

Serviceprofil: Fastfood-Restaurants 2011

2,40

Branchenwert Globalzufriedenheit 2011



Sandwich vor Fisch und Burger

Ein schnelles Essen zwischendurch, das nutzen vor allem Familien gern: So ist die Wahrscheinlichkeit eines Besuchs in einem Fastfood-Restaurant weitaus höher, wenn Kinder mit im Haushalt leben. Während 62 Prozent der Alleinlebenden innerhalb des letzten Jahres mindestens einmal ein Fastfood-Restaurant besucht haben, waren es in Haushalten mit mindestens 5 Personen 85 Prozent.

Mit einem Mittelwert der Globalzufriedenheit von 2,40 stehen die

Fastfood-Restaurants im hinteren Mittelfeld des branchenübergreifenden Rankings des Kundenmonitor Deutschland 2011.

Weniger als die Hälfte der Kunden gibt an, mit ihrem hauptsächlich genutzten Fastfood-Restaurant vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden zu sein. Deutlich besser bewertet wird hingegen Subway: Die Sandwich-Kette überzeugt mehr als zwei Drittel ihrer Kunden und schlägt damit die großen Burger- und Fisch-Ketten.

Branchensteckbrief

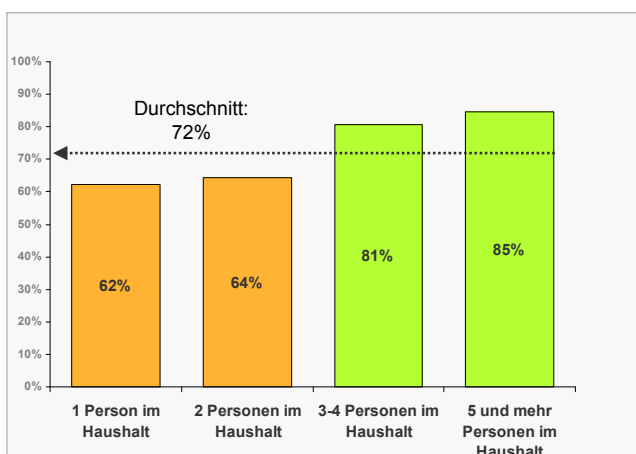
Geführte Interviews: 1.450

Erhebungsmethode:
Onlineinterviews (CAWI)

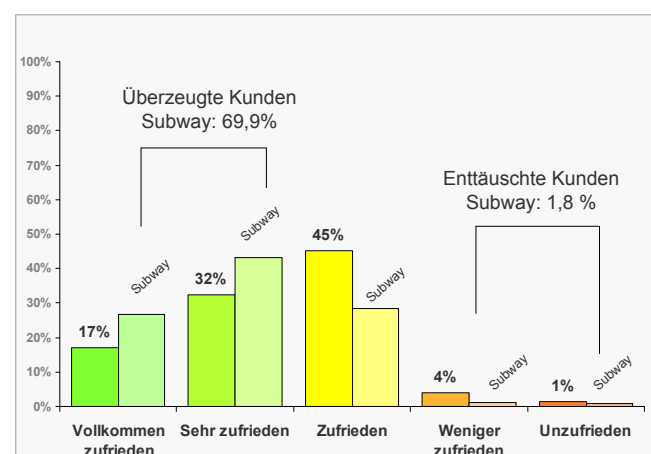
Grundgesamtheit:
Bevölkerung 16 - 69 Jahre

