

FILIAL-CHAMPIONS

WWW.SERVICEVALUE.DE

KREATIVE IDEEN GEGEN DEN LEERSTAND

POP-UPS, FLAGSHIPS UND FILIAL-CHAMPIONS

Seit Jahren ist der Wandel in Deutschlands Innenstädten kaum zu übersehen. Ein starker Motor für diese Entwicklung ist der Online-Handel, der Verbraucherinnen und Verbrauchern Alternativen zum stationären Einkauf in den städtischen Einkaufszentren aufzeigt und damit dort für weniger Kundenschaft und geringere Umsätze sorgt. Ziehen sich stationäre Händler zurück, führt das zu Leerständen, die nicht einfach neu besetzt werden können.

relativ kurzen Zeitraum begrenzt Verkaufsfächern unterschiedlicher Ausrichtungen auf: Vom kleinen Modegeschäft bis hin zum Lagerverkauf kann alles dabei sein, und auch unkonventionelle Ideen lassen sich realisieren. Das Konzept hat seinen Weg nach Deutschland aus dem englischsprachigen Raum gefunden, wo es schon um die Jahrtausendwende herum für Aufmerksamkeit sorgte. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch die individuellen und zeitlich überschaubaren Laufzeiten werden finanzielle Risiken minimiert, sodass auch kleinere Anbieter Vorstöße in die Welt des stationären Handels wagen können. Auch Betreiber von Online-Shops können Pop-up-Stores als Testobjekte nutzen, um herauszufinden, ob das Online-Konzept auf die stationäre Ebene übertragbar und dort erfolgversprechend ist. Ist das gegeben, kann ggf. das Annehmen für eine feste stationäre Präsenz in Erwägung gezogen werden. Im Übrigen profitieren selbst die altgetragenen Händler in den Innenstädten, wenn Pop-up-

Stores mit ihrem Überraschungseffekt immer wieder neugierige Kundenschaft anlocken und sich diese unter Umständen auch für die Angebote der länger ansässigen Geschäfte interessiert. Es sind jedoch nicht unbedingt nur kleine oder neue Anbieter, die das Konzept der Pop-up-Stores für sich entdeckt haben. Auch etablierte Unternehmen nutzen mitunter gern die Möglichkeit, in überschaubarem Rahmen neue Ansätze auszuprobieren und dadurch dem Unternehmensimage frische Impulse zu geben. Das kann sowohl im Rahmen eines temporären Pop-up-Stores stattfinden, als auch bei höherem Budget und stärkerem Selbstbewusstsein, in einem auf Dauerhaftigkeit angelegten Flagship-Store. Auch in solchen „Flagship-Geschäften“ können Unternehmen von einer ansonsten üblicherweise einheitlichen Filialgestaltung abweichen und durch ein exklusives Design oder ungewöhnliche Produkte oder einen besonderen Service ihre Markenkerne öffentlichkeitswirksam schärfen oder erneuern. Wenn die Experimente mit Pop-up- oder Flagship-Stores also überwiegend gelingen, stellen diese ungewöhnlichen Verkaufsräume nicht nur kurzfristige einen Magnet für Neugierige dar, sondern sorgen auch längerfristig für frischen Wind, positive Innovationen und eine



Medaillen für die Besten: Die drei Siegel für „Filial-Champions“ zeigen auf einen Blick, in welchen Geschäften sich Kunden besonders wohl fühlen



Das Gütesiegel wird von DIE WELT in Kooperation mit ServiceValue an die Filial-Champions der unterschiedlichen Branchen vergeben. Es gilt für ein Jahr

Derzeit erscheinen in den Fußgängerzonen jedoch auch immer wieder neue, teilweise unbekannte Anbieter in den so entstandenen Lücken. In sogenannten „Pop-up-Stores“ tauchen mehr oder weniger plötzlich und stets auf einen

attraktivere stationäre Einkaufslandschaft. Welche Ladenketten mit ihren Filialen schon jetzt Kundinnen und Kunden überzeugen, hat die Kölner Rating- und Rankingsagentur ServiceValue untersucht und für Deutschlands „Filial-Champions“ in ein Ranking übertragen. Vielleicht gibt es auch in Ihrer Stadt eine Niederlassung eines der Unternehmen, deren Filialen als besonders attraktiv erfahren werden. Bei einem Ausflug in die Einkaufsstraße lässt sich das leicht feststellen, und wer weiß: Vielleicht ist ja auch in dem ein oder anderen Leerstand ein interessanter Pop-up-Store aufgetaucht.

