



Foto: Step Up

Insgesamt hat sich die Qualität der Gastronomie der Baumärkte im Vergleich zum vergangenen Test verbessert.

Liebe geht durch den Magen

Mystery Shopping Wenn sich der geplante oder vielleicht auch spontane Einkauf im Baumarkt mit dem Besuch einer Gastronomie verbinden lässt, hat das positive Auswirkungen auf die Kundenfrequenz und Konsumentenloyalität. Der Kunde verbindet mit seinem Baumarktbesuch ein rundum befriedigendes Gefühl. Step Up

Entscheidende Faktoren für einen positiven Eindruck der gastronomischen Einrichtung spielen die Auffindbarkeit sowie die Sauberkeit und Ordnung. Zudem hängt die Gesamtbeurteilung auch sehr stark vom Auftreten der Mitarbeiter und der Atmosphäre ab. Jedoch ist der zentrale Punkt bei dem Besuch der Gastronomie die Vielfalt und die Qualität der Speisen und Getränke. Abgerundet wird das Urteil durch die Wahrnehmung der Sitzmöglichkeiten. Werden die genannten Faktoren als positiv wahrgenommen, so zählt der Gastronomiebesuch sehr deutlich auf die Gesamtbewertung des

Baumarktbesuchs ein. Alle diese Kriterien wurden von einem unabhängigen Tester in Filialen von Obi, Bauhaus, Hornbach, Hagebaumarkt, Toom und Globus geprüft und bewertet.

Auffindbarkeit des gastronomischen Bereichs

Unser Test begann mit der Bewertung der Auffindbarkeit der Gastronomie. Eine prägnante Positionierung stellt den ersten notwendigen Aspekt für einen gelungenen Besuch dar. In dieser Kategorie überzeugten Bauhaus, Hagebaumarkt und Toom

mit Gastronomiebereichen in der Nähe des Eingangs, welche zudem gut ausgeschildert waren. Bei den Filialen von Globus und Hornbach fehlte eine deutliche Ausschilde- rung, dennoch war das gastronomische Angebot vom Eingang aus ersichtlich. Lediglich bei Obi fehlte die Beschilderung. Der Standort der Gastronomie war für den Tester zu weit vom Filialeingang entfernt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bei drei der sechs Baumärkte noch Verbesserungspotenziale vorliegen.

Ordnung und Sauberkeit

Für das Wohlfühlempfinden während des Gastronomiebesuchs wurden auch die Ordnung und Sauberkeit geprüft. Sowohl bei Obi, Bauhaus, Hornbach als auch beim Hagebaumarkt gab es in puncto Hygiene nichts zu bemängeln. Die gastronomischen Bereiche waren ohne Verschmutzungen und machten einen gepflegten Eindruck. Bei Globus hingegen waren zum Teil Verschmutzungen auf Tischen und Fußboden zu sehen, wodurch das Gastronomieerlebnis für den Kunden nur noch als befriedigend wahrgenommen wurde. Schlusslicht in dieser Kategorie ist das Angebot bei Toom. Hier entsprachen die Ordnung und Sauberkeit nicht den Ansprüchen des Kunden, da die Aschenbecher auf den Tischen stark verschmutzt waren und auch die Tische selbst Flecken und Krümel aufwiesen. Solche Defizite wirken sich auf den Appetit und das Wohlfühlempfinden der Kunden aus und führen zu Umsatzeinbußen.

