

OpinionTRAIN (2022)

„Der diffuse Begriff der Kundenzentrierung“

Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht den Aspekt Kundenzentrierung allgemein nach Branchen und speziell im Lebensmittelhandel

Bonn, Mai 2022

Verantwortlich:

Prof. Dr. Andreas Krämer
exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com

Johannes Hercher
Rogator AG
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100550
Fax: +49 (0) 911 8100570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Opinion-TRAIN“: Die vierte Erhebung erfolgte im Mrz./Apr. 2022

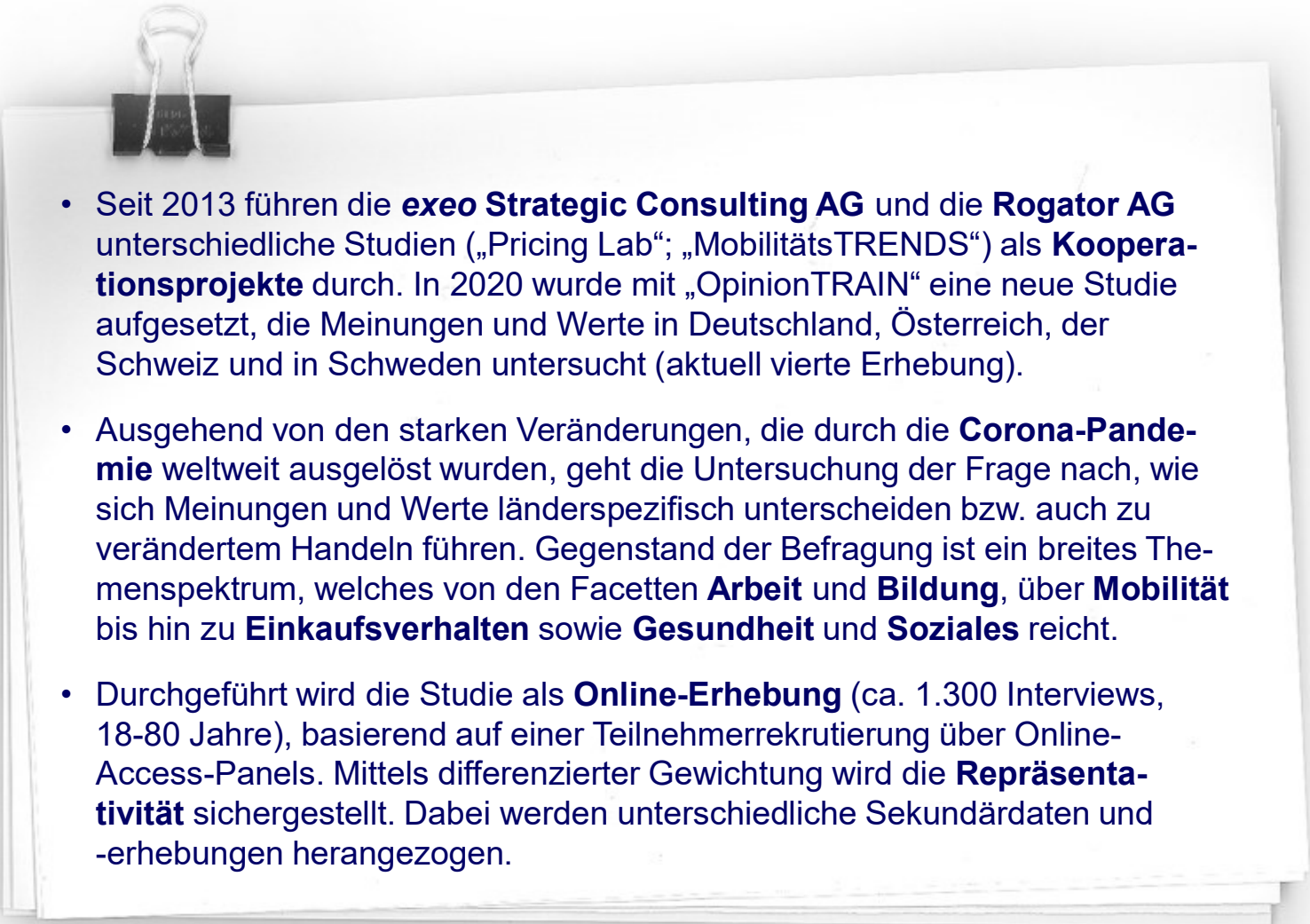
Opinion
TRAIN

Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=1.357** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (n=975 Verbraucher und n=382 Entscheider im Unternehmen).
- Dauer der Befragung: ca. **23 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 23.03. bis 11.04.2022 (vierte Erhebung).
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
 - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
 - B. Einkaufsverhalten und Medien
 - C. Mobilität und Reisen
 - D. Gesundheit und Soziales
 - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz ist repräsentativ **gewichtet**.