DER DIENSTLEISTER

DIE SERVICEVALUE GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungs-gesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunden, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei

der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. Die angeschlossene Deutsche ServiceAkademie bündelt alle Kernleistungen von ServiceValue und schafft über anwendungsbezogene Seminare eine Informations- und Wissensvermittlung. Hier reicht das Spektrum von empirischer Sozialforschung über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis zur strategischen Beratung. ServiceValue erstellt alljähr-

lich den ServiceAtlas Deutschland, der auf einer stetig wachsenden Anzahl branchenspezifischer Studien basiert. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



STORE FASCINATION SCORE (SFS)**

DIE BESTEN FILIAL-ANBIETER AUS 66 BRANCHEN

Unternehmen / Marke	Branche	SFS 2021	Unternehmen / Marke	Branche	SFS 2021	Unternehmen / Marke	Branche	SFS 2021	Unternehmen / Marke	Branche	SFS 2021
dm-drogerie markt	Drogerien	80,6%	Jack & Jones	Herrenmode	69,6%	ASDA	Drogerien	65,1%	CASAMODA	Herrenmode	61,8%
REWE	Wäsche und Strümpfe	79,2%	LOUIS	Motorrad-Shops	69,5%	Starbucks	Coffee-Shops	65,1%	Natur- und Bio-Märkte	Natur- und Bio-Märkte	61,8%
LEGO	Kinder Spielzeug und -bekleidung	78,9%	Hornbach	Baumärkte	69,5%	Friedrichshagen	Büro- und Papierfachgeschäfte	65,0%	Marktkauf	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	61,8%
WIM	Haushalts- und Geschenkläden	78,5%	ALDI SÜD	Lebensmittel-Discounter	69,3%	McPiper	Geschäftsbereich	65,0%	McCall	Coffee-Shops	61,8%
Thalia	Büchereien	78,2%	Deichmann	Textilgeschäfte	69,2%	Waldner	Herrenmode	65,0%	Caracul	Herrenmode	61,8%
Hugendubel	Drogerien	77,9%	Götz	Schuhhandel (div. Markenlinien)	69,1%	ANSON'S	Herrenmode	65,0%	easyApoteke	Apotheken-Kooperationen	61,7%
Drogene Müller	Outdoorshops	77,5%	Peak & Cloggenburg	Lebensmittel-Discounter	69,0%	HELLMUTH	Damenmode	64,9%	Kibek	Fachmärkte für Wand/Boden	61,6%
Jack Wolfskin	Outdoorshops	77,3%	ALDI Nord	Lebensmittel-Discounter	69,0%	SHELL	Marineartikel	64,9%	alg Autoglasgesellschaft	Autoglas	61,6%
Globetrotter	Outdoorshops	77,3%	Porta Möbel	Büroartikel	68,9%	VERLO MODA	Damenmode	64,9%	Graf Hardenberg	Autofahrer	61,6%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	77,3%	Waldner	Motorrad-Shops	68,9%	Drohova	Drogerien	64,9%	flyng tiger copenhagen	Haushalts- und Geschenkläden	61,5%
Villory & Boch	Haushalts- und Geschenkläden	77,3%	Jim Block	Burger-Restaurants	68,9%	OfficeCentre	Büro- und Papierfachgeschäfte	64,9%	Wills u.a. Raffinesbanken	Wills u.a. Raffinesbanken	61,5%
Hunkemöller	Wäsche und Strümpfe	77,0%	Cult At Home	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	CEERS	Amerikaner Diner	64,9%	MediMax	Elektro-Fachmärkte	61,4%
SCHIESSER	Wäsche und Strümpfe	76,9%	Seidenstudio	Herrenmode	68,8%	REHA aktiv 2000	Hörschärer	64,9%	CALDA	Wäsche und Strümpfe	61,3%
