

MARKETAGENT.COM

Marketagent.com stellt Österreichs Handels-Mitarbeiter ins Rampenlicht

Mit dem Retail Employee Index ist die größte unabhängige Untersuchung in der österreichischen Handelslandschaft entstanden

Die Beschäftigten im Einzelhandel bilden einen wesentlichen Erfolgsfaktor eines Unternehmens, vor allem dann, wenn es um Kundenloyalität, Wiederkauf oder Upselling geht. Das macht die Mitarbeiter zu einem zentralen Element und verdient eine gezielte Betrachtung. Mit dem Retail Employee Index werden Österreichs Handels-Angestellte nun unter die Lupe genommen. Als Basis dient die Befragung von 5.200 Österreichern im Alter von 14 bis 69 Jahren, die mit dem Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com ihre Erfahrungen geteilt haben. Dabei wurden sämtliche Faktoren abgedeckt – vom Empfang in der Filiale über die Freundlichkeit, Sympathie, Beratungsleistung bis hin zur Verabschiedung durch das Personal.

Um die eigene Unternehmens-Leistung noch besser beurteilen zu können, eröffnet der Retail Employee Index umfangreiche Benchmarking-Optionen. In Summe wurden 169 Einzelhändler aus insgesamt 18 Branchen in den Check geschickt. Die Besonderheit liegt demnach darin, dass nicht nur der Mitbewerb innerhalb der eigenen Branche als Referenz herangezogen werden kann, sondern auch Einzelhändler, die nicht auf den ersten Blick in direkter Konkurrenz stehen. Das erlaubt zum einen einen Blick über den Tellerrand, gestaltet den Vergleich aber auch wesentlich realitätsnäher.

Doch welche Unternehmen sind es nun, die besonders positiv durch ihr Personal herausstechen können?

Österreichs Optiker punkten mit den freundlichsten Arbeitnehmern:

In Punkto Freundlichkeit zeigt sich ein klares Bild, das vor allem Beschäftigten aus dem filialisierten Optikfachhandel ein gutes Zeugnis ausstellt:

Top 5	„sehr freundlich“
United Optics Partner	76,9%
Fielmann	68,5%
Hunkemöller	66,7%
LUSH	64,8%
Pearle	63,4%

Top-Box: bewertet mit „sehr freundlich“ (5-stufige Skalierung)

Basis: Respondenten haben den jeweiligen Einzelhändler in den letzten 4 Wochen besucht und hatten zumindest flüchtigen Kontakt mit den Mitarbeitern; es wurden nur Unternehmen n≥50 aufgelistet

Mit United Optics, Fielmann und Pearle landen gleich drei Optiker unter den Top 5. „Dies ist sicherlich dem umfangreicheren Kontakt und der handwerklichen Wahrnehmung der Dienstleistung geschuldet“, resümiert Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Der Dessous-Einzelhändler Hunkemöller schafft es mit seinen freundlichen Mitarbeitern auf Platz 3, gefolgt vom Kosmetik-Händler LUSH.

Wo die kompetentesten Handels-Mitarbeiter des Landes zu finden sind:

Qualifizierte Angestellte sind das A und O wenn wir während des Einkaufs eine Beratungsleistung in Anspruch nehmen. Besonders positiv wird dies von den Befragten bei den folgenden Unternehmen wahrgenommen:

Top 5	„sehr kompetent“
Fielmann	83,2%
Hartlauer	76,5%
Marionnaud	76,2%
Thalia	74,1%
Hunkemöller	73,8%

Top-Box: bewertet mit „sehr kompetent“ (5-stufige Skalierung)

