Kundenmonitor® Deutschland

Serviceprofil: Bau- und Heimwerkermärkte per April 2020

Baumärkte erzielen während Corona-Krise Top-Bewertungen

Auf Baumärkte ist in schwierigen Zeiten Verlass. In der April-Welle des Kundenmonitor Deutschland 2020 attestieren 93 Prozent der befragten Kunden von Bau- und Heimwerkermärkten einen positiven Umgang mit der Corona-Pandemie. 92 Prozent betrachten die Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen als angemessen sowie 87 Prozent empfinden die Einkaufsatmosphäre auch in der aktuellen Situation als angenehm. Damit stehen sie im Kundenurteil gleichauf mit den Einzelhändlern aus dem Lebensmittel- oder Drogeriebereich.

Mit dieser Hintergrundmusik lassen sich dann auch die neuen Werteniveaus bei zentralen Kennziffern zur Servicequalität und Kundenbeziehung der Baumärkte erklären: In der April-Welle der Studie

Branchensteckbrief

Geführte Interviews: 4.964
Bislang: 3 von 4 Wellen 2020

Erhebungsmethode:
Online-Interviews (CAWI)
nach soziodemografischen Kriterien quotiert (Bevölkerung ab 16 Jahren)

Erhebungszeitraum:
Oktober 2019, Januar, April 2020
Folgewelle: Juli 2020

Top-Zustimmung zum Umgang mit der Corona-Pandemie bei Handelsbranchen

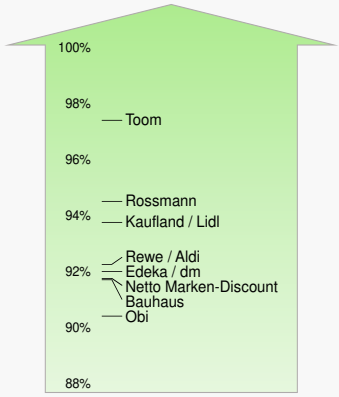
Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zum Umgang von <Anbieter> mit der Corona-Pandemie zu?

	Auf … ist in der aktuellen Situation Verlass.		… trifft in der aktuellen Situation angemessene Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen.		Die Einkaufsatmosphäre bei … ist auch in der aktuellen Situation angenehm.	
Baumärkte	36%	58%	37%	55%	29%	57%
Lebensmittelmärkte	37%	56%	38%	52%	36%	54%
Drogeriemärkte	39%	53%	42%	51%	36%	54%

voll und ganz | weitgehend

Kunden attestieren Einzelhändlern hohe Verlässlichkeit

Auf … ist in der aktuellen Situation Verlass.
Top-2-Anteil voll und ganz/weitgehend für Anbieter mit über 100 Kundenurteilen



Made by ServiceBarometer AG

Kundenmonitor® Deutschland

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

vollkommen zufrieden	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
= 1	= 2	= 3	= 4	= 5

liegt die Globalzufriedenheit im Vergleich zum letzten halben Jahr der Vor-Corona-Zeit um sieben Basispunkte höher und erzielt einen Mittelwert von 2,17. Zum Vergleich: Die letzte Steigerung auf Jahresbasis belief sich auf drei Basispunkte. Auch die Absicht, seinen hauptsächlich genutzten Bau- und Heimwerkermarkt an Freunde oder Bekannte weiterzuempfehlen, liegt um beachtliche sechs Basispunkte höher.

Die positive Zufriedenheitsentwicklung ist dabei einerseits auf die signifikant besser bewertete Gestaltung der Verkaufsräume und Warenpräsentation sowie Sauberkeit zurückzuführen. Ebenso zahlen die höhere Zufriedenheit bei den beiden stärksten Werttreibern „wahrgenommene Auswahl und Angebotsvielfalt“ und „Produktqualität“ in Verbindung mit der Aufmerksamkeit des Personals darauf ein.

Andererseits wirken sich kommunikative Nachhaltigkeitssignale der Baumarktbetreiber in der Krise positiv aus. So sind insbesondere die Werte zum aktiven Einsatz für Umweltschutz (+8 Basispunkte), zur Wertschätzung der Kunden (+6 Basispunkte), zur Zukunftsorientierung (+5 Basispunkte) und zum bedeutungsmäßig gestiegenen Vertrauen (+5 Basispunkte) signifikant in der April-Befragung während der Corona-Zeit „angesprungen“. Studienleiter Frank Dornach hierzu: „In unsicheren Zeiten können Baumarktbetreiber bei hoher Filialzufriedenheit mit Wertekampagnen zusätzlich punkten.“

Imageaspekte für ausgewählte Baumarkt-Anbieter: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu? (Top-2-Werte)

	Per April 2020	Bauhaus	Globus	Hagebau	Hornbach	Obi	Toom
Vertrauen	91%	92%	93%	90%	93%	90%	93%
Wertschätzung	85%	85%	88%	94%	88%	83%	85%
Zukunfts-orientierung	85%	86%	88%	83%	91%	83%	86%
Einsatz für Umweltschutz	71%	69%	81%	69%	81%	68%	73%
Geschäftsnetto-zuwachs nach Kundenangaben		+3,7%	+2,7%	-3,3%	+6,9 %	-1,5%	-0,5%

Untermauert wird diese imagegetriebene Steigerung globaler Kennzahlen von einem weiteren Ergebnis: 90 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass die Baumarktmitarbeiter/innen im Kundenkontakt in der aktuellen Situation der Corona-Pandemie von ihrem Arbeitgeber angemessen unterstützt werden.

Schlussfolgernd können die bekannten Zufriedenheitschampions Hornbach, Globus und Bauhaus mit ihren Stärken in den Nachhaltigkeitsaspekten laut Kundenangaben auch mit mehr Geschäftszuwachs rechnen.

Herausgeber des Kundenmonitor Deutschland: ServiceBarometer AG

Weitere Ergebnisse unter www.kundenmonitor.de
frank.dornach@servicebarometer.de
Telefon: (089) 89 66 69 0