

PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

IFH Köln
Juliane Mischer
Referentin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-23

E j.mischer@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Baumärkte: Sind die Zeiten beraterloser Selbstbedienung vorbei? Neue Studie zeigt: Nur jeder zweite Baumarktkunde ist wirklich zufrieden

Innovation-Store-Netzwerk initiiert neue Studie „Baumarkt 2.0“. Baumärkte haben aus Kundensicht Optimierungspotenzial, insbesondere in puncto Beratung. Baumarktmitarbeiter sollten kompetent, problemlösungsorientiert und empathisch beraten.

Köln, 18. Oktober 2016 – Baumärkte haben für knapp die Hälfte ihrer Kunden erkennbares Optimierungspotenzial. So zeigt die neue Studie „Baumarkt 2.0 – Wie Beratung, Service und Produktpräsentation im Baumarkt der Zukunft aussehen sollten“ des IFH Köln: Nur 52 Prozent der Baumarktkunden sind mit dem Markt, in dem sie regelmäßig einkaufen, wirklich zufrieden. Für die Studie – initiiert vom Innovation-Store-Netzwerk und unterstützt vom diy Fachmagazin – wurden rund 2.000 Baumarktkunden gefragt, wie wichtig Service, Beratung und Produktpräsentation für sie im Baumarkt sind und wie hoch ihre Zufriedenheit mit den Angeboten aktuell ist. Erste Studienergebnisse wurden heute im Innovation Store im Pulheimer Knaubemarkt vorgestellt.

Unzufriedenheit entsteht aktuell insbesondere in Sachen Beratung

Die Studie macht deutlich: Beratung ist ein Schlüsselfaktor, um die Zufriedenheit von Baumarktkunden zu steigern. Aktuell besteht hierbei aus Kundensicht noch Luft nach oben. So ist es für sechs von zehn Befragten sehr oder sogar äußerst wichtig, dass sie im Baumarkt eine gute Beratung erhalten – aber nur drei von zehn Baumarktkunden sind mit der Beratungsleistung in ihrem Markt wirklich zufrieden.

Kunden wünschen sich aufmerksamere Baumarktmitarbeiter

Was genau macht eine gute Beratung aus? Aus Kundensicht ist es besonders relevant, dass Baumarktmitarbeiter fachlich kompetent (für 89 % der Befragten) und problemlösungsorientiert (78 %) sind. Dass genügend Mitarbeiter zur Verfügung stehen und diese auch eine abteilungsübergreifende Kompetenz besitzen, ist für jeden zweiten Befragten wichtig.

Daneben wünschen sich jeweils acht von zehn Kunden auch, dass Baumarktmitarbeiter grundsätzlich positiv eingestellt sind, Ruhe ausstrahlen und ihnen ihre volle Aufmerksamkeit schenken. Gerade in Sachen Aufmerksamkeit hapert es jedoch häufig. So sind nur 35 Prozent der Befragten äußerst oder sehr zufrieden damit, wie aufmerksam sich Baumarktmitarbeiter ihnen in der Regel widmen. Jeder vierte Kunde ist in diesem Punkt sogar erkennbar unzufrieden.

„Die Zeiten der beratungslosen Selbstbedienung sind vorbei. Baumarktkunden wünschen sich eine empathische und problemlösende Beratung. Diese Anforderung zu erfüllen, wird – besonders mit Blick auf junge Konsumenten – zunehmend erfolgskritisch“, warnt Studienautorin Dr. Eva Stüber, Leiterin Research & Consulting am IFH Köln.

„Die Ergebnisse der Studie bestätigen uns in unserer Strategie, den Fokus weiterhin auf Beratungs- und Servicequalität zu legen. Die Kundenbedürfnisse sollten zu jedem Zeitpunkt im Mittelpunkt stehen. Aus diesem Grund investieren wir beständig in den Ausbau unserer Service- und Beratungsinfrastruktur“, so Dr. Ines Knauber-Daubenbüchel, geschäftsführende Gesellschafterin der Knauber Unternehmensgruppe.