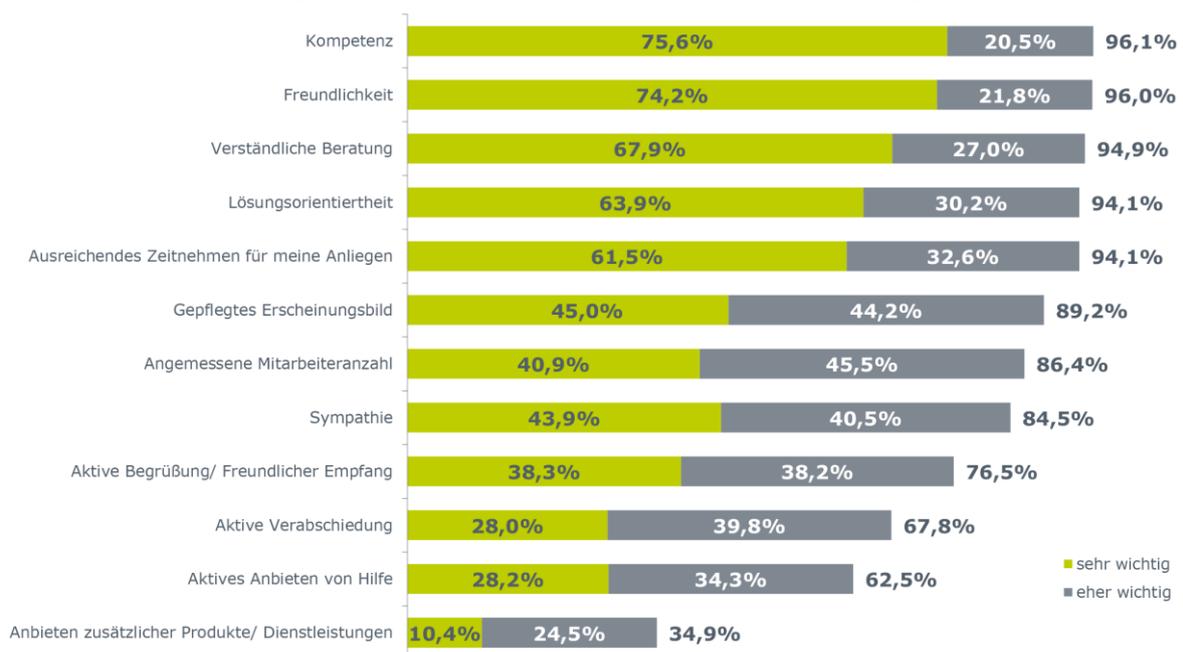
Basis: Respondenten haben den jeweiligen Einzelhändler in den letzten 4 Wochen besucht und hatten umfangreichen Kontakt mit den Mitarbeitern; es wurden nur Unternehmen n≥50 aufgelistet

Erneut ist mit Fielmann ein Optiker an der Spitze des Rankings platziert. Mehr als 8 von 10 Österreichern empfinden die Beschäftigten der Optiker-Kette als sehr kompetent, auf Rang 2 befindet sich Hartlauer. Darüber hinaus sind die Parfümerie Marionnaud und Thalia vertreten, die laut Herrn und Frau Österreicher ebenso mit kompetenten Mitarbeitern aufwarten können. Mit Platz 5 erzielt auch Hunkemöller wieder eine Top-Bewertung.

Worauf es uns ankommt:

Faktoren wie die Freundlichkeit und Kompetenz des Personals sind wichtige Stellschrauben im Zusammenhang mit der Kundenzufriedenheit. Doch welche Kriterien sind uns darüber hinaus besonders wichtig?

Wichtige Eigenschaften, Kriterien bzw. Aktivitäten bei Angestellten:



Basis: Respondenten haben zumindest einen Einzelhändler in den letzten 4 Wochen besucht

Wesentlich dafür verantwortlich mit welchem Bild wir eine Filiale verlassen, sind neben Kompetenz und Freundlichkeit auch Faktoren wie die Verständlichkeit der Beratungsleistung, die Lösungsorientierung sowie das ausreichende Zeitnehmen für Anliegen durch die Mitarbeiter. Mehr als 9 von 10 Befragten schreiben diesen Eigenschaften eine hohe Bedeutung zu. Im Mittelfeld bewegen sich unter anderem das Erscheinungsbild oder die Sympathie. Lediglich das Anbieten zusätzlicher Produkte und Dienstleistungen wird als weniger wichtig eingestuft.

Baden, am 29. März 2017

Studiensteckbrief der Grundlagenstudie:

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 31.01.2017 – 14.02.2017
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 5.200 Netto-Interviews (Kernzielgruppe)
- Umfang: 17 geschlossene Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Lisa Eberhardsteiner, MSc
- Kontakt: l.eberhardsteiner@marketagent.com

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Eberhardsteiner, MSc
Mühlgasse 59
A-2500 Baden, Austria
l.eberhardsteiner@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2252 – 909 009-28

About Marketagent.com:

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Baden, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 1.000 Online Research Projekte realisiert, Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 810.000 (Stand: März 2017, plus 400 pro Tag) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen wie die A1 Telekom Austria, die Erste Bank, T-Mobile, Austrian Airlines, die Wirtschaftskammer Wien, die Österreichische Post AG, den ÖAMTC, Coca Cola, Samsung, L'ORÉAL, Nestlé, Ikea, Bayer, Generali, die OMV und die NÖM AG. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.