

Serviceprofil: Fotoservice-Anbieter 2014



1,95

Branchenwert Globalzufriedenheit 2014

Fotoservice-Anbieter überzeugen 76 Prozent ihrer Kunden

Fotoservice-Anbieter wurden nach 2012 in diesem Jahr zum zweiten Mal im Kundenmonitor Deutschland erhoben. Die Globalzufriedenheit der Branche erreicht mit 1,95 erneut ein Topniveau und liegt damit auf Platz vier des branchenübergreifenden Kundenzufriedenheitsrankings. 76 Prozent der Kunden sind mit ihrem hauptsächlich genutzten Fotoservice-Anbieter vollkommen oder sehr zufrieden, während lediglich 2 Pro-

zent enttäuscht, also weniger zufrieden oder unzufrieden sind. Auch die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis erreicht mit 2,12 einen sehr guten zweiten Platz im branchenübergreifenden Vergleich.

Unter den Anbietern mit mindestens 100 Interviews liegt CEWE mit einem Mittelwert von 1,86 über dem Branchendurchschnitt und führt damit das Feld

Branchensteckbrief

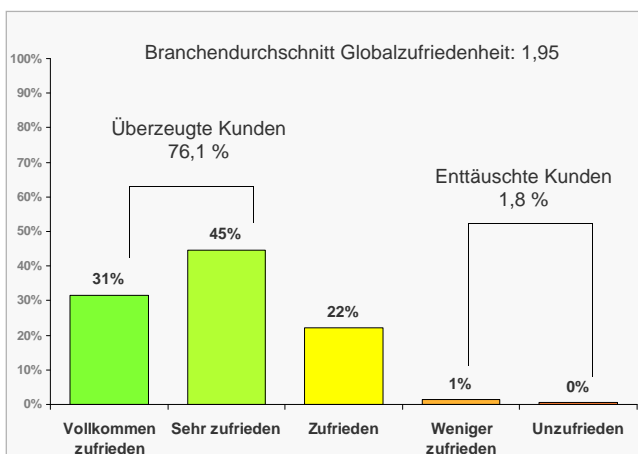
Geführte Interviews: 1.120

Erhebungsmethode:
Onlineinterviews (CAWI)

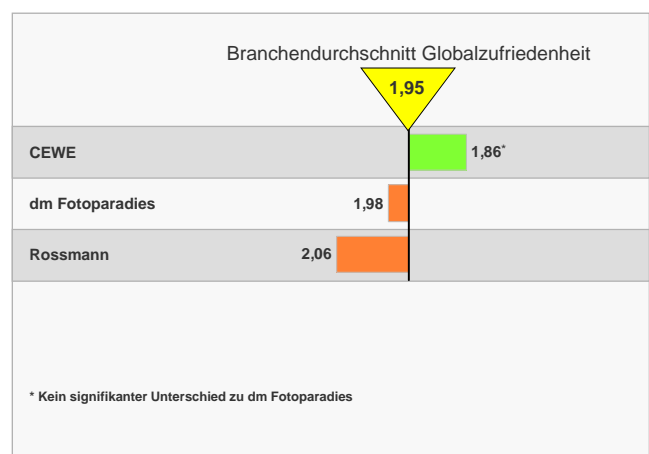
Grundgesamtheit:
Bevölkerung 16 - 69 Jahre

Erhebungszeitraum:
01.04.2014 bis 15.04.2014

Globalzufriedenheit: 76 Prozent überzeugte Fotoservice-Kunden



Anbietervergleich Globalzufriedenheit: CEWE leicht über dem Branchendurchschnitt



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



der Fotoservice-Anbieter an. Auf dem zweiten Platz folgt dm Fotoparadies (1,98). Rossmann erzielt einen Wert von 2,06.

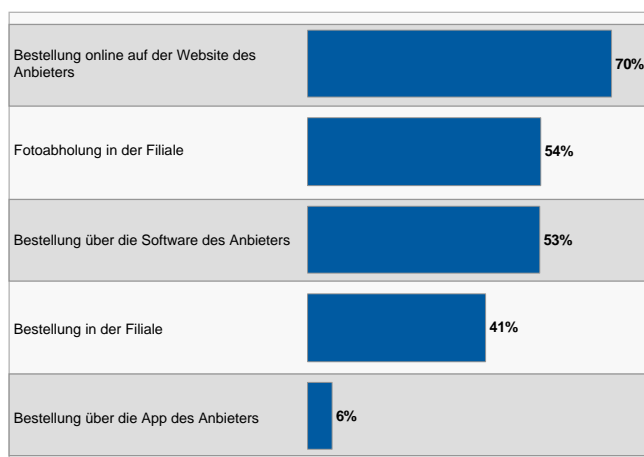
Bei den Vertriebswegen der Fotoservice-Anbieter spielt vor allem die Online-Bestellung auf der Website des Dienstleisters eine große Rolle. 70 Prozent der Kunden geben an, diese Art einmal bzw. schon öfter genutzt zu haben oder regelmäßig zu nutzen. Über die Software des Anbieters hat noch gut die Hälfte

mindestens schon einmal den Bestellvorgang abgeschlossen und in der Filiale 41 Prozent. Dort holen auch 54 Prozent der Kunden ihre Fotoprodukte ab. Die neuartige Alternative der Bestellung über die App des Anbieters wurde bisher hingegen nur von 6 Prozent der Kunden mindestens einmal genutzt.

Positiv werden die Zuverlässigkeit und Vollständigkeit der Lieferung sowie die Qualität der Foto-Produkte bewertet. Im Hinblick auf die so häufig genutzte Web-

site des Fotodienstleisters bleibt das Kundenurteil allerdings weit hinter der Globalzufriedenheit zurück. Der Informationsgehalt der Website (2,32) wird im Branchenvergleich fast genauso niedrig bewertet wie die Übersichtlichkeit und Navigation der Website (2,39). Beim Internetauftritt besteht also Aufholbedarf für die Fotoservice-Anbieter, um eine noch größere Kundenzufriedenheit und -bindung zu erreichen.

Genutzte Leistungen: 70 Prozent der Kunden bestellen online auf der Website des Fotodienstleisters



Zufriedenheit mit der Website des Fotoservice-Anbieters bleibt weit hinter der Globalzufriedenheit zurück

