

Hier kauft Deutschland am liebsten ein

Studie zeigt die begehrtesten Einkaufsmöglichkeiten von Biomarkt bis Möbelhaus.



Bild: © Fotolia

Bei Karstadt, Euronics und Alnatura kaufen die Deutschen besonders gern ein. Zu diesen Ergebnissen kommt die Siegelstudie „Kundenlieblinge 2018“, in deren Rahmen die beliebtesten Marken bzw. Unternehmen beim Einkaufen ermittelt wurden.

Die von der Kommunikationsberatung Faktenkontor im Auftrag von Focus Money durchgeführte Untersuchung analysiert rund 53 Millionen Aussagen im Netz zu mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen in Hinblick auf die Gunst der Kunden. Insgesamt können sich 851 Marken mit dem Siegel „Kundenliebling 2018“ schmücken. Darunter sind 258 goldene, 329 silberne sowie 264 bronzene Auszeichnungen. Neben Kaufhäusern, Elektromärkten sowie Natur- und Biomärkten prämiert die Studie auch die beliebtesten Möbelhäuser, Drogerien und Einzelhandelsketten in Deutschland.

„Eine hohe Reputation der eigenen Marke ist für die Außendarstellung und den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens extrem wichtig“, sagt Jörg Forthmann, geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. Im Rahmen der Studie wurden die Aussagen zu Preis, Ser-

vice, Qualität und Ansehen analysiert und bewertet. „Unsere Analyse zeigt, welche Marken in der Addition dieser Themenfelder am stärksten abschneiden und daher die Bezeichnung ‚Kundenliebling‘ verdienen“, so Forthmann.

Unter den Kaufhäusern ist Karstadt das beliebteste in Deutschland und erhält dafür ein goldenes Siegel. Das traditionsreiche Warenhaus genießt trotz wirtschaftlich angespannter Lage noch immer hohes Ansehen bei seinen Kunden. Im März 2018 schrieb das Unternehmen erstmals seit zwölf Jahren wieder schwarze Zahlen. Ebenfalls ausgezeichnet wurden Woolworth sowie das Hamburger Alsterhaus auf Platz zwei und drei.

Im Lebensmittel-Einzelhandel liegt Aldi an der Spitze. Der Discounter setzt auf günstige Preise. Als eine der weltweit erfolgreichsten Supermarktketten gemessen am Bruttoumsatz genießt Aldi hierzulande zudem großes Ansehen. Mit Tegut, Lidl und Edeka erhalten drei Unternehmen ein silbernes Siegel. Real und Rewe belegen den dritten Platz.

Der beliebteste Elektronikmarkt ist Euronics, der als einziger Elektro-

fachhändler ein goldenes Siegel erhält. Die Kunden honorieren den umfangreichen Service von allgemeinen Reparaturangeboten bis hin zu Montage- und Beratungsservices. Dieses Angebot bietet Euronics in über 1.000 Filialen in ganz Deutschland an. Ein Siegel in Silber geht an Media Markt, Conrad sowie MediMax. Der Elektrofachmarkt expert erhält Bronze.

Alnatura und Bio Company sind die beliebtesten Natur- und Biomärkte Deutschlands. Beide erhalten ein goldenes Siegel. Sie informieren auf ihren Online-Auftritten intensiv über die biologische Qualität, nachhaltige Produktion sowie die Regionalität ihrer Produkte. Vita Sinn sowie der Super Bio Markt dürfen sich über ein bronzenes Siegel freuen.

Zu den beliebtesten Drogerien und Parfümerien zählt The Body Shop. Die britische Handelskette legt hohen Wert auf umweltbewusstes Wirtschaften. Aus diesem Grund lässt das Unternehmen seine Produkte nach eigenen Angaben nachhaltig und vegetarisch produzieren und setzt sich aktiv für ein Verbot von Tierversuchen für Kosmetikprodukte ein.

Ein silbernes Siegel geht an Douglas, Müller und das Reformhaus. Rossmann erhält Bronze.

Das beliebteste Möbelhaus der Deutschen ist Ikea. Das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie der hohe Bekanntheitsgrad der Produktpalette des schwedischen Konzerns machen ihn zum Kundenliebling der Deutschen. Aber auch der französische Möbelhersteller Ligne Roset, der auf qualitativ hochwertige und elegante Designermöbel spezialisiert ist, erhält ein goldenes Siegel.

Die Wettbewerber aus Deutschland wie Möbel Kraft oder die XXXL-Möbelhäuser erhalten silberne und bronzene Siegel.

Für die Studie „Kundenlieblinge 2018“ wurden vom 1. Juni 2017 bis zum 31. Mai 2018 aus 350 Millionen Online-Quellen knapp 53 Millionen Nennungen der mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen gesammelt und ausgewertet. Die Methodik des Social Listening erfasst Nachrichtenportale, Blogs und Social Media, die eine deutsche Internetadresse haben und

„Eine hohe Reputation der eigenen Marke ist für die Außendarstellung und den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens extrem wichtig.“

Jörg Forthmann, geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors

frei zugänglich sind. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzte damit die Benchmark für seine Branche. Für ein goldenes Siegel waren 95 oder mehr Punkte nötig. Mit mindestens 85 Punkten erhielt eine Marke das silberne Siegel, Bronze wurde für mindestens 75 Punkte verliehen. Im ersten Schritt der Datenerhebung wurden durch unseren Partner Ubermetrics Technologies sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst. Diese Daten wurden in der zweiten Stufe, dem sogenannten Processing, von unserem Partner Beck et al. Services mittels Verfahren der Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze) in Textfragmente aufgesplittet und anschließend analysiert.

Über Faktenkontor

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC). ♦



wanzl

Einkaufen mit Genuss

Shop Solutions

■ Mit kreativen Ideen und innovativen Produkten schaffen wir einzigartige Einkaufswelten, die vom Markteingang bis zum Check-Out als Ort für Inspiration und Entertainment dienen. Das Ziel: Die Lust am Probieren, Kaufen und Genießen zu steigern, um aus Kunden Gäste und aus Einkäufen ein echtes Erlebnis zu machen.

www.wanzl.com