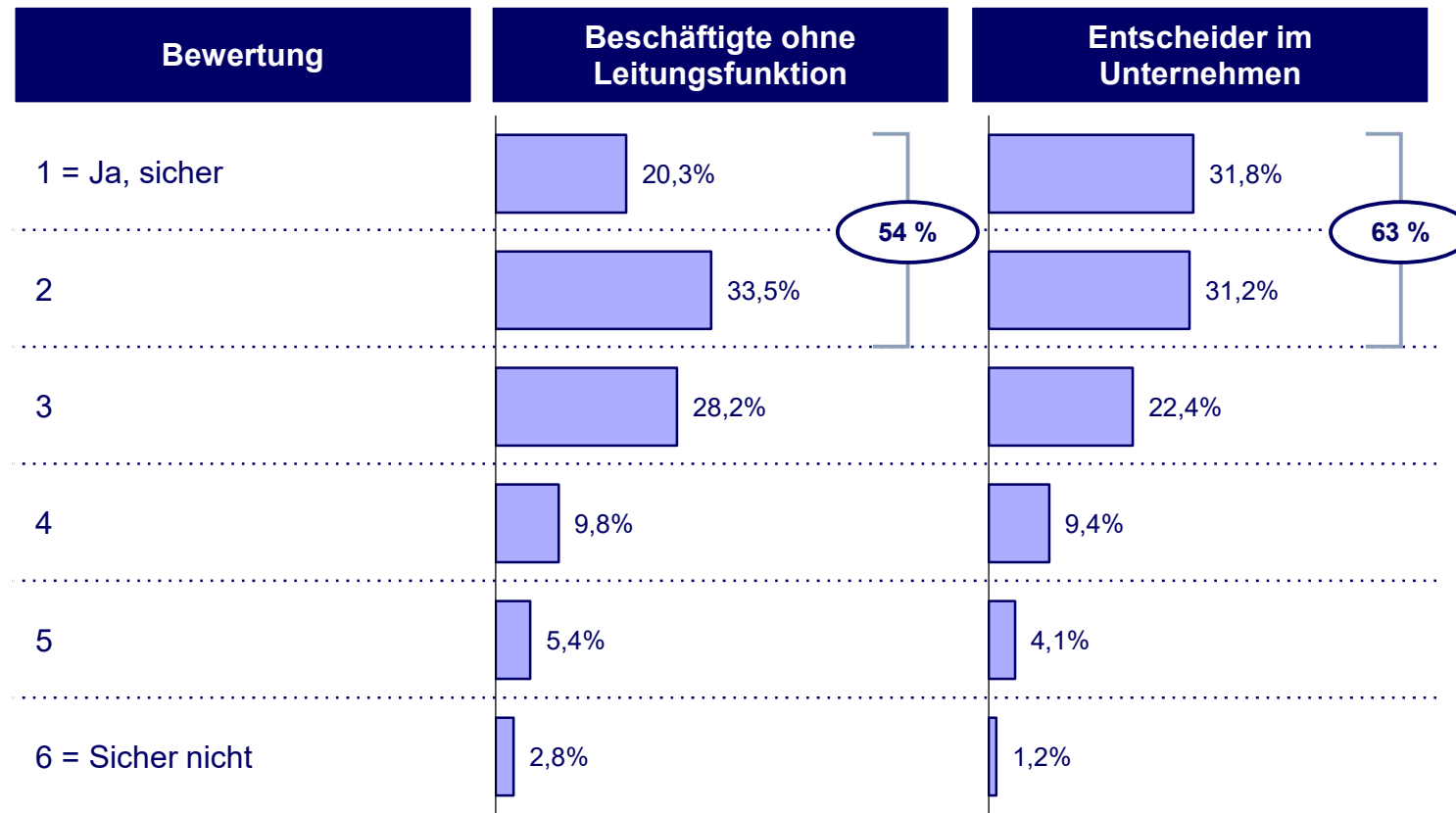
Kern-Ergebnisse (Auszüge)

- Etwa zwei Drittel der Entscheider im Unternehmen – aber nur jeder zweite Beschäftigte – bezeichnen ihr Unternehmen als **kundenzentriert**. Dabei wird der Begriff sehr unterschiedlich erklärt und dieses Bild ist auch **diffus**.
- Die Befragten ordnen **Hotels, Supermärkte**, Versicherungen und Banken am ehesten als **kundenorientiert** ein. Im Vergleich zu Discountern werden **Supermärkte** deutlich stärker als kundenorientiert wahrgenommen.
- Im Ranking der **häufigsten Einkaufsorte** für Lebensmittel führen Rewe (20 %) und Edeka (19 %) leicht vor Lidl (18 %) und Aldi (15 %).
- Die Bewertung der **Discounter** offenbart erhebliche Unterschiede – auch bei der Kundenorientierung – zwischen **Lidl und Aldi** auf der einen und Netto und Penny auf der anderen Seite.

- 
- Seit 2013 führen die **exeo Strategic Consulting AG** und die **Rogator AG** unterschiedliche Studien („Pricing Lab“; „MobilitätsTRENDS“) als **Kooperationsprojekte** durch. In 2020 wurde mit „OpinionTRAIN“ eine neue Studie aufgesetzt, die Meinungen und Werte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden untersucht (aktuell vierte Erhebung).
 - Ausgehend von den starken Veränderungen, die durch die **Corona-Pandemie** weltweit ausgelöst wurden, geht die Untersuchung der Frage nach, wie sich Meinungen und Werte länderspezifisch unterscheiden bzw. auch zu verändertem Handeln führen. Gegenstand der Befragung ist ein breites Themenspektrum, welches von den Facetten **Arbeit** und **Bildung**, über **Mobilität** bis hin zu **Einkaufsverhalten** sowie **Gesundheit** und **Soziales** reicht.
 - Durchgeführt wird die Studie als **Online-Erhebung** (ca. 1.300 Interviews, 18-80 Jahre), basierend auf einer Teilnehmerrekrutierung über Online-Access-Panels. Mittels differenzierter Gewichtung wird die **Repräsentativität** sichergestellt. Dabei werden unterschiedliche Sekundärdaten und -erhebungen herangezogen.

Etwa 63 % der Entscheider im Unternehmen bezeichnen ihr Unternehmen als kundenzentriert – jedoch nur gut jeder zweite Beschäftigte

Kundenzentrierung des eigenen Unternehmens bzw. des Arbeitgebers (% der Befragten)¹⁾



1) Würden Sie Ihr Unternehmen bzw. Ihren Arbeitgeber als kundenzentriert bezeichnen?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Der Begriff der Kundenzentrierung wird unterschiedlich beschrieben – teilweise kann dieser gar nicht eingeordnet werden

Assoziationen der Befragten mit dem Begriff Kundenzentrierung (% der Nennungen, offene Eingaben codiert)¹⁾

Offene Nennungen	Beschäftigte ohne Leitungsfunktion	Entscheider im Unternehmen
Wünsche der Kunden erkennen / Bedürfnisse erfüllen	18%	15%
Besonderer Service / Customer Experience	13%	16%
Kunde im Mittelpunkt und Ausgangspunkt der Aktivitäten	9%	13%
Nähe zum Kunden (Interaktion, Reklamation etc.)	7%	12%
Produkte / Preis-Leistungs-Verhältnis	7%	8%
Nennung spezifischer Unternehmen	5%	5%
Datensicherheit	4%	3%
Kundenzufriedenheit messen / sicherstellen	3%	5%
Bewertungen / Siegel	3%	5%
Fokus auf Stammkunden	2%	4%
Mitarbeiter	1%	2%
Weiß nicht	28%	15%

1) Woran ist erkennbar, dass ein Unternehmen kundenzentriert ist? Nennen Sie bitte Beispiele.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