Erhebungszeitraum:
31.05.2011 bis 10.06.2011

Familien besuchen eher ein Fastfood-Restaurant

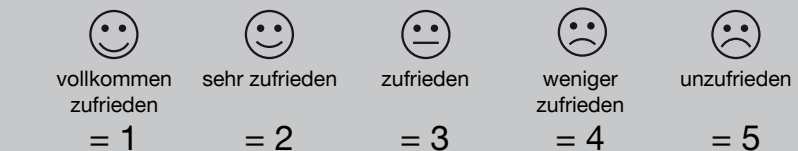


Verteilung der Globalzufriedenheit mit Topwert Subway

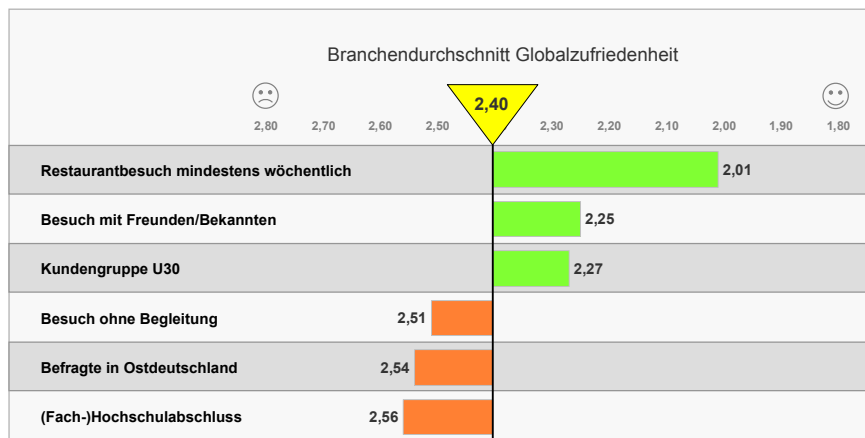


Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.

Die Zufriedenheitsskala im Kundenmonitor Deutschland

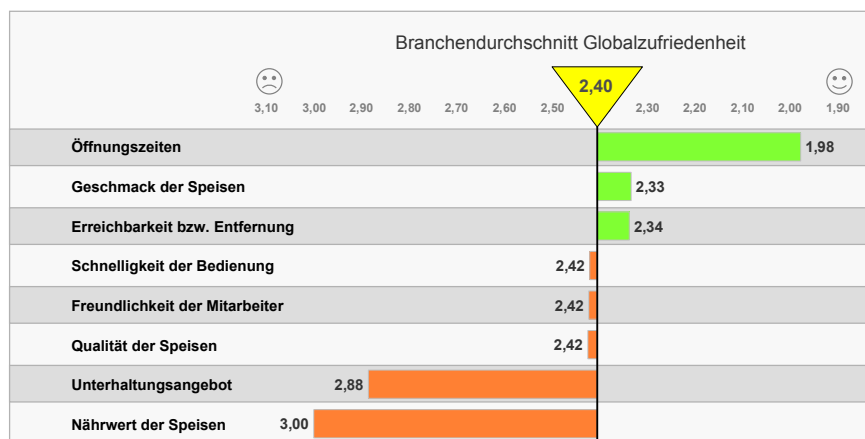


Zufriedenheit nach Kundengruppen



Die höchste Zufriedenheit erreichen die Fastfood-Ketten bei Stammkunden. Deutlich zufriedener als der Durchschnitt sind auch junge Kunden unter 30 Jahren sowie Kunden, die gemeinsam mit Freunden oder Bekannten das Fastfood-Restaurant besuchen. Demgegenüber sind Kunden, die ohne Begleitung ins Schnellrestaurant gehen und Kunden mit hoher Bildung unterdurchschnittlich zufrieden mit ihrem hauptsächlich genutzten Fastfood-Restaurant. Auch in den Neuen Bundesländern liegen die Zufriedenheitswerte niedriger.

Zufriedenheit mit Leistungsmerkmalen



Während Öffnungszeiten, Geschmack der Speisen und Erreichbarkeit positiver als die Globalzufriedenheit beurteilt werden, sehen die Kunden das Unterhaltungsangebot sowie vor allem den Nährwert der angebotenen Speisen sehr kritisch. So sind mit dem Nährwert nur 28 Prozent vollkommen zufrieden oder sehr zufrieden, ca. jeder dritte Gast ist weniger zufrieden oder unzufrieden.