Cafe	Freizeitgastronomie	71,2%	Palmer's	Wäsche und Strümpfe	66,4%	Jeans-Stores	Jeans-Stores	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Jeweller Kraemer	Kinderspielzeug- und -bekleidung	71,0%	Besser	Badausstatter	66,4%	basic	Natur- und Biomärkte	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Peek & Coppenberg (Hamburg)	Modenhändler	71,0%	Vergilb!	Autoservice	66,3%	KüchenAktiv	Küchenmärkte	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Hans im Glück	Burger-Restaurants	71,0%	Gerry Weber	Damenmode	66,3%	Natur- und Biomärkte	Natur- und Biomärkte	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Görts	Schuhhandel (div. Markenlinien)	70,9%	NET	Tankstellen	66,3%	KüchenAktiv	Küchenmärkte	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Interport	Sport- und Freizeitgeschäfte	70,9%	Parfümerie Pieper	Parfümen	66,2%	KüchenAktiv	Küchenmärkte	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
ALDI	Natur- und Biomärkte	70,9%	deents Biomarkt	Natur- und Biomärkte	66,1%	HUMANN	Schuhhandel (div. Markenlinien)	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
IKEA	Möbelhändler	70,8%	HANU/HANA	Haushalts- und Geschenkkläden	65,9%	Cafe & Bar Celona	Freizeitgastronomie	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Richter-Fressel	Badausstatter	70,6%	Plana BioMarkt	Küchenmärkte	65,8%	ETERNA	Herrchen/Blusen	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Kölbe Zoo	Heimtextilbedarf	70,6%	ROLAND-Kochen	Schuhhandel (div. Markenlinien)	65,8%	XXL Möbelhäuser	Möbelhändler	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Segmüller	Möbelhändler	70,5%	SHELL	Damenmode	65,7%	Thomann	Musik- und Instrumentenfachhandel	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Seidensticker	Herren/Blusen	70,5%	Coffee Fellows	Coffee-Shops	65,7%	Thomann	Musik- und Instrumentenfachhandel	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%
Peek & Coppenberg (Düsseldorf)	Modenhändler	70,3%	Peter Pan	Burger-Restaurants	65,6%	Belandino Gartencenter	Gartencenter	62,6%	LANCANTINE	Beauty-Shops	60,0%

** Ein #gesichert ist die jeweiligen Branchenränge. Weitere Branchenränge sind Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragten erheben eine Online-Frage mit über 600.000 registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen maximal 1000 und mindestens 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.