DEPOT	Haushalts- und Geschenkläden	76,9%	DER Resebio	Reisebüro	68,8%	Camp David	Herrenmode	64,9%	JANO O	Kinder Spielzeug und -bekleidung	61,3%
EDEKA	Lebensmittel-Einzelhändler	76,4%	hagebau	Baumärkte	68,8%	C&C / Dörmann	Fahrrad-Shops	64,9%	Wom Fass	Geschäftsbereich	61,3%
Mammut	Outdoorshops	76,0%	Pao	Büchereien	68,8%	Mahlberg & Meyer	Schmuckgeschäfte	64,9%	Wille (A-plus Apoteke)	Herrenmode	61,3%
Discomart das Kulturkaufhaus	Kinder Spielzeug und -bekleidung	75,8%	Reisser	Büchereien	68,8%	Oliver	Familienmode	64,9%	Wille (A-plus Apoteke)	Damen- und Herrenmode	61,2%
mylors	Kinder Spielzeug und -bekleidung	75,8%	Hard Rock Cafe	Freizeitsport	68,8%	OfficeCentre (Staples)	Büro- und Papierfachgeschäfte	64,9%	Santander Bank	Filialbanken (bundesweit)	61,0%
LASCANA	Wäsche und Strümpfe	75,3%	BUDINI	Gartencenter	68,8%	Yves Rocher	Beauty-Shops	64,9%	Foot Locker	Filialbanken (bundesweit)	61,0%
Triumph	Wäsche und Strümpfe	74,2%	Blumen Riese	Gartencenter	68,8%	Clarks	Schuhhandel (Eigenmarke)	64,9%	Schweinske	Full-Service-Gastronomie	60,9%
Geox	Schuhhandel (Eigenmarke)	74,9%	Freimann	Burger-Restaurants	68,8%	Getränkete Hoffmann	Getränkete Hoffmann	64,9%	MEDITECH Sachsen	Damen- und Herrenmode	60,9%
Pessionata	Haushalts- und Geschenkläden	74,6%	Hans im Glück	Waldsch	68,8%	Miss Poppit	Amerikaner Diner	64,9%	GANT	Damen- und Herrenmode	60,9%
Leonardo	Büchereien	74,0%	Waldbach	Waldsch	68,8%	badamante (Kurt Pietsch)	Badaustatter	64,9%	MATT Optik	Optikerketten	60,9%
Raufel	Reisebüros	73,9%	Tom Tailor	expert	68,8%	Abale-Optik	Optikerketten	64,9%	Superdry	Damen- und Herrenmode	60,9%
Lufthansa City Center	Reisebüros	73,9%	expert	First-Service-Gastronomie	68,8%	SBSbank	Filialbanken (bundesweit)	64,9%	Schaffrath	Optikerketten	60,9%
Hoffman	Möbelhäuser	73,5%	Marché / Movework	Reisebüro	68,8%	Arko	Geschäftsbereich	64,9%	EP: ElectronicPartner	Elektro-Fachmärkte	60,8%
Üdema	Full-Service-Gastronomie	73,5%	FIRST REISEBÜROS	Gartencenter	68,8%	Wespa's Wein-Depot	Weinhandel	64,9%	TOTAL	Taschen	60,8%
Bauhaus	Baumärkte	73,4%	Dehner Gartencenter	Apotheken-Kooperationen	68,8%	EJRONICS	Elektro-Fachmärkte	64,9%	REWE	Reisebüro	60,8%
Wempe	Schmuckgeschäfte	73,2%	gesund leben-Apotheken	Möbelhäuser	68,8%	C&A	Familienmode	64,9%	CLUBE Store by Multicycle	Fahrrad-Shops	60,7%
BLICK HOUSE	Full-Service-Gastronomie	73,1%	KEA	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	M&P O'Polo	Familienmode	64,9%	Vaude Store	Outdoorshops	60,7%
Saturn	Elektro-Fachmärkte	73,1%	NAMU HANA	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	Kichen Aktuell	Küchenmärkte	64,9%	MEDIA Küchenfachmarkt	Küchenmärkte	60,7%
MediaMarkt	Möbelhäuser	73,0%	Direkt	Küchenmärkte	68,8%	Zweirad Stadler	Fahrrad-Shops	64,9%	Hörschärer Bonsel	Hörschärer	60,7%
Segmiller	Heimtextilbedarf	73,0%	PLANIA Küchenland	Küchenmärkte	68,8%	Fahrrad XXL	Fahrrad-Shops	64,9%	opti-Wohnwelt	Möbelhäuser	60,7%