Wörter der Meldung: 407

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.152

Anforderungen an Mitarbeitereigenschaften im Baumarkt



Fragen: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Fähigkeiten und Eigenschaften bei Baumarktmitarbeitern im Allgemeinen? Wie zufrieden sind Sie mit jedem der folgenden Fähigkeiten und Eigenschaften bei Baumarktmitarbeitern der Baumärkte, in denen Sie in der Regel einkaufen?

Lesebeispiel: 81 Prozent der Baumarktkunden erachten die positive Einstellung der Mitarbeiter als äußerst/sehr wichtig. 40 Prozent geben an, dass Sie mit diesem Aspekt äußerst/sehr zufrieden sind; 16 Prozent sind äußerst/sehr unzufrieden mit der Einstellung der Mitarbeiter.

Basis: n = 2.080

Quelle: IFH Köln, 2016

Über die Studie

Für die Studie „Baumarkt 2.0 – Wie Beratung, Service und Produktpräsentation im Baumarkt der Zukunft aussehen sollten“ hat das IFH Köln im August 2016 2.080 Baumarktkunden befragt (Onlinebefragung,

internetrepräsentativ quotiert nach Alter und Geschlecht). Im Fokus der Studie stehen folgende Fragestellungen:

- Wie wichtig sind beratungs- und servicerelevante Kriterien sowie die Produktpräsentation für Baumarktkunden?
- Wie zufrieden sind Baumarktkunden mit beratungs- und servicerelevanten Kriterien sowie der Produktpräsentation?
- Wie können Baumärkte das Einkaufserlebnis verbessern und die Zufriedenheit ihrer Kunden erhöhen?

Die Studie wurde vom Innovation-Store-Netzwerk initiiert und vom diy Fachmagazin unterstützt. Die Studie kann im IFH-Shop bestellt werden: www.ifhshop.de/baumarkt20. Weitere Informationen auch unter www.ifhkoeln.de/workshop-baumarkt20

Über den Innovation Store

Mit dem Innovation Store schaffen das IFH Köln und die Knauber Freizeit GmbH gemeinsam mit insgesamt 12 weiteren Netzwerkpartnern aus Handel und Industrie ein stationäres Ladengeschäft, in dem der Kunde im Mittelpunkt steht. Innovative Handelskonzepte werden auf der Fläche des Knauber Marktes in Pulheim getestet, um herauszufinden, was echte Mehrwerte liefert. So profitieren sowohl die Kunden als auch die beteiligten Kooperationspartner von dem Erlebnisort Innovation Store. Die Partner des Netzwerks stammen dabei aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette, sodass umfassende Kompetenz in das Projekt einfließt und die Ergebnisse aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden können.

Zum Innovation Store-Netzwerk gehören: IFH Köln, Knauber Freizeit GmbH, Alfred Schellenberg GmbH, A.S. Création Tapeten AG, Alpina Farben GmbH, Caramba Chemie GmbH & Co. KG, fischer Deutschland Vertriebs GmbH, Floragard Vertriebs GmbH, Hailo/Rudolf Loh GmbH & Co. KG, Konrad Hornschuch AG, kwb Germany GmbH, LEDVANCE GmbH, STEINEL Vertrieb GmbH, HHL Leipzig Graduate School of Management.

Weitere Informationen unter: www.innovationsstore.de

Über das IFH Köln

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter: www.ifhkoeln.de

Über Knauber Freizeit

Der Knauber Freizeitmarkt in Pulheim ist der Standort des Innovation Stores. Knauber stellt hier eigens für das Netzwerk-Projekt eine Fläche von 240 m² zur Verfügung, um technische Neuigkeiten für den stationären Handel gemeinsam mit Kunden zu testen. Die Knauber Freizeit GmbH & Co. KG ist ein Fachmarkt für die Wohnraum- und Gartengestaltung sowie für den Hobby- und Freizeit-Bedarf. Knauber führt insgesamt sieben Filialen in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz sowie einen Online-Shop unter www.knauber-freizeit.de. Knauber Freizeit gehört zur Unternehmensgruppe Knauber in Bonn. Das seit 1880 familiengeführte Handelshaus betreibt neben den Freizeitmärkten eine Energie-Sparte mit einem umfangreichen Produkt-Portfolio sowie Energie-Dienstleistungen.