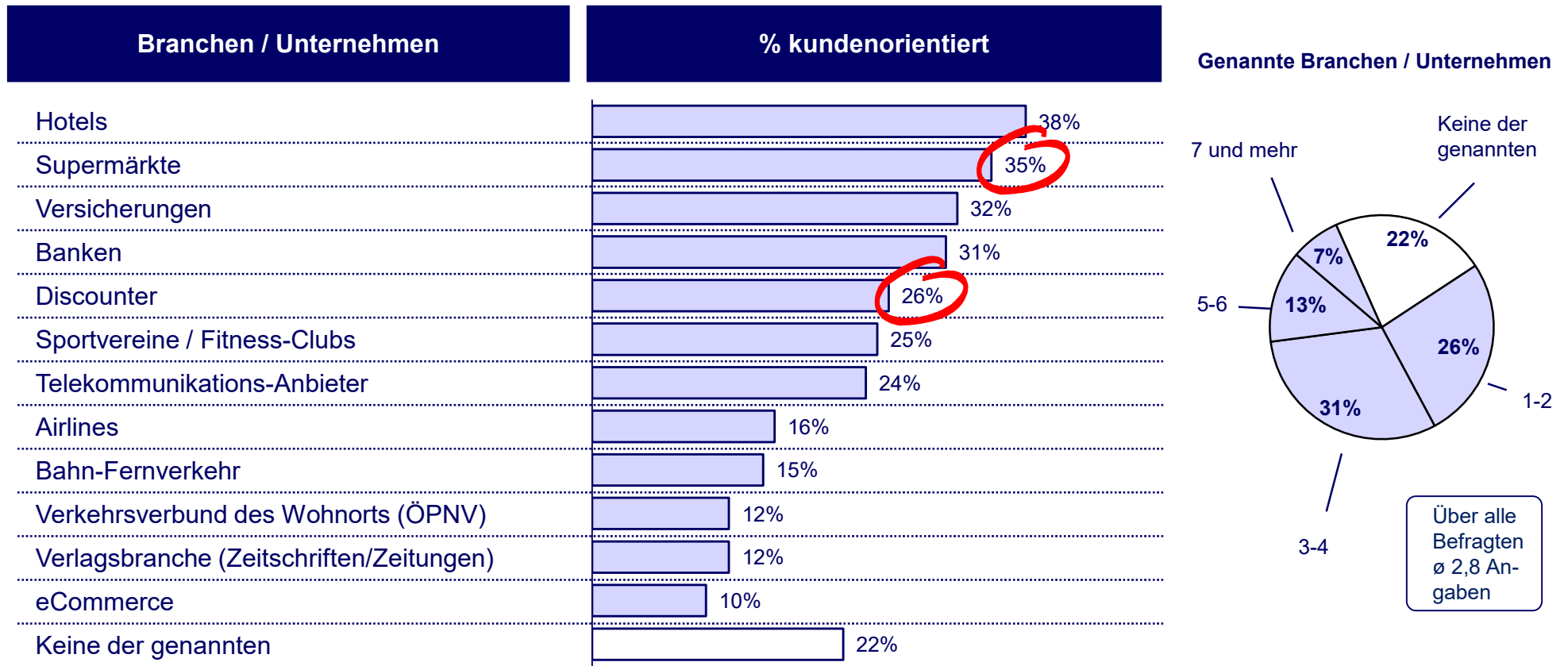
Beispielhafte Zitate: Assoziationen mit dem Begriff Kundenzentrierung



Quelle: **exeo** Strategic Consulting

Die Befragten ordnen Hotels, Supermärkte, Versicherungen und Banken am ehesten als kundenorientiert ein

Mrz./Apr. 2022: Kundenorientierung nach Branchen / Unternehmen (% der Befragten)¹⁾