Fressnapf	Geschäftsbereich	72,7%	SMYTHS	Kinder Spielzeug und -bekleidung	68,8%	Pandora	Schmuckgeschäfte	64,9%	Terima	Natur- und Bio-Märkte	60,6%
Husel	Heimtextilbedarf	72,7%	Birkenstock	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	Kurt Högerdte	Hörschärer	64,9%	HUMANIC	Schuhhandel (div. Markenlinien)	60,6%
Karlens Kartstadt Kaufhof	Kaufhaus Warenhaus	72,6%	Butlers	Badaustatter	68,8%	Hammer zuhammer	Fachmärkte für Wand/Boden	64,9%	Commerbank	Filialbanken (bundesweit)	60,6%
toom BauMarkt	Baumärkte	72,6%	Butlers	Natur- und Bio-Märkte	68,8%	Garten-Center Krause	Gartencenter	64,9%	san francisco coffee company (sfcc)	San Francisco Coffee Company (sfcc)	60,6%
Informissimo	Wäsche und Strümpfe	72,6%	Butlers	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	Blutgeschweizer	Damenmode	64,9%	real	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	60,5%
Tamara	Schuhhandel (Eigenmarke)	72,4%	Richter-Frenzel	Badaustatter	68,8%	Bellandini Gartencenter	Gartencenter	64,9%	Ara	Schuhhandel (Eigenmarke)	60,5%
TUI ReiseCenter	Reisebüros	72,2%	Planzen Koop Gartencenter	Baumärkte	68,8%	Laund	Wäsche und Strümpfe	64,9%	ARROBANK	Filialbanken (bundesweit)	60,5%
Mustang	Jeans-Shops	72,1%	Yours & Co.	Haushalts- und Geschenkläden	68,8%	Years Hall	Jeans-Shops	64,9%	Thomann	Musik- und Instrumentenfachhandel	60,4%
Christ	Schmuckgeschäfte	72,0%	ARAL	Taschen	68,8%	Combi	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	64,9%	KüschelCo	Küchenmärkte	60,4%
Bucherer	Schmuckgeschäfte	72,0%	Lea	Jeans-Shops	68,8%	AGAH Autohäuser	Fahrrad-Shops	64,9%	REWE	Reisebüro	60,4%
Rombach	Büchereien	72,0%	Decathlon	Sport- und Freizeitgeschäfte	68,8%	BRAT	Automaten- und Herrenmode	64,9%	Zunoro	Schuhhandel (div. Markenlinien)	60,4%
InterSport	Sport- und Freizeitgeschäfte	71,5%	Sassotelli	Freizeitsport	68,8%	BRAT	Natur- und Bio-Märkte	64,9%	Möbel Martin	Möbelhäuser	60,4%
altours Resercenter	Reisebüros	71,4%	Hellweg	Herrenmode	68,8%	Reformhaus	Baumärkte	64,9%	Heilmann	Schuhhandel (div. Markenlinien)	60,4%
cademal	Baumärkte	71,3%	ALPINA	Natur- und Bio-Märkte	68,8%	Reformhaus	Baumärkte	64,9%	hormesier	Möbelhäuser	60,4%
Vedes / Spielzeug Ring	Kinder Spielzeug und -bekleidung	71,3%	OPTIKER Bode	Optikerketten	68,8%	Raffines-Markt	Raffines-Markt	64,9%	TED	Non-Food Discounter	60,3%
Weltbild	Baumärkte	71,3%	engels	Optikerketten	68,8%	Reformhaus	Natur- und Bio-Märkte	64,9%	FC-Socialist	Sport- und Freizeitgeschäfte	60,3%
playmobil FirstStore	Kinder Spielzeug und -bekleidung	71,2%	Manufaktur Küchen	Küchenmärkte	68,8%	Reformhaus	Natur- und Bio-Märkte	64,9%	Möckel	Möbelhäuser	60,3%
Burgerista	Familienmode	71,1%	Tomy Hilger	Full-Service-Gastronomie	68,8%	NERODE	Herrenmode	64,9%	Winkelner	Hörschärer	60,2%
Brenninger	Burger-Restaurants	71,0%	Leiser	Familienmode	68,8%	OIL A Vinesap	Herrenmode	64,9%	KüschelCo	Reisebüro	60,2%
