dm-Drogeriemarkt unangefochten auf Platz 1

Drogeriemärkte erzielen im aktuellen „Kundenmonitor" erneut Bestnoten bei Verbraucherzufriedenheit – Müller holt signifikant auf

Die Drogeriemärkte in Deutschland sind ein zuverlässiger Garant für hohe Kundenzufriedenheit. Nachdem die Branche schon im letztjährigen „Kundenmonitor" auf ein Allzeithoch geklettert war, setzt sich der Erfolgstrend in diesem Jahr weiter fort.

FOTO: C. LAT MANN

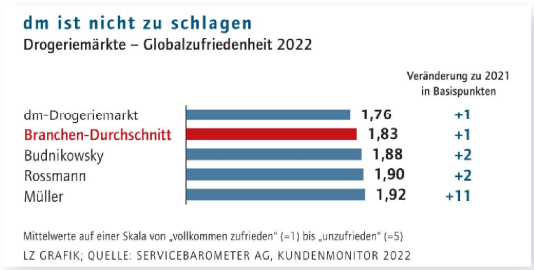
In Dauerfeierlaune: Auch 2022 heißt der Sieger im Kundenurteil in der Drogeriemarktbranche dm. Die Karlsruher landeten in den vergangenen zehn Jahren achtmal auf Platz 1.

Im vergangenen Jahr war die positive Branchenentwicklung in der Gesamtzufriedenheit noch allein dm-Drogeriemarkt zu verdanken. Jetzt schließen laut „Kundenmonitor 2022" alle untersuchten Drogeriemarkthändler mit einem Plus und einer Eins vor dem Komma ab. Liebling der Kunden ist dabei unangefochten dm. Seit über 20 Jahren liegt das Karlsruher Handelsunternehmen an der Spitze der großen Drogeriemarktfilialisten. Nur das regional agierende, zur Edeka-Gruppe gehörende Unternehmen Budnikowsky, hatte es in der Vergangenheit vereinzelt auf ein ähnliches Zufriedenheitsniveau geschafft.

Mit der Gesamtnote von 1,76 (plus 1 Basispunkt) markieren die Karlsruher in diesem Jahr wieder absolutes Top-Niveau. Innerhalb der Branche ist der Vorsprung vor allem bei Gestaltung der Verkaufsräume und Schnelligkeit an der Kasse besonders ausgeprägt. Im Bereich Angebotsauswahl und Qualität der Produkte belegt dm in allen Einzelkategorien den ersten Platz, einschließlich der Auswahl und Angebotsvielfalt bei nachhaltigen Produkten.

Verbessert hat sich die Zufriedenheit mit dm neben der Verfügbarkeit und Freundlichkeit der Mitarbeiter, der Vielfalt von Sonderangeboten und Qualität der Bioprodukte insbesondere bei Angeboten und Informationen im Onlineshop, mit der Website und mit der App. Die dm-App entwickelt sich dabei zunehmend zu einem Erfolgsmodell für die Badener. Die Nutzungsrate steigt kontinuierlich, und bei der Zufriedenheit mit der App zieht dm erstmals an Rossmann vorbei. Das leichte Plus in der Gesamtzufriedenheit der dm-Kunden steuern in diesem Jahr ausschließlich die App-Nutzer bei.

Mitbewerber Rossmann (Gesamtnote 1,90; plus 2 Punkte) verbessert sich im Einzelurteil ebenfalls bei Website und Onlineshop. Bei Vielfalt und Präsentation von Sonderangeboten sind die Burgwedeler erneut Klassenbeste. Die Nutzungsrate der App ist im Vergleich der Drogeriemärkte immer noch am höchsten, allerdings lässt die Zufriedenheit mit der Rossmann-App signifikant nach. Dies korrespondiert laut Matthias Metje, Studienleiter bei der Münchner Servicebarometer AG, mit „rückläufigen Zustimmungsraten bei Zukunftsorientierung und bei zeitgemäßen Lösungen zur Digitalisierung". Der einstige Vorreiter bei den Drogeriemarkt-Apps gerät seinen Worten zufolge beim Thema „Digitalisierung zunehmend unter Druck von dm und sogar Müller".