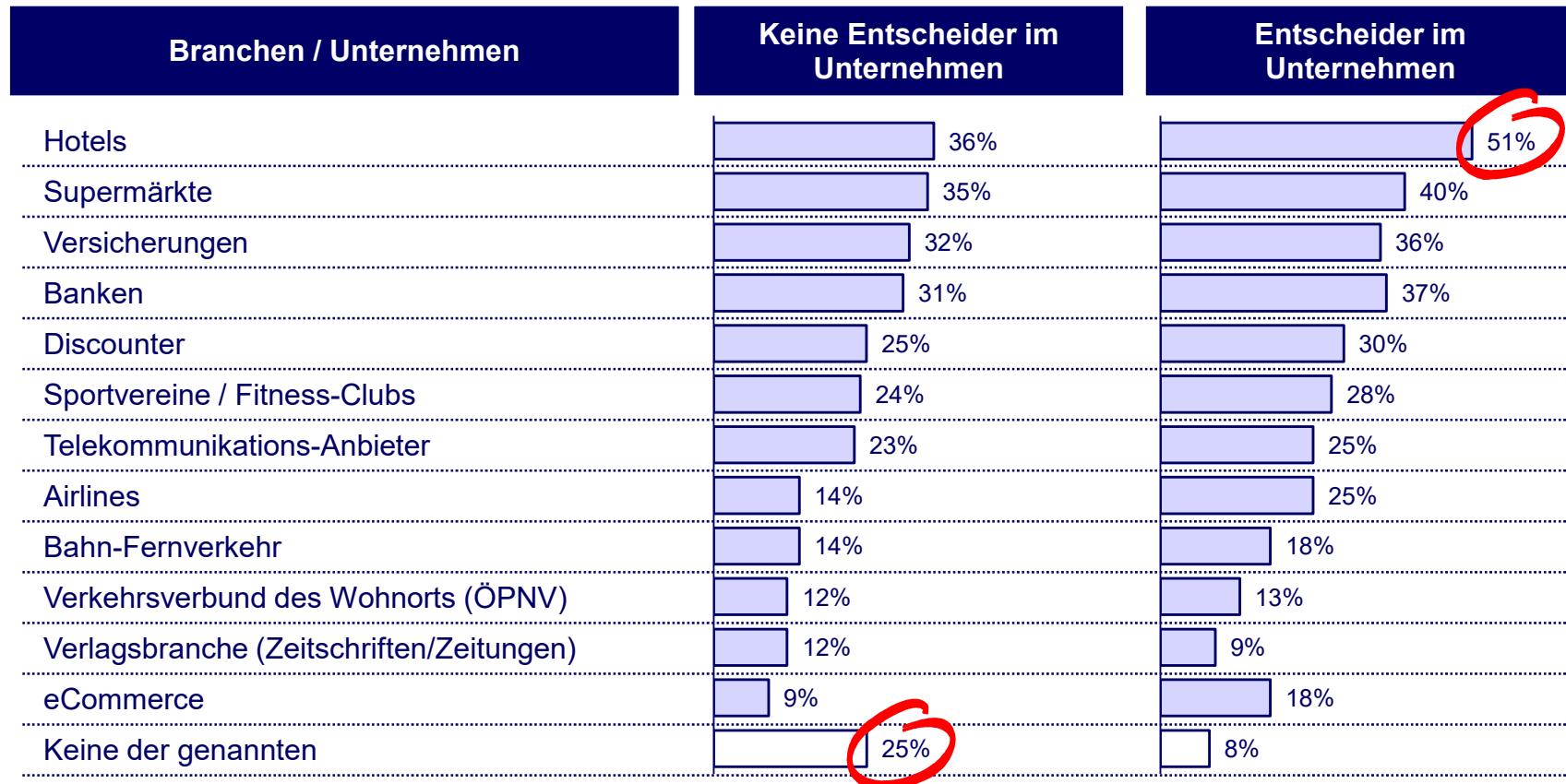


1) In letzter Zeit wird der Begriff Kundenzentrierung immer wieder diskutiert: Welche der folgenden Branchen oder Unternehmen bewerten Sie eher kundenorientiert als andere, d.h. Kunden wird stärker zugehört, auf Kundenbedürfnisse wird schneller eingegangen etc.?

Aus Sicht der Entscheider im Unternehmen ergibt sich ein klares Ranking: 51 % sehen die Hotelbranche als kundenorientiert an, 40 % Supermärkte

Opinion
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Kundenorientierung nach Branchen / Unternehmen nach Zielgruppen¹⁾



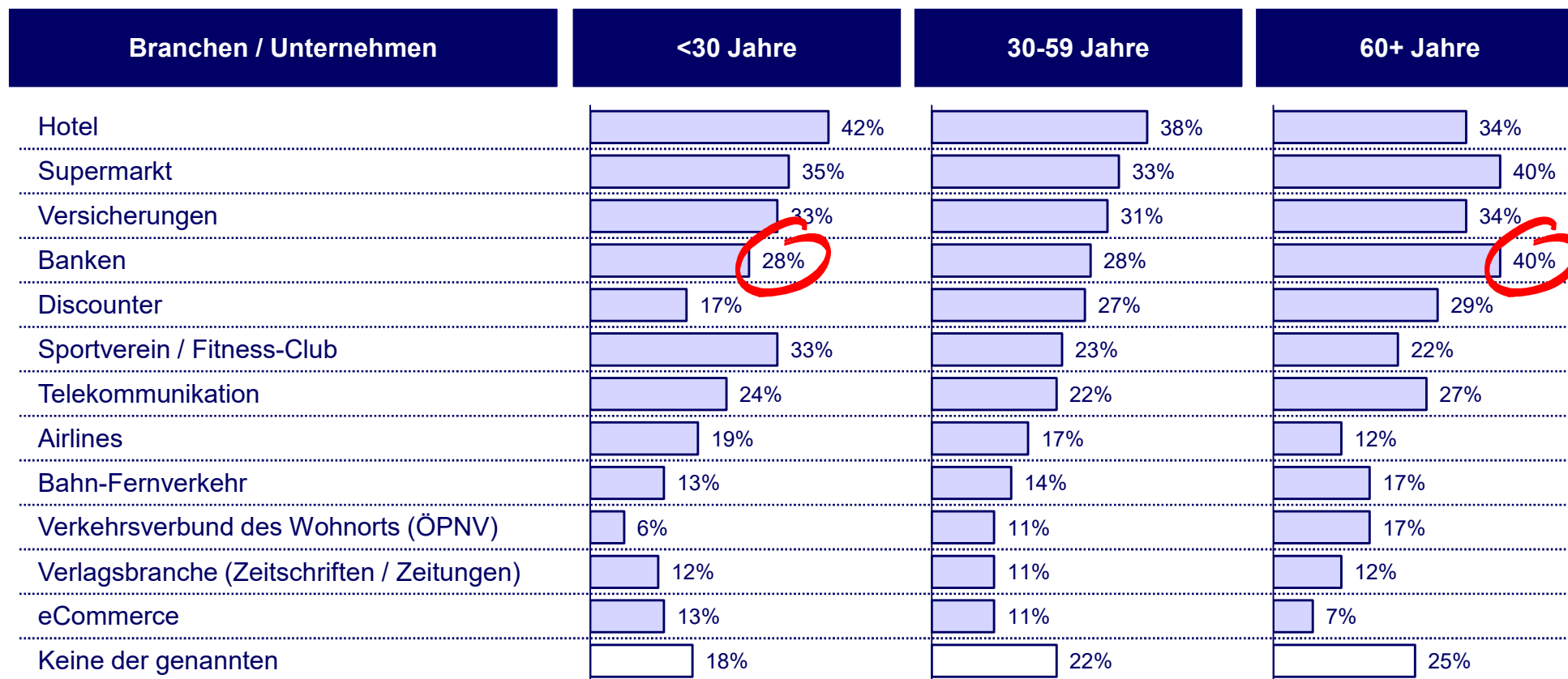
1) In letzter Zeit wird der Begriff Kundenzentrierung immer wieder diskutiert: Welche der folgenden Branchen oder Unternehmen bewerten Sie eher kundenorientiert als andere, d.h. Kunden wird stärker zugehört, auf Kundenbedürfnisse wird schneller eingegangen etc.?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Ältere Befragte (60+ Jahre) bezeichnen Banken zu 40 % als kundenorientiert, in der Altersgruppe unter 30 Jahre sind es nur 28 %

Opinion
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Kundenorientierung nach Branchen / Unternehmen¹⁾