Ostmann	Möbelhäuser	70,7%	Vergil's	Full-Service-Gastronomie	68,8%	Replay	Jeans-Shops	64,9%	immergrün	Computer-Fachmärkte	60,2%
SALAMANDER	Schuhhandel (Eigenmarke)	70,7%	Parfumerie Pieper	Parfumerien	68,8%	Gale extraball	Getränkete Quelle	64,9%	Moss/Mosch	Fast Casual Restaurants	60,1%
Len Strauss & Co.	Jeans-Shops	70,7%	baywa	Kinder Spielzeug und -bekleidung	68,8%	Street One	Getränkete Quelle	64,9%	QTB / QTB	Sanitätshäuser	60,1%
Apollo Optik	Optikerketten	70,7%	May	Wäsche und Strümpfe	68,8%	BabyOne	Damenmode	64,9%	idea	Kinder Spielzeug und -bekleidung	60,1%
SportScheck	Sport- und Freizeitgeschäfte	70,7%	Blondi	Auto Service	68,8%	Leyssler	Geschäftsbereich	64,9%	RAVENSBERG Matratzen	Matratzenshops	60,1%
Kaufland	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	70,7%	almaKitchen	Jeans-Shops	68,8%	Beuter	Badaustatter	64,9%	Schuhhandel (div. Markenlinien)	Schuhhandel (div. Markenlinien)	60,1%
Graff	Küchenmärkte	70,7%	XXL Möbelhäuser	Küchenmärkte	68,8%	Enchilada	Freizeitsport	64,9%	KüschelCo	Küchenmärkte	60,0%
Jeweller Kraemer	Schmuckgeschäfte	70,4%	ET	Möbelhäuser	68,8%	ca bella	Fast Casual Restaurants	64,9%	Buchhäuser	Buchhäuser	60,0%
Das Futterhaus	Heimtextilbedarf	70,4%	Espresso House / Balzac Coffee	Coffee-Shops	68,8%	Peter Jensen	Badaustatter	64,9%	Fliesenmärkte	Fliesenmärkte	59,9%
Lidl	Lebensmittel-Discounter	70,1%	Globus	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	68,8%	HT	Lebensmittel-Einzelhändler	64,9%	Beautys-Shops	Beauty-Shops	59,8%
FALKE	Wäsche und Strümpfe	70,1%	Burgerhaus	Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	68,8%	DELKER Optik	Optikerketten	64,9%	Autofahrer	Autofahrer	59,8%
The North Face	Outdoorshops	70,0%	Burgerhaus	Burger-Restaurants	68,8%	Möbel Rieger	Möbelhäuser	64,9%	Compuer Fachmärkte	Computer-Fachmärkte	59,8%
Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	Kaufhaus Warenhaus	70,0%	Zurbriggen	Möbelhäuser	68,8%	Möbel Brucker	Büro- und Papierfachgeschäfte	64,9%	HC Parfumerie	Parfumerien	59,7%
Peak & Cloggenburg (Hamburg)	Modhäuser	70,0%	ESSO	Taschen	68,8%	Kauf-Bullinger	Büro- und Papierfachgeschäfte	64,9%	Schley's Blumenparadies	Gartencenter	59,7%
ALSTERHAUS	Kaufhaus Warenhaus	69,8%	Peter Pano	Burger-Restaurants	68,8%	Planet Sports	Sport- und Freizeitgeschäfte	64,9%	EDDY Küchen	Fahrrad-Shops	59,6%
LINDA Apotheke	Apotheken-Kooperationen	69,8%	Caldesia	Wäsche und Strümpfe	68,8%	H&M	Herrenmode	64,9%	Mega Bike	Optikerketten	59,6%
Rituals	Beauty-Shops	69,8%	Einstein Kaffee	Coffee-Shops	68,8%	HÖGERATE MÖCKEL	Hörschärer	64,9%	Pro Optik	Optikerketten	59,6%
QVMP	Herrenmode/Blusen	69,6%	Chilvers	Herrenmode/Blusen	68,8%	Spa-Kassen	Filialbanken (bundesweit)	64,9%			
Douglas	Parfumerien	69,6%	Esprit	Familienmode	68,8%	Coffee Fellows	Coffee-Shops	64,9%			
	Heimtextilbedarf	69,6%	Palmer's	Wäsche und Strümpfe	68,8%	GRAVIS	Computer-Fachmärkte	64,9%			

Mit * gekennzeichnet sind die jeweiligen Branchenleiter. **Wahre Branchenleiter** ohne Metallierung: UNI Pader (Führermitteleinzelhandel, 93,1 %), Sport Tiedje (Führermitteleinzelhandel, 92,7 %), Tank & Rast (Verkehrsgastronomie, 49,5 %), gmx (Möbelhäuser-Discounter, 48,6 %), rix (Fachdiscounter, 45,3 %). ** Ein Gold-Ring entspricht ein SFS von mindestens 63,90 %, für Silber ist ein SFS von mindestens 62,50 % und für Bronze ist ein Mindestwert von 59,63 % erforderlich.

In Kooperation mit DIE WELT hat ServiceValue erneut in einer deutschlandweiten Umfrage ermittelt, inwiefern Ambiente und Atmosphäre in den Filialen von 660 Anbietern aus 66 Branchen Kunden begeistern. Die Preisträger finden Sie im aktuellen Ranking

DAS MESSINSTRUMENT

DER SFS

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Store Fascination Score“ (SFS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument. Die für die Messung entscheidende Frage:

„Bitte geben Sie an, ob Unternehmen XY Sie persönlich über Ambiente und Atmosphäre in ihren Filialen, Shops oder Stores (stationär) begeistert.“

Die Befragten haben drei Antwortmöglichkeiten: „Ja“, „Nein“ oder „Ich kann Ambiente und Atmosphäre hier nicht beurteilen bzw. kenne das Unternehmen nicht.“

Als SFS ausgewiesen wird der prozentuale Anteil an Befragten, die von dem Ambiente und der Atmosphäre in den Filialen begeistert sind.

Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellen unabhängig ist, gewährleistet er eine eindeutige Vergleichbarkeit. So kann über die Branchenrankings mit ihren jeweiligen Gewinnern (siehe Tabelle) hinaus auch ein branchenübergreifendes Gesamt-Ranking gebildet werden. Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel mit über 900.000 registrierten Bürgerinnen und Bürgern.

Grundsätzlich werden pro Unternehmen maximal 1000 und mindestens 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.