1,76 ist vertriebsformenübergreifend die beste Gesamtnote im Handel. Damit erreicht dm-Drogeriemarkt auch in diesem Jahr wieder ein absolutes Topniveau

Mit einem großen Ergebnissprung schwenkt Müller in Sachen Kundenorientierung auf die Überholspur ein. Mit der Gesamtzufriedenheit von 1,92 (plus 11 Basispunkte gegenüber 2021) toppt das Ulmer Handelsunternehmen seine bisherige Bestmarke aus dem Jahr 2017 und liegt damit nur noch zwei Hundertstel hinter Rossmann.

Und auch beim Kundenimage konnte Müller zuletzt kräftig zulegen und den Abstand zum Feld der Drogerie-Wettbewerber verringern. Bei den Einzelnoten fällt Müller durch signifikante Ergebnissteigerungen bei Eigenmarkenqualität und Website-Inhalten auf. Eine Reihe von Bestnoten entfällt zudem auf den Onlineshop des Unternehmens. Darüber hinaus hat die Müller-App großen Anteil an der Aufholjagd in Sachen Kundenorientierung, so die Verantwortlichen der Branchenstudie. Die Nutzungsrate der App habe sich gegenüber dem Vorjahr verdoppelt, die Zufriedenheit mit der App sei deutlich gestiegen und besser als bei Rossmann, heißt es dazu aus München. Außerdem sei die Zufriedenheit mit Müller insgesamt bei App-Nutzern „überproportional angestiegen".

Die Budni-Märkte liegen in der Gesamtbewertung zwar nur leicht über dem Vorjahresniveau (1,88; plus 1 Punkt), werden aber aus Kundensicht in vielen Einzelaspekten besser gesehen als im vergangenen Jahr. Kunden bescheinigen dem Hamburger Drogeriefilialisten, dass sich die Verfügbarkeit von Ansprechpartnern und die fachliche Beratung verbessert habe. Gleiches gilt in Bezug auf die Auswahl und Qualität von Bioprodukten, bei der Vorrätigkeit von Artikeln sowie bei Sonderangebotsaktionen. Wie in den Vorjahren erhalten die Budni-Filialen laut dem jüngsten Monitor bei den Imagenoten besonderes Kundenlob für gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit.

Geht es um das wahrgenommene Preis-Leistungs-Verhältnis, scheint die Branche noch nicht so stark betroffen zu sein wie der Lebensmittelhandel, betonen die Serviceforscher aus der Bayernmetropole. Im Jahresvergleich sei die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis bei dm und Rossmann nur moderat zurückgegangen. „Budni und Müller verzeichnen sogar noch ein leichtes Plus", berichtet Metje. Doch ein Blick auf die verschiedenen Erhebungswellen lasse eine gegenüber dem LEH verzögerte Kundenreaktion erwarten: „Während sich bei den Lebensmittelmärkten bereits Frühjahr dieses Jahres deutliche Einbrüche zeigen, gibt die Preis-Leistungs-Zufriedenheit im Drogeriehandel erst in diesem Sommer spürbar nach", sagt Monitor-Mann Matthias Metje. „Betroffen sind davon insbesondere Müller und Rossmann, während sich dm noch vergleichsweise gut schlägt." *kon/lz 36-22*

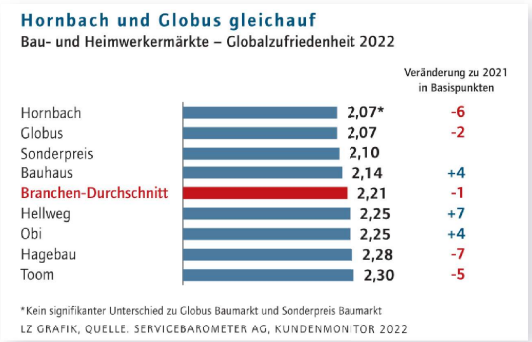
Hornbach und Globus verteidigen die Spitze

Kunden attestieren Branche erneut hohe Zufriedenheitswerte – Niveaus der einzelnen Baumärkte rücken enger zusammen

Die Baumarktbranche ist mit Blick auf die Gesamtzufriedenheit recht stabil durchs zweite Pandemiejahr gekommen. Auch 2022 haben Heimwerker-Fans an den meisten Anbietern nur wenig zu mäkeln. Die Spitzenreiter Hornbach und Globus lassen im Globalurteil allerdings Punkte liegen.