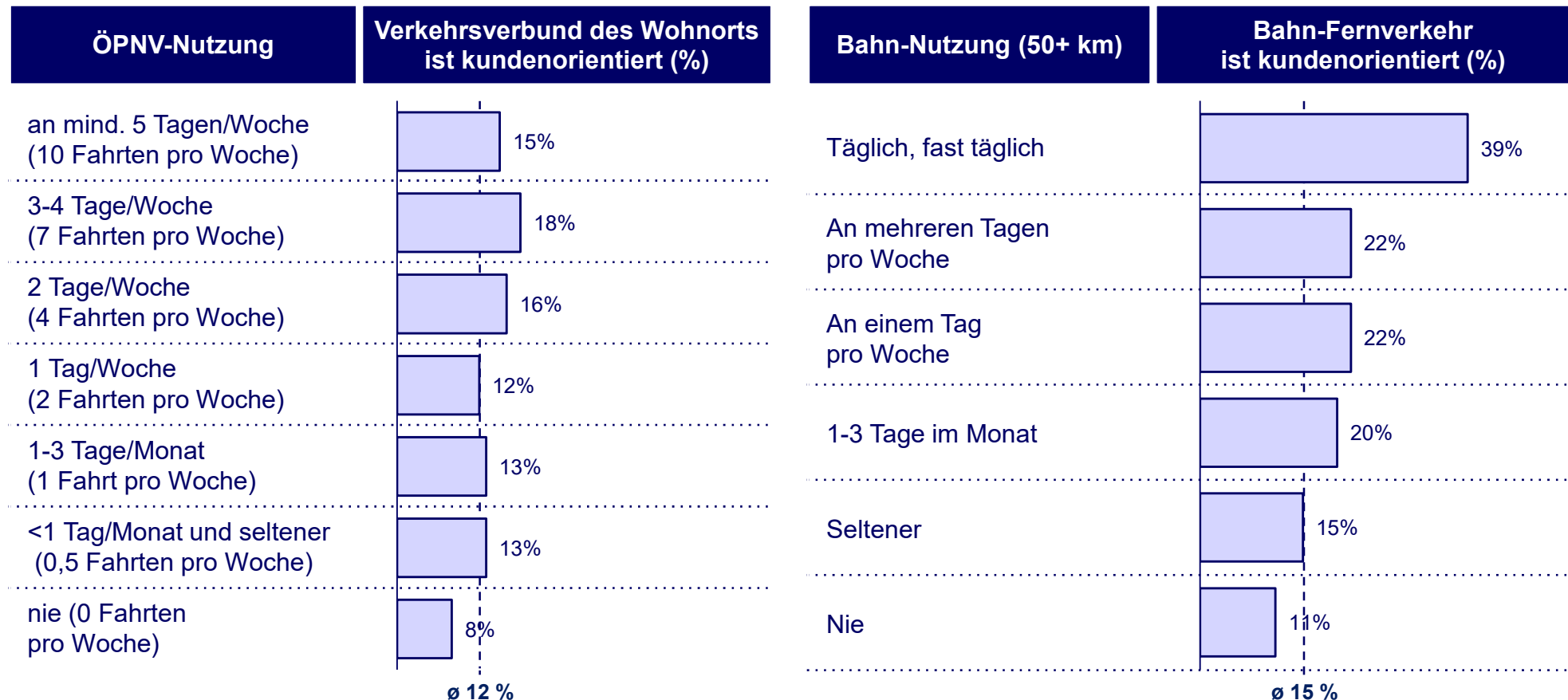


- 1) In letzter Zeit wird der Begriff Kundenzentrierung immer wieder diskutiert: Welche der folgenden Branchen oder Unternehmen bewerten Sie eher kundenorientiert als andere, d.h. Kunden wird stärker zugehört, auf Kundenbedürfnisse wird schneller eingegangen etc.?

Teilweise ist die Bewertung der Kundenorientierung von der Nutzung abhängig (Bahnfernreisen), teilweise eher weniger (ÖPNV)

Opinion
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Kundenorientierung ÖPNV und Bahnfernverkehr nach Nutzungsintensität¹⁾



1) In letzter Zeit wird der Begriff Kundenzentrierung immer wieder diskutiert: Welche der folgenden Branchen oder Unternehmen bewerten Sie eher kundenorientiert als andere, d.h. Kunden wird stärker zugehört, auf Kundenbedürfnisse wird schneller eingegangen etc.?

Im Ranking der häufigsten Einkaufsorte für Lebensmittel führen Rewe (20 %) und Edeka (19 %) leicht vor Lidl (18 %) und Aldi (15 %)

Opinion
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Häufigster Einkaufsort für Lebensmittel und andere Güter des täglichen Bedarfs¹⁾

Branchen / Unternehmen	GESAMT	<30 Jahre	30-59 Jahre	60+ Jahre
Rewe	20%	21%	20%	20%
Edeka	19%	16%	20%	20%
Lidl	18%	23%	17%	18%
Aldi	15%	14%	14%	16%
Netto	11%	8%	12%	10%
Penny	5%	6%	5%	5%
Globus	2%	2%	2%	2%
Tengelmann / Kaisers	1%	0%	1%	
Alnatura	0%	1%	0%	0%
Metro	0%	1%	0%	
Sonstiges	9%	7%	9%	9%