Auftreten der Mitarbeiter

Die Mitarbeiter wurden in Hinblick auf Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Aufmerksamkeit von unserem Tester beurteilt. Auch in dieser Kategorie überzeugten erneut vier der sechs Baumärkte. Bei Hornbach, Hagebaumarkt, Toom und Globus waren die Gastronomiemitarbeiter sehr freundlich, hilfsbereit und aufmerksam dem Kunden gegenüber und erzielten dadurch Top-Noten. Zudem war positiv festzustellen, dass bei Hornbach, Hagebaumarkt und Toom die Mitarbeiter sehr schnell arbeiteten, sodass sehr kurze Wartezeiten entstanden. Außerdem machten sie einen sehr routinierten und zuvorkommenden Eindruck. Die Mitarbeiter bei Obi und Bauhaus konnten unseren Tester leider nicht überzeugen und erhielten deshalb nur die Schulnote ausreichend. Der Kunde erlebte keine freundliche Bedienung, da bei Obi keine vollständigen Sätze gesprochen wurden und bei Bauhaus nicht auf die Kundenwünsche eingegangen wurde. Bei dem Gastronomieangebot von Bauhaus bekam der Kunde aufgrund des Auftretens des Mitarbeiters sogar das Gefühl, den Mitarbeiter zu stören. Von einer Kundenorientierung konnte in diesem Fall leider nicht gesprochen werden.

Atmosphäre

Eine angenehme Geräuschkulisse, die vorherrschenden Gerüche und eine Vielzahl an subjektiven Eindrücken bestimmen die Atmosphäre der Gastronomie. Bei diesem Kriterium überzeugten vor allem der Hagebaumarkt und Toom, welche für den Kunden einen sehr ansprechenden und einladenden Eindruck machten. Bei Toom konnte eine kleine, urige Holzhütte nahe dem Eingang punkten und beim Hagebaumarkt die Imbissatmosphäre eines regionalen Metzgers. Zudem bot sich auf der anderen Seite des Baumarkteingangs beim Hagebaumarkt ein Obst- und Gemüsestand.

Die Atmosphäre bei Hornbach und Globus ist für eine Gastronomie in einem Baumarkt ebenfalls positiv zu bewerten. Bei Hornbach jedoch machte der Imbiss, welcher sich direkt gegenüber dem Eingang befindet, einen weniger einladenden Eindruck. Gleichmaßen wie bei Hagebaumarkt befand sich jedoch auch hier neben dem Eingang ein Obst- und Gemüsestand. Bei Globus befindet sich die „Trefferia“ innerhalb des Baumarktes und passt zum Baumarktcharakter. Das Back-Bistro im Bauhaus wirkte aufgrund des geringen Platzangebots weniger einladend. An letzter Stelle in der Kategorie Atmosphäre folgt der Imbiss auf dem Obi-Gelände, welcher sich in einiger Entfernung zum Eingang befindet. Aufgrund der Entfernung zum Baumarkt und fehlender Sitzmöglichkeiten oder Stehtische konnte hier kein einladender Eindruck gewonnen werden.

Angebot und Vielfalt der Speisen und Getränke

Ein attraktives Angebot wird auch für Imbisse immer notwendiger. Bis auf Bauhaus konnten alle Baumärkte eine sehr gute Produktvielfalt bei Speisen und Getränken anbieten. Von Frühstücksangeboten über Kuchen bis hin zur deftigen Bratwurst, Pizza, Burger oder Spanferkel mit Klößen und Sauerkraut konnte der Kunde in diesen Märkten frei wählen und voll und ganz seinen Geschmack entscheiden lassen. Nur im Bauhaus-Bistro waren Verkaufstresen und -regale beinahe leer und boten somit keine Vielfalt. Da auch nicht auf Nachfrage des Kunden gewünschte Snacks nachproduziert wurden, war die Auswahl sehr begrenzt und der Kunde enttäuscht. Für Bauhaus liegt somit ein eindeutiges Verbesserungspotenzial bezüglich der Produktvielfalt vor.



Toom konnte mit der Holzhütte bei dem Kriterium Atmosphäre punkten.



Hagebau punktete bei der Qualität der angebotenen Speisen.



Neben Globus konnten fast alle Baumärkte eine sehr gute Produktvielfalt bei Speisen und Getränken anbieten.