FOTO: HAHN GRUPPE

Zufriedenheitschampion: Der Abstand zu den Globus Baumärkten ist gering.



Seit der Steigerung aus dem Jahr 2019 bestätigen Kunden den Bau- und Heimwerkermärkten weiter Jahr für Jahr ihre guten Noten: Laut „Kundenmonitor 2022" sind 20 Prozent mit ihren Leistungen vollkommen und 42 Prozent sehr zufrieden. Zusammen mit den 36 Prozent zufriedenen Kunden verbleibt nur ein geringer Anteil von 2 Prozent, die das Leistungsangebot und den Service der Filialleistungen von Baumärkten kritisch beurteilen. Der Mittelwert liegt damit auf 2,21 (minus ein Basispunkt zum Vorjahr). Als Zufriedenheitschampions gehen wertgleich Hornbach und Globus-Baumärkte über die Ziellinie. Stabil auf Vorjahresniveau sind auf Branchenebene auch weitere Kennzahlen der Kundenbeziehung wie Preis-Leistungs-Verhältnis, erkannte Wettbewerbsvorteile und die Weiterempfehlungsbereitschaft.

„Es fällt auf, dass sich die Zufriedenheitsniveaus zwischen den am besten und am schlechtesten bewerteten Baumärkten weniger stark unterscheiden", berichtet Frank Dornach, Vorstand und Projektleiter Kundenmonitor. „Im laufenden Jahr verbessern sich die Vorjahresschlusslichter, während die Vorjahreschampions leicht niedriger bewertet werden." Dies setze sich in den meisten der 58 untersuchten Einzelmerkmale fort. Dagegen unterscheiden sich die einzelnen Baumärkte im Vergleich zum Vorjahr stärker bei den Wartezeiten an der Kasse. Insbesondere Bauhaus, Obi und Globus wie auch Hellweg tragen durch „Zufriedenheitssteigerungen im Kassenbereich zur signifikanten Verbesserung des Branchenwertes bei", sagt Dornach, der auch einen Blick auf die Online-Auftritt der DIY-Händler geworfen hat. Im Durchschnitt nutzen seinen Angaben zufolge 38 Prozent der Kunden die Website ihres Baumarkts.

Dies mache deren hohe Bedeutung zur digitalen Unterstützung der Vor-Ort-Leistungen deutlich. Die Analyse 2022 zeigt dabei eine signifikante Verbesserung bei „Inhalte und Inspiration der Website". Auch in den anderen erhobenen Website-Dimensionen wie „Auffindbarkeit von Inhalten" sowie „Tipps & Tricks" sind die Zufriedenheitswerte gestiegen. Die Bestmarke sowohl in der Website-Nutzung mit 50 Prozent der Kunden als auch in allen abgefragten Website-Merkmalen setzt hier wie im Vorjahr Hornbach.

Für die fachliche Beratung durch Filialmitarbeiter sind zum Vorjahr ebenfalls etwas positivere Bewertungen festzustellen. Bei der „Zuverlässigkeit von Aussagen" und „Eingehen auf Kundenwünsche" gelingt es insbesondere den Globus-Fachmärkten, sich vom Branchendurchschnitt abzuheben.

Auch für das Beschwerdemanagement waren auf Branchenebene leicht höhere Zufriedenheiten messbar. Als Vorortservice sei Selfscanning deutlich im Aufwind. Mit je einem Drittel der Kunden haben Hornbach, Globus Baumärkte sowie Bauhaus dabei deutlich höhere SB-Nutzeranteile als andere Baumarktbetreiber. *kon/lz 36-22*