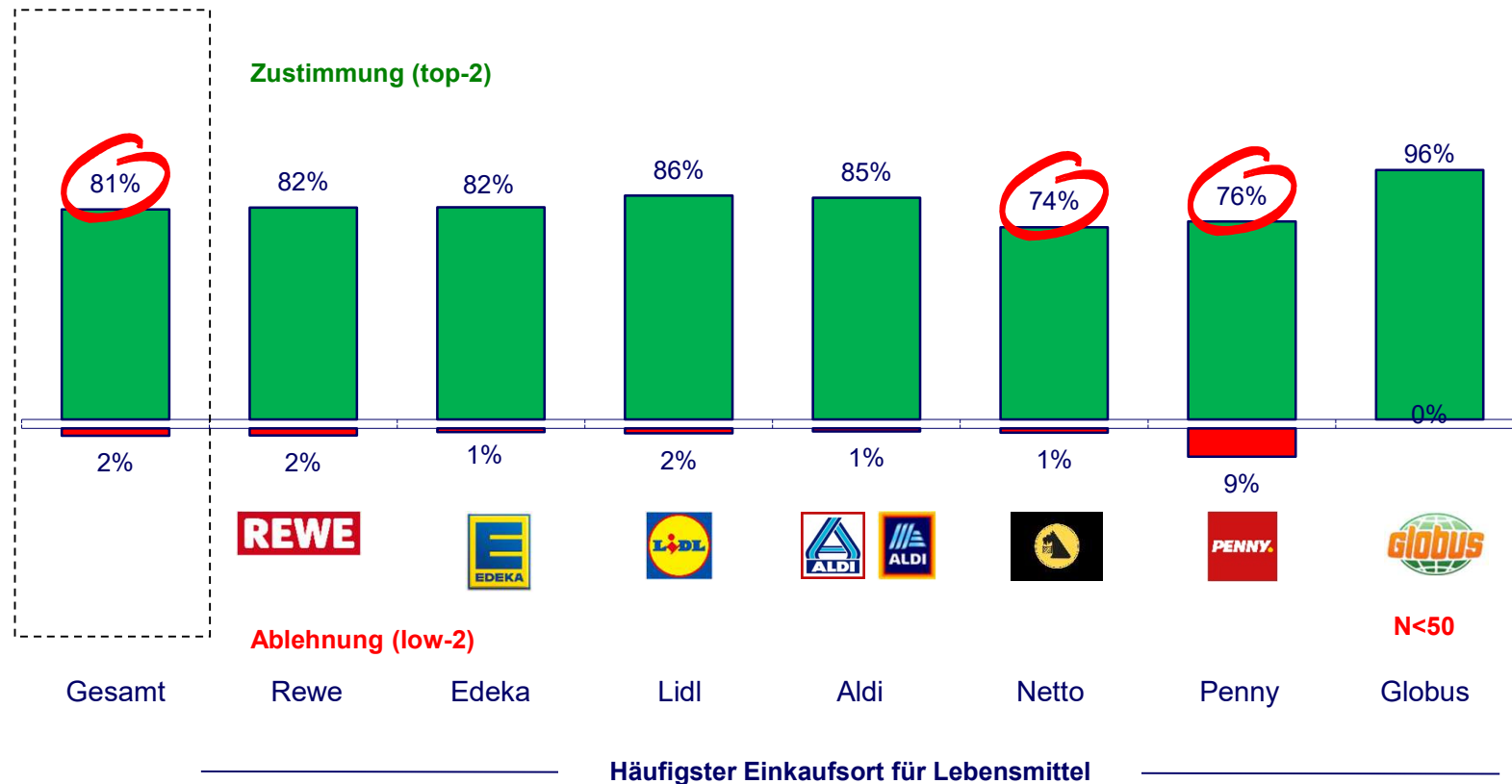
1) Wo kaufen Sie am häufigsten Lebensmittel und andere Güter des täglichen Bedarfs ein?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Die Zufriedenheit mit dem Händler ist bei den Discountern Netto (74 %) und Penny (76 %) geringer als bei den Wettbewerbern

Opinion
TRAIN

Statement: „Insgesamt bin ich mit dem Händler zufrieden“¹⁾



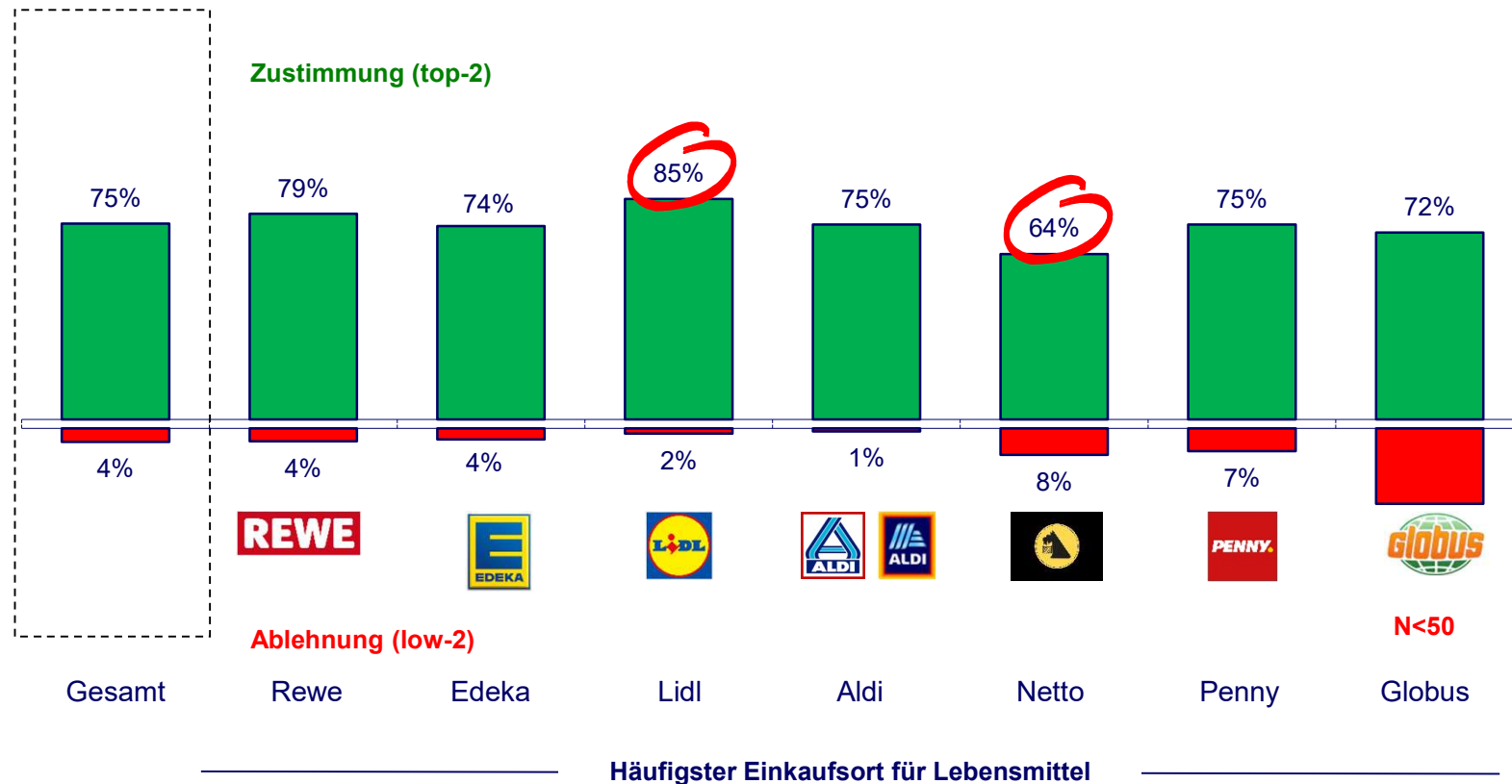
1) Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? Skala von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Bei der Weiterempfehlungsabsicht erreicht Lidl (85 %) das höchste und Netto (64 %) das geringste Niveau