Tagesangebot

Eine Empfehlung des Tages oder ein bestimmtes Frühstücks- oder Mittagsangebot war für unseren Tester nur bei Hornbach und Hagebaumarkt ersichtlich. Im Hagebaumarkt gab es eine Vielzahl an Tagesgerichten, die alle gut erkennbar ausgezeichnet waren. Bei Hornbach wurden Sparangebote beworben, welche ebenfalls eindeutig ersichtlich waren. Obi, Bauhaus, Toom und Globus verzichteten auf zusätzliche plakative Werbemaßnahmen im Gastronomiebereich für individuelle Angebote und dadurch auch auf verkaufsfördernde Maßnahmen. Positiv anzumerken ist, dass bei Globus die Wochenkarte online eingesehen werden kann, wodurch sich der Kunde bereits von daheim über neue Angebote informieren kann. Somit passt sich Globus der aktuellen digitalen Kommunikation an.



Gastronomie

	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)	Note 2019 (2018)
Ausschilderung (5 %)	4,0 (1,0)	1,0 (1,0)	2,0 (1,0)	1,0 (1,0)	1,0 (1,0)	2,0 (1,0)
Sauberkeit und Ordnung (15 %)	1,0 (2,0)	1,0 (4,5)	1,0 (6,0)	1,0 (5,5)	4,0 (1,0)	3,0 (4,5)
Auftreten des Mitarbeiters (10 %)	4,0 (1,0)	4,0 (4,5)	1,0 (5,0)	1,0 (1,0)	1,0 (5,5)	1,0 (2,5)
Atmosphäre (15 %)	4,0 (3,0)	3,0 (2,0)	2,0 (3,0)	1,0 (4,0)	1,0 (2,0)	2,0 (5,5)
Speisen- und Getränkeangebot (15 %)	1,0 (3,0)	6,0 (3,0)	1,0 (1,5)	1,0 (1,0)	1,0 (1,5)	1,0 (1,0)
Empfehlung eines Tagesangebots (3 %)	6,0 (4,0)	6,0 (2,5)	1,0 (2,5)	1,0 (1,0)	6,0 (1,0)	6,0 (1,0)
Qualität der Speisen (25 %)	1,0 (2,5)	3,0 (3,0)	3,0 (3,5)	1,0 (3,5)	3,0 (1,0)	1,0 (5,0)
Sitzmöglichkeiten (10 %)	6,0 (4,0)	4,0 (3,0)	6,0 (5,0)	1,0 (5,0)	6,0 (1,0)	1,0 (5,5)
Gesamt	2,65 (2,58)	3,4 (3,10)	2,2 (3,63)	1,0 (3,30)	2,7 (1,68)	1,75 (3,80)
Platzierung	4. (2.)	6. (3.)	3. (5.)	1. (4.)	5. (1.)	2. (6.)

(Getestet durch: **STEP UP** Hannover - www.stepupag.de - info@stepupag.de)

Das Ranking beim diesjährigen Gastronomie-Test

Qualität der Speisen

Die Qualität der Speisen ist der wohl entscheidendste Punkt bei der Bewertung einer Gastronomie. Leider nur die Hälfte der besuchten Baumärkte konnte mit ihrer Gastronomie vollständig überzeugen. Bei Bauhaus, Hornbach und Toom wurde das Geschmackserlebnis nur als befriedigend eingestuft, weil die Speisen zum Teil ungewürzt, kalt oder verbrannt waren. Sowohl bei Obi, Hagebau als auch Globus war die Qualität auf einem sehr guten Niveau und entsprach in Bezug auf Optik und Geschmack den Wünschen des Kunden. Die Brötchen wirkten frisch, die Bratwürste waren heiß sowie gut gebraten, und die Pommes waren kross und gut gewürzt. Somit war der Besucher nicht nur gesättigt, sondern rundum zufrieden.

