

Der erste Eindruck zählt. Hornbach steigerte sich im Vergleich zum letzten Jahr (5. Platz) und rangiert mit Globus auf Platz 1 des Tests.

MYSTERY SHOPPING

Der erste Eindruck zählt

Wer kennt es nicht – mal eben schnell noch etwas aus dem Baumarkt besorgen. Doch wird uns dies durch Orientierung, Ordnung und Warenvolumen vereinfacht oder erschwert?

Bereits im vergangenen Jahr stellten wir Ihnen das innere Erscheinungsbild der Baumarktketten Toom, Obi, Hagebaumarkt, Bauhaus, Globus und Hornbach vor. Das Erscheinungsbild testeten und bewerteten wir stets mit unseren qualifizierten Testern. Dieses Jahr wiederholten wir die Tests in unterschiedlichen Filialen in der westlichen Region Deutschlands und nahmen die Märkte erneut genau unter die Lupe. Die Orientierung in der Filiale, die Ordnung und Sauberkeit in den Abteilungen und die Warenprä-

sentation, die das Warenvolumen in den Warenträgern und den Zustand der Preisschilder umfasst, waren unsere detaillierten Testkriterien.

Orientierung

Die meisten Besucher eines Baumarktes haben eine konkrete Kaufabsicht. Diese Kaufabsicht nutzen die Märkte, um den potenziellen Kunden durch alle Abteilungen des Marktes zu führen. Der Besuch soll ein Erlebnis und eine Entdeckungsreise werden. Kundenorientierung soll mit-

hilfe eines Kundenführungssystems gewährleistet und erleichtert werden. Selbstständig, schnell und einfach soll sich der Kunde in der Filiale und bei der Produktsuche zurechtfinden. Als sehr gut empfanden die Tester die Ausschilderungen der Warenbereiche aller Filialen der unterschiedlichen Baumärkte

Ordnung

Die Ordnung ist nicht nur für das Gesamtbild des Marktes wichtig, sondern auch für das Ziel, eine endgültige Kaufentscheidung herbeizuführen. Das Produkt soll auf eine ansprechende Art und Weise in das Rampenlicht des Kunden treten. Durch eine fehlerhafte Einordnung von Waren kann es passieren, dass der Kunde zum falschen Produkt greift oder das gesuchte Produkt gar nicht erst findet. Globus konnte sich in dieser Kategorie gegen die starke Konkurrenz durchsetzen, da die Waren sehr ordentlich und ansprechend präsentiert wurden. Negativ fiel Obi in der



Foto: bmm

Der Kunde soll sich gleich im Eingangsbereich orientieren können und zielsicher geführt werden.



Foto: Step Up

Mit der Ordnung scheint man es hier nicht so genau zu nehmen.

Abteilung „Holz und Bauen“ auf. Auch bei Bauhaus wurden Defizite in der Abteilung „Baustoffe“ festgestellt.

Sauberkeit

Damit der erste Eindruck positiv ausfällt, ist die Sauberkeit unerlässlich, weswegen wir diese ebenfalls genauer unter die Lupe genommen haben. Essenziell für das Herbeiführen einer Kaufentscheidung ist neben der Warenpräsentation und Warenfindung auch die Sauberkeit des Marktes. Hierzu zählt nicht nur ein gereinigter Boden, sondern auch der einwandfreie Zustand der Warenträger. Aufgefallen sind aufgrund von erheblichem Schmutz in mehreren Abteilungen die Filialen von Obi und Bauhaus.

Das Mittelfeld bildeten durch leichte Flecken und Verschmutzungen die Filialen von Hagebaumarkt, Hornbach und Toom.

Globus liefert den Beweis dafür, dass ein Baumarkt in puncto Sauberkeit glänzen kann. Die Abteilungen der getesteten Filiale wiesen nur minimale Flecken auf dem Boden auf.

Warenvolumen

Mit Artikel gefüllte Präsentationsflächen sehen neben leeren oder gering gefüllten Präsentationsflächen schnell wie unbeliebte Waren aus. Oft verbindet der Kunde dies mit einer geringen Produktqualität der gefüllten Warenträger. Dies gilt es zu vermeiden, indem eine ausgewogene Ar-

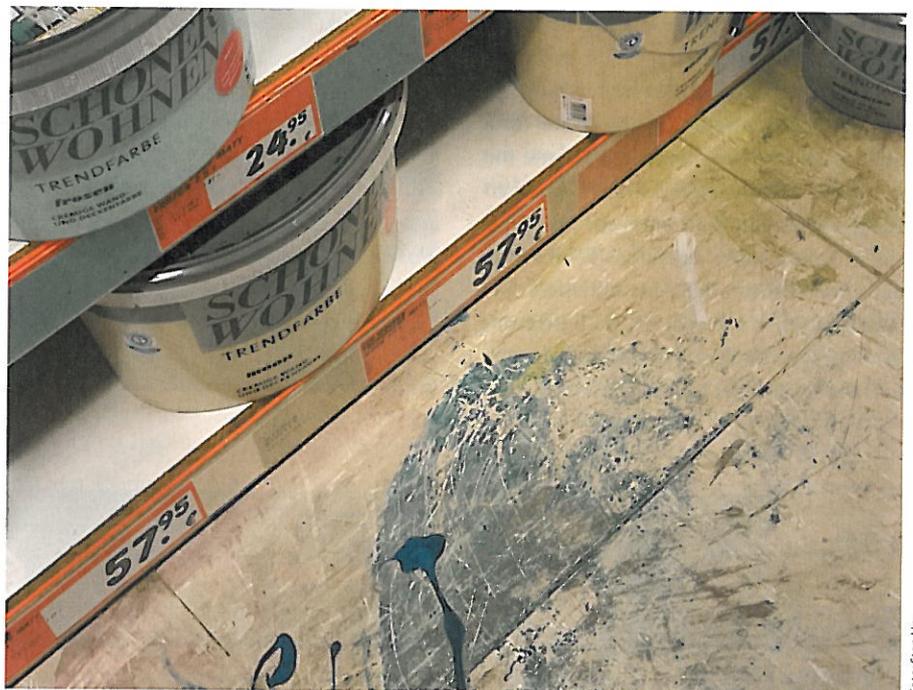


Foto: Step Up

Ein gepflegtes und sauberes Erscheinungsbild wirkt sich positiv auf die Kaufentscheidung des Kunden aus. Solche „Schmutzflecken“ überzeugen den Kunden nicht gerade.

Über Step Up

Ziel der Step Up AG ist es, ihre Kunden bei ihren Vermarktungsherausforderungen zu unterstützen. Zur Verbesserung der Verkaufs- und Kundenorientierung bietet das Unternehmen ein Mystery-Shopping-System „UPGRADE“ an. Dieses System bildet die Schnittstelle zwischen dem Kunden und der Step Up AG. Es misst die Filialzustände, aus denen das Management direkte Schlüsse ziehen kann. Bei jedem Test gibt es zahlreiche Bewertungen, die der Kunde selbst festlegt, sowie individuelle Kommentare der Tester. Alle Daten werden online per App eingegeben, um die Testergebnisse schnellstmöglich in dem sogenannten Cockpit dem Management zur Verfügung stellen zu können. Darüber hinaus wird die Gesamtnote mit den wichtigsten Fakten des Tests angezeigt. Somit werden die Kunden mit zielorientierten Maßnahmenpaketen unterstützt, um Kundenorientierung und Service- sowie Beratungsqualität zu erhöhen und somit den Umsatz zu steigern.



Foto: Step Up

Gut sortierte Regale, die den Kunden zum Kauf animieren.



Foto: Step Up

Auch eine korrekte und übersichtliche Auszeichnung der Waren ist für den Kunden wichtig.

tikelfülle bei allen Warenträgern eingehalten wird und somit der uneingeschränkte Zugang zu Produkten einen positiven Eindruck bei den Kunden hinterlässt.

Hornbach präsentiert die Ware optimal. Auch der Hagebaumarkt konnte mit gut sortierten Regalen die Kunden überzeugen und zum Kauf anregen, weswegen sie sehr gute Noten erzielten. Toom, Bauhaus und Globus bilden das Mittelfeld. Obi schneidet eher schlecht ab, da bestimmte Warenträger in den Abteilungen „Leuchten“ und „Haushalt“ fast leer waren.

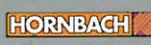
Preisschilder

Das innere Erscheinungsbild wird durch das letzte Testkriterium, die „Preisschilderung“, abgerundet. In dieser Kategorie wird darauf geachtet, dass alle Preisschilder in einem guten Zustand sind und diese den richtigen Artikeln zugeordnet wurden. Es wurde auch auf die Positionierung der Schilder sowie auf die Größe der Schriftzüge geachtet, da alle Schilder auch für Kunden mit eingeschränkter Sehfähigkeit gut lesbar sein sollten.

Globus konnte in der Kategorie Preisschilder glänzen. Toom, Bauhaus, Obi und Hornbach erhielten in der Kategorie Preisschilder die Schulnote „gut“. Auch Hagebaumarkt erhielt gute Noten, eine Abschwächung der guten Note konnte in der Abteilung „Garten“ festgestellt werden, da einige Artikel nicht richtig ausgezeichnet wurden.

Die Noten aus allen Testbereichen der Filialen und die Gesamtwertung können Sie der folgenden Tabelle entnehmen.

Step Up

							
Inneres Erscheinungsbild	Note	Note	Note	Note	Note	Note	Note
Orientierung Ordnung Sauberkeit	2,5	2,5	1,4	2,0	1,5	1,2	
Warenpräsentation (Warenvolumen, Preisauszeichnung)	2,8	2,4	1,3	2,4	1,9	1,5	
Gesamt	2,65	2,45	1,35	2,2	1,7	1,35	
Platzierung	6.	5.	1.	4.	3.	1.	

Quelle: Step Up

Globus konnte bereits im letzten Jahr überzeugen und bleibt somit konstant an der diesjährigen geteilten Spitze. Obi nimmt den letzten Platz ein.