Opinion
TRAIN

Statement: „Ich würde diesen Händler im Freundes- und Familienkreis weiterempfehlen“¹⁾



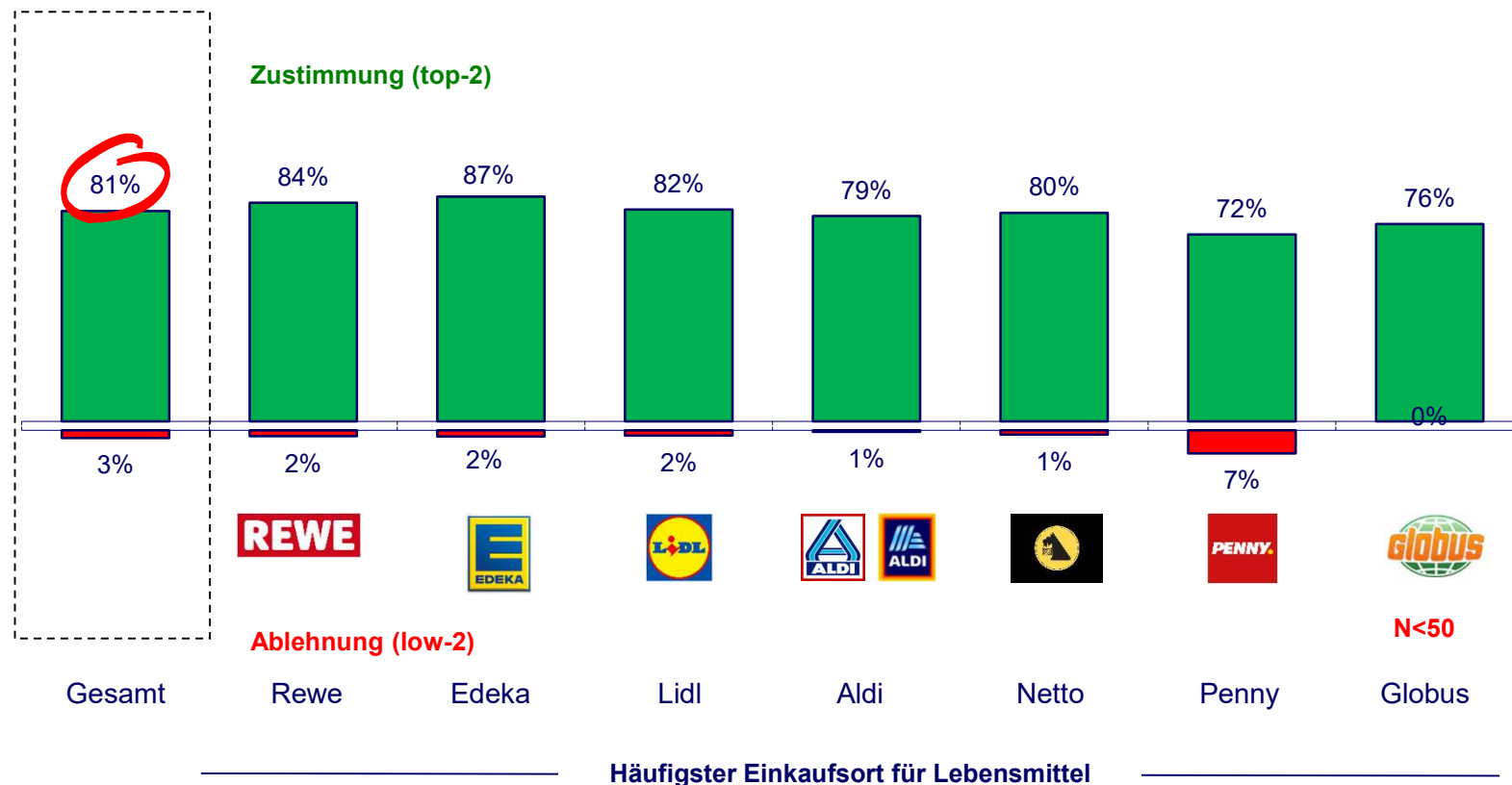
1) Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? Skala von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Insgesamt zeigen die Stammkunden im Lebensmittelhandel eine hohe Kundenloyalität: 81 % bekunden, ihrem Händler treu zu bleiben

Opinion
TRAIN

Statement: „Basierend auf meinen Erfahrungen werde ich wahrscheinlich auch weiterhin Kunde bei diesem Händler bleiben“¹⁾