Sitzmöglichkeiten

Möglichkeiten, die Mahlzeit im Sitzen zu sich zu nehmen, gab es nur bei Hagebaumarkt, Globus und Bauhaus. In den beiden ersten Fällen überzeugten die Sitzmöglichkeiten in puncto Modernität, Zustand und Bequemlichkeit in vollem Umfang. Während man bei Globus innerhalb des Baumarktes saß, waren die Sitzmöglichkeiten bei Hagebaumarkt im Freien. Bei Bauhaus konnten die Sitzmöglichkeiten nur ein ausreichendes Ergebnis erzielen, da sich der Kunde aufgrund des

Platzmangels am Tisch sowie der geringen Anzahl an Sitzmöglichkeiten nicht wohlfühlte. Hornbach und Toom konnten in dieser Kategorie leider nicht punkten, da vor Ort lediglich Stehtische vorhanden waren und somit der Kunde den gesamten Zeitraum über stehen musste. Bei Obi waren noch nicht einmal Stehtische vorhanden, sodass dieser Bereich dem Kunden keine Möglichkeit bot, seine Mahlzeit vor Ort zu sich zu nehmen. Dies hatte wie bereits beschrieben eindeutig negative Auswirkungen auf die Atmosphäre der Gastronomie.

Fazit

Den letzten Platz belegte mit einer Note von 3,4 Bauhaus. Dies lag vor allem an der geringen Produktauswahl und der schlechten Kundenorientierung. Insgesamt konnte nur ein knapp befriedigendes Gastronomieerlebnis erzielt werden. Um 0,7 Notenpunkte besser schnitt Toom ab. Hier mangelte es an Ordnung, Sauberkeit und an Sitzmöglichkeiten. Zudem gab es Abzüge bei der Qualität der Speisen. Knapp vor Toom, auf Platz vier, folgte Obi, der zwar in den Kategorien Sauberkeit und Ordnung, Angebotsvielfalt und Qualität der Speisen den kritischen Augen des Kunden standhalten konnte, jedoch eindeutige Verbesserungspotenziale in der Lage und Beschilderung der Gastronomie, dem Auftreten der Mitarbeiter sowie den

Sitzmöglichkeiten und der daraus folgenden Atmosphäre hatte. Hornbach schaffte es, sich mit einer Gesamtnote von 2,2 auf Platz drei zu positionieren und weist bis auf die fehlenden Sitzmöglichkeiten und die Qualität der Speisen in allen Bereichen mindestens die Note gut auf. Die Atmosphäre hätte noch ein bisschen mehr Gemütlichkeit ausstrahlen können, und die Qualität der Speisen sollte in Zukunft noch weiter abgerundet werden. Platz zwei sicherte sich Globus mit einer Gesamtnote von 1,75. In dieser Gastronomie gibt es noch kleine Optimierungsbedarfe bei der Hygiene, und eine Wochenmenükarte vor Ort wäre wünschenswert. Durchweg überzeugt hat in diesem Test der Hagebaumarkt, der in allen getesteten Bereichen die Note sehr gut erreichen konnte. Von der Lage über Sauberkeit, Mitarbeiterauftreten bis hin zur Qualität der Speisen bot das gastronomische Angebot keinen Kritikpunkt. Trotz eines relativ hohen Kundenaufkommens konnte die Vielzahl der Mitarbeiter eine schnelle und zuverlässige Bedienung garantieren. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich die Qualität bei der Gastronomie der Baumärkte über alle Bereiche im Vergleich zu unserem letzten Test verbessert hat. Dadurch wird insgesamt deutlich, dass den Baumärkten das Umsatzpotenzial der Gastronomie sowie die positive Kundenbindung bewusst geworden sind und deutlich mehr im Fokus stehen. ■

Über Step Up

Ziel der Step Up AG ist der nachhaltige Erfolg sämtlicher Marketing- und Vertriebsaktivitäten ihrer Kunden. Von individuellen Strategien bis hin zur Projektrealisierung bietet Step Up ein ganzheitliches Lösungsportfolio. Mit dem Mystery-Shopping-System „goodFil“ generiert Step Up eine Verbesserung der Verkaufs- und Kundenorientierung. Die nötigen Analysedaten werden von professionellen Testkäufern erhoben und mithilfe einer eigens entwickelten App zielgruppengerecht ausgewertet. Das Programm misst die Filialzustände und bietet dem Management über die Cockpit-Funktion des Auswertungssystems absolute Transparenz und eine belastbare Entscheidungsgrundlage.