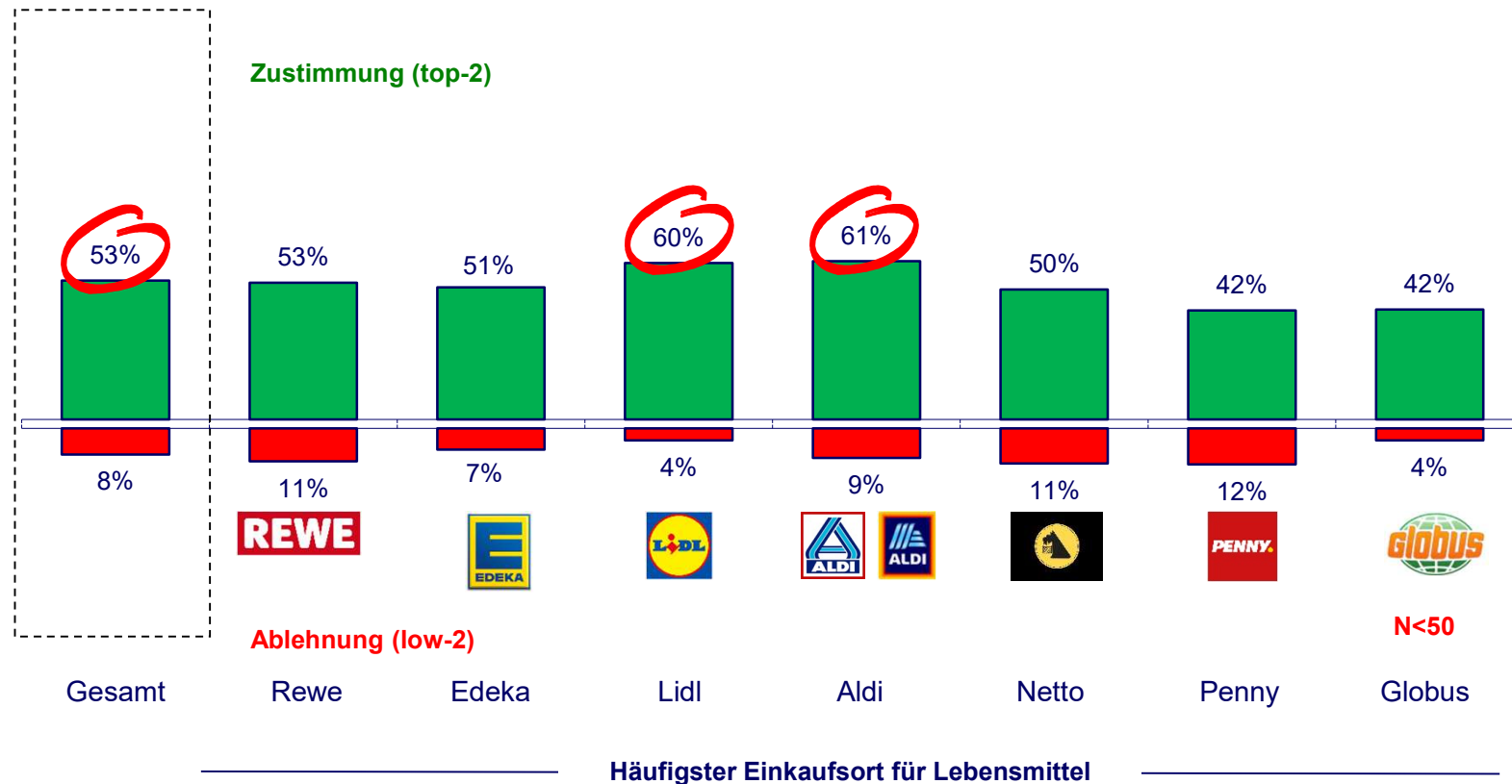


1) Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? Skala von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Die Stammkunden von Aldi und Lidl sehen bei ihrem Händler eine vergleichsweise größere persönliche Vorteilhaftigkeit

Statement: „Wenn ich diesen Händler mit anderen Händlern vergleiche, dann empfinde ich bei diesem einen persönlichen Vorteil“¹⁾



1) Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? Skala von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Opinion TRAIN

Einzelhandelsunternehmen	Zustimmung (top-2)	Ablehnung (low-2)
Gesamt	57%	4%
Rewe	61%	5%
Edeka	60%	3%
Lidl	64%	2%
Aldi	60%	4%
Netto	48%	5%
Penny	33%	9%
Globus	76%	0%

Häufigster Einkaufsort für Lebensmittel

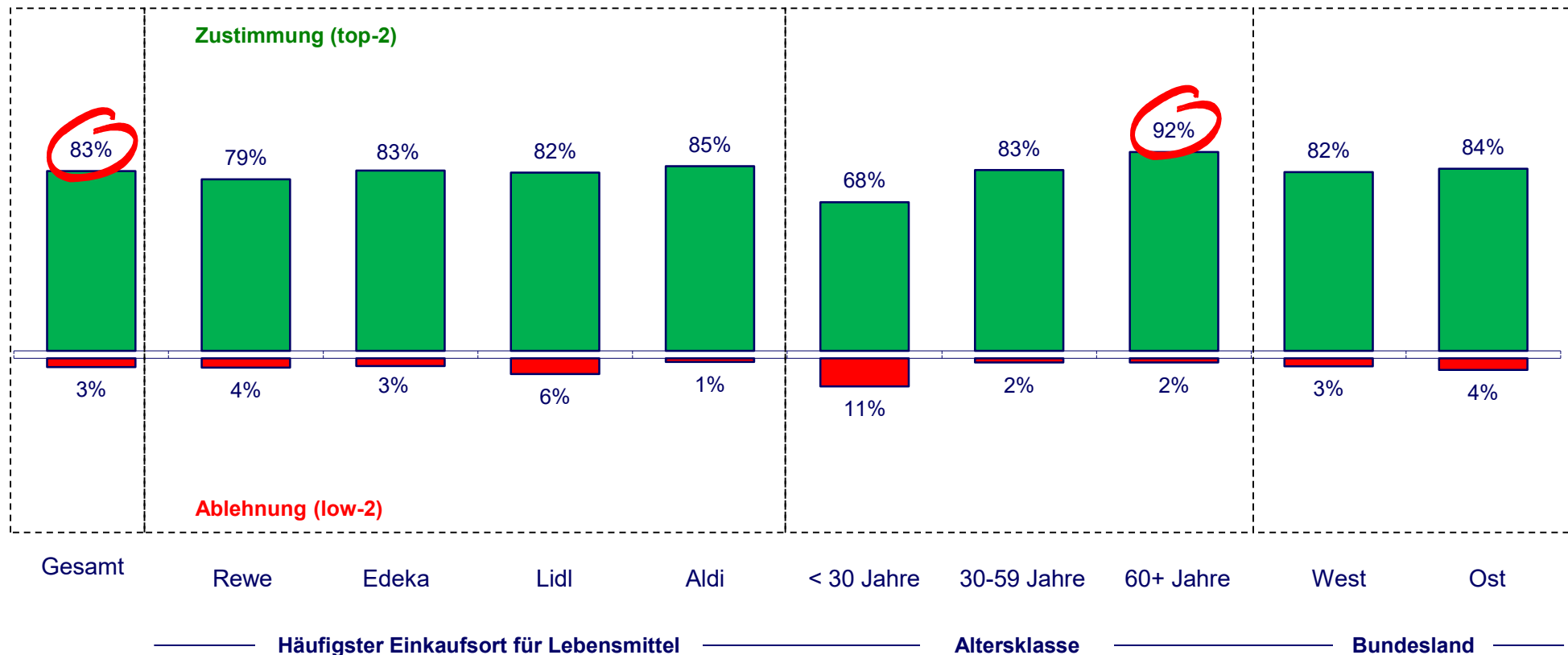


ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

83 % der Befragten haben den Eindruck, dass die Preise für Lebensmittel heute deutlich höher sind als vor Ausbruch der Corona-Krise

Opinion
TRAIN

Statement: „Ich habe den Eindruck, dass die Preise für Lebensmittel heute deutlich höher sind als vor Ausbruch der Corona-Krise“⁽¹⁾



1) Wir kommen jetzt zum Thema Einkaufsverhalten: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Einkauf in der aktuellen Zeit der Corona-Krise mit Werten von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG