



DEUTSCHLAND TEST: Lieferdienste 2022

Wettbewerbsanalyse mit Detail-
Auswertungen für 8 Essen-Bestellportale
und 12 Pizza-Lieferdienste

Eine Untersuchung in Kooperation mit



DEUTSCHLAND TEST: Lieferdienste 2022

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für
8 Essen-Bestellportale und 12 Pizza-Lieferdienste

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de

ISBN 978-3-96472-281-2

Inhalt

1. Anlage der Untersuchung	3
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste	6
3. Essen-Bestellportale	
3.1 Kundenbindung	10
3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale	21
3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale	44
4. Pizza-Lieferdienste	
4.1 Kundenbindung	79
4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale	91
4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste	117
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe	204
6. Kurzportrait ServiceValue	208

Studiensteckbrief

Studienkonzept	DEUTSCHLAND TEST und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	April / Mai 2022
Stichprobe	817 Kundenurteile zu 8 Essen-Bestellportalen 1.307 Kundenurteile zu 12 Pizza-Lieferdiensten (Bewertung von bis zu drei Lieferdiensten, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 8 <u>Essen-Bestellportale</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bringbutler.de • deliver24.de • liefer.de • lieferando.de • online-pizza.de • pizzaboy.de • pizza-taxi.de • pizzeria.de <p>Detailergebnisse für 12 <u>Pizza-Lieferdienste</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blizzera • Call a Pizza • Domino's Pizza • Flying Pizza • MUNDFEIN Pizzawerkstatt • Pizza Hut • Pizza Max • Pizza Planet • Smiley's • Stückwerk Pizzakultur • Tele Pizza • WORLD OF PIZZA
Gesamtumfang	211 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Angebot	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfalt der Speisenauswahl • Attraktive Speisenauswahl • Ausweisung von Zusatzstoffen
Bestell-Service	<ul style="list-style-type: none"> • Online-Bestellprozess • Gestaltung von Internetseite/Flyer • Telefonischer Bestellprozess (<i>nur bei Pizza-Lieferdiensten</i>) • Telefonische Rückfragen • Auswahl an Zahloptionen
Produktqualität	<ul style="list-style-type: none"> • Hochwertige und frische Zutaten • Erfüllung von Sonderwünschen • Geschmack der Speisen
Lieferung	<ul style="list-style-type: none"> • Schnelligkeit der Lieferung • Freundlichkeit der Lieferboten • Pünktliche Lieferung • Vollständigkeit der Bestellung • Angemessene Verpackung • Speisen-Temperatur bei Lieferung
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Transparenz der Preise und Kosten • Attraktivität der Sonderangebote • Angemessener Mindestbestellwert und Lieferkosten

Inhalt

1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale

GESAMTURTEIL	
sehr gut	lieferando.de
sehr gut	online-pizza.de
sehr gut	pizzaboy.de
gut	bringbutler.de
gut	pizzeria.de
	pizza-taxi.de
	deliver24.de
	liefer.de

Angebot	
sehr gut	lieferando.de
gut	bringbutler.de
gut	online-pizza.de
gut	pizzaboy.de
	pizzeria.de
	deliver24.de
	pizza-taxi.de
	liefer.de

Bestell-Service	
sehr gut	lieferando.de
sehr gut	online-pizza.de
gut	pizzeria.de
gut	pizzaboy.de
gut	bringbutler.de
	pizza-taxi.de
	liefer.de
	deliver24.de

Produktqualität	
sehr gut	online-pizza.de
sehr gut	pizzaboy.de
sehr gut	lieferando.de
gut	pizzeria.de
gut	bringbutler.de
	pizza-taxi.de
	deliver24.de
	liefer.de

Lieferung	
sehr gut	lieferando.de
sehr gut	pizzaboy.de
sehr gut	online-pizza.de
gut	pizzeria.de
gut	pizza-taxi.de
	bringbutler.de
	deliver24.de
	liefer.de

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	online-pizza.de
sehr gut	lieferando.de
gut	bringbutler.de
gut	pizzaboy.de
gut	pizzeria.de
	deliver24.de
	pizza-taxi.de
	liefer.de

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Pizza-Lieferdienste (I)

GESAMTURTEIL		Angebot		Bestell-Service	
sehr gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt	sehr gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt	sehr gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt
sehr gut	Domino's Pizza	sehr gut	Domino's Pizza	sehr gut	Domino's Pizza
sehr gut	Stückwerk Pizzakultur	sehr gut	WORLD OF PIZZA	sehr gut	Stückwerk Pizzakultur
sehr gut	Call a Pizza	sehr gut	Stückwerk Pizzakultur	sehr gut	WORLD OF PIZZA
gut	WORLD OF PIZZA	gut	Call a Pizza	gut	Tele Pizza
gut	Pizza Hut	gut	Smiley's	gut	Call a Pizza
gut	Tele Pizza	gut	Pizza Hut	gut	Pizza Hut
gut	Smiley's		Blizzera	gut	Smiley's
	Pizza Max		Tele Pizza		Pizza Max
	Blizzera		Flying Pizza		Pizza Planet
	Pizza Planet		Pizza Max		Flying Pizza
	Flying Pizza		Pizza Planet		Blizzera

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Pizza-Lieferdienste (II)

Produktqualität	
sehr gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt
sehr gut	Pizza Hut
sehr gut	Call a Pizza
sehr gut	Domino's Pizza
sehr gut	Stückwerk Pizzakultur
gut	WORLD OF PIZZA
gut	Tele Pizza
gut	Smiley's
	Blizzera
	Pizza Max
	Flying Pizza
	Pizza Planet

Lieferung	
sehr gut	Stückwerk Pizzakultur
sehr gut	Domino's Pizza
sehr gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt
sehr gut	Call a Pizza
gut	Tele Pizza
gut	Smiley's
gut	WORLD OF PIZZA
gut	Pizza Hut
	Pizza Max
	Blizzera
	Flying Pizza
	Pizza Planet

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Stückwerk Pizzakultur
sehr gut	Call a Pizza
sehr gut	Domino's Pizza
gut	Tele Pizza
gut	MUNDFEIN Pizzawerkstatt
gut	WORLD OF PIZZA
gut	Pizza Hut
gut	Smiley's
	Pizza Max
	Blizzera
	Pizza Planet
	Flying Pizza

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Inhalt

1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Kundenbindung

Zufriedenheit ist gut – Bindung ist besser!

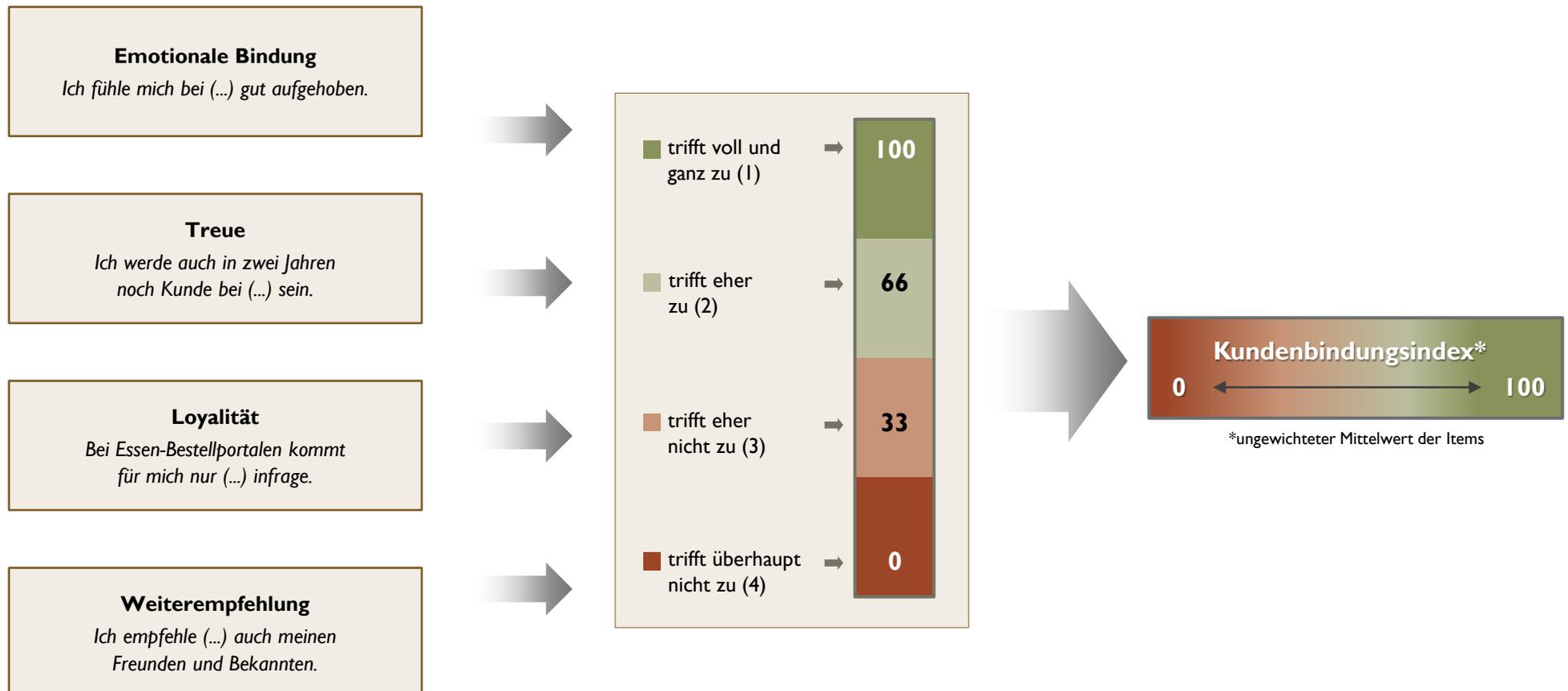
Für den langfristigen und nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens sind zufriedene Kunden wichtig – die Kundenzufriedenheit stellt aber im mathematischen Sinne lediglich eine notwendige Bedingung dar. Die hinreichende Bedingung – und damit das „härtere“ und relevantere Kriterium ist hingegen die Kundenbindung. Erst diese gewährleistet, dass der Kunde auch zukünftig seinen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten wird.

Verbundene Kunden zeichnen sich vor allem durch eine positive emotionale Einstellung gegenüber dem Anbieter, eine hohe Treue und Loyalität sowie eine ausgeprägte Weiterempfehlungsbereitschaft aus. Das psychische und hypothetische Konstrukt „Kundenbindung“ kann somit für Untersuchungs- und Steuerungszwecke anhand dieser Parameter operationalisiert werden.

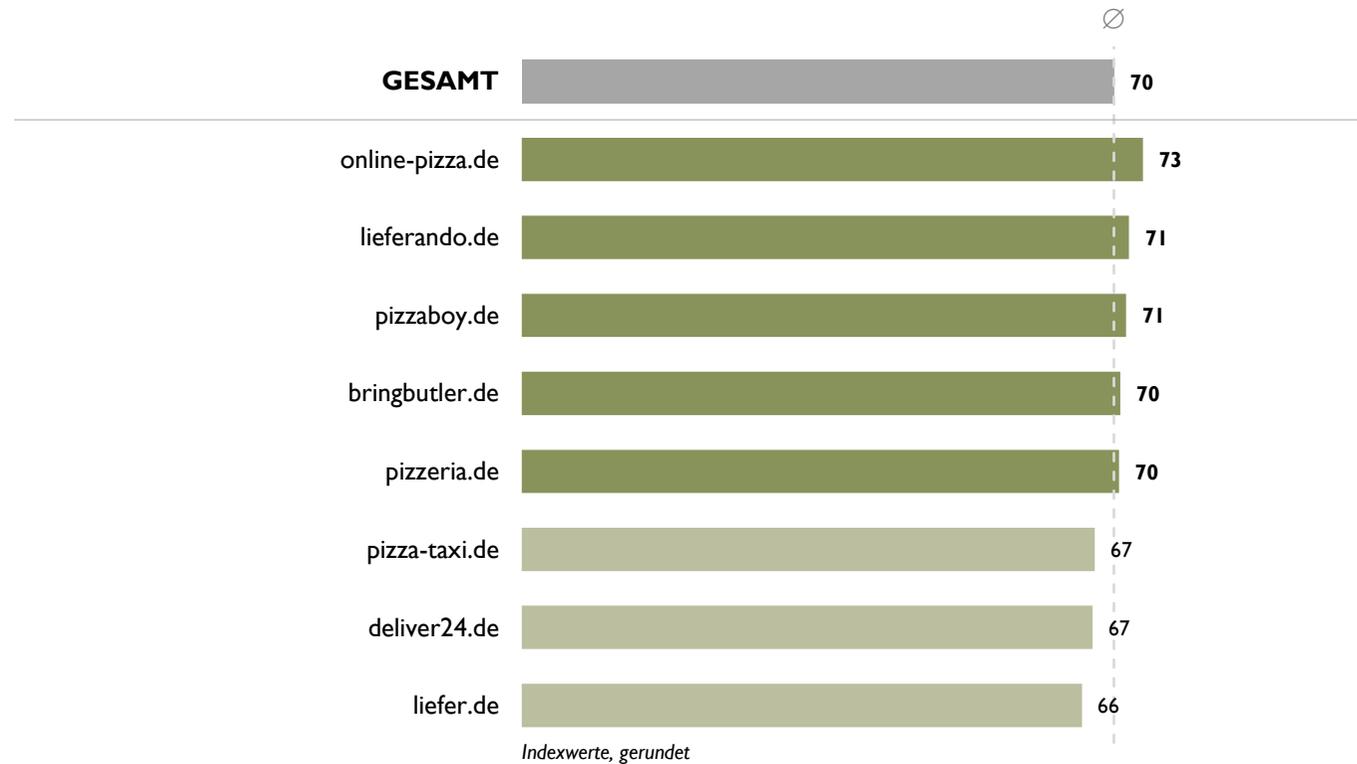
In der vorliegenden Studie wird die Kundenbindung daher über einen Index aus den folgenden vier Fragen erfasst, die auf einer 4-stufigen, symmetrischen und voll verbalisierten fit-Skala geprüft werden.

	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
• <i>Ich fühle mich bei (...) gut aufgehoben.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Ich werde auch in zwei Jahren noch Kunde bei (...) sein.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Bei Essen-Bestellportalen kommt für mich nur (...) infrage.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Ich empfehle (...) auch meinen Freunden und Bekannten.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

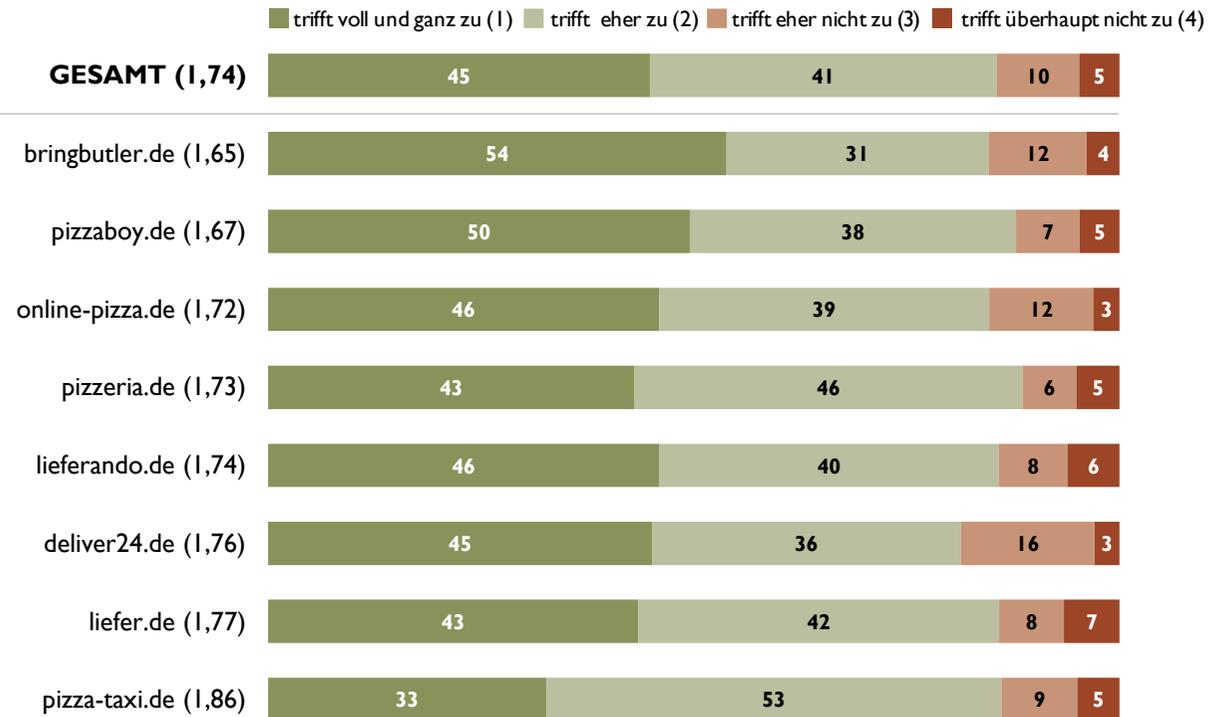
Berechnungsmodell des ServiceValue-Kundenbindungsindex



Kundenbindungsindex



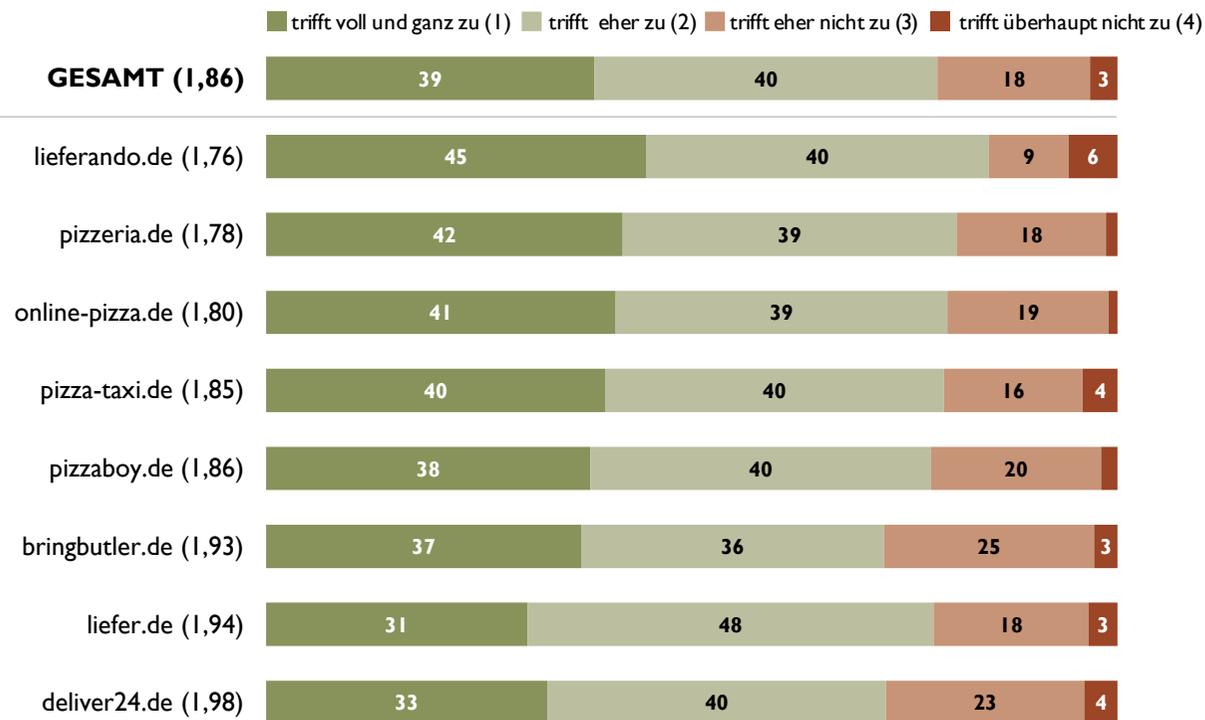
Emotionale Bindung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich fühle mich bei (...) gut aufgehoben.

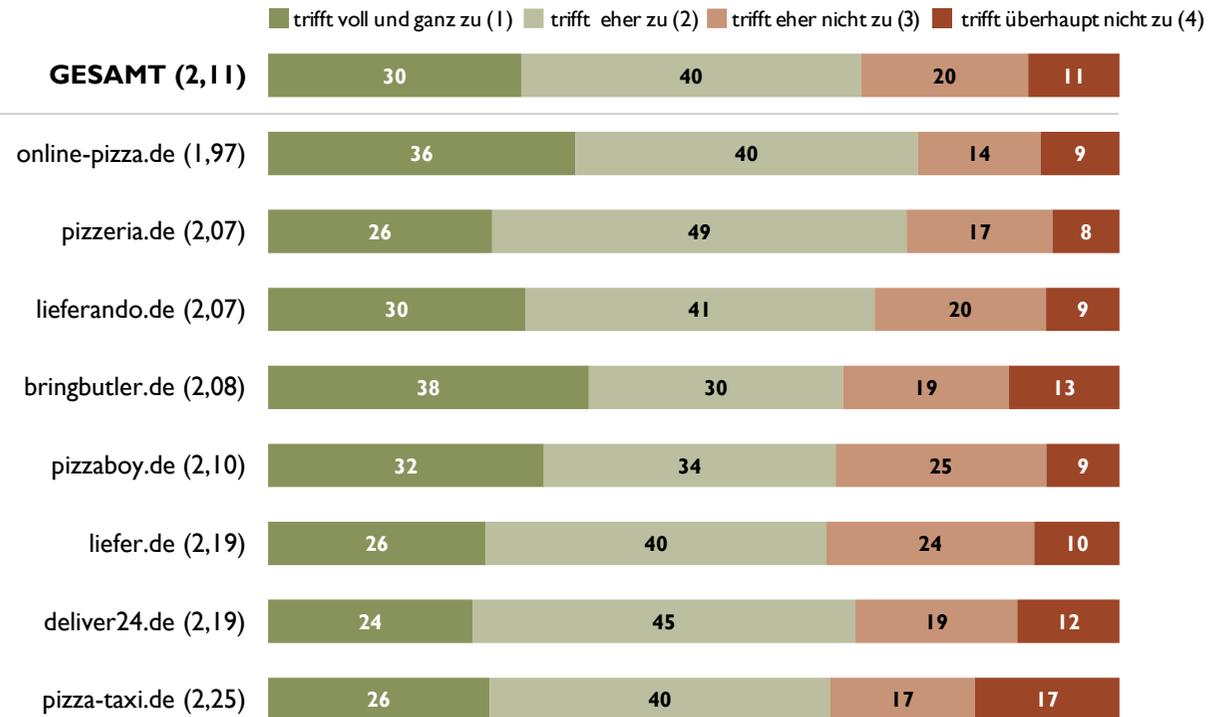
Treue



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich werde auch in zwei Jahren noch Kunde bei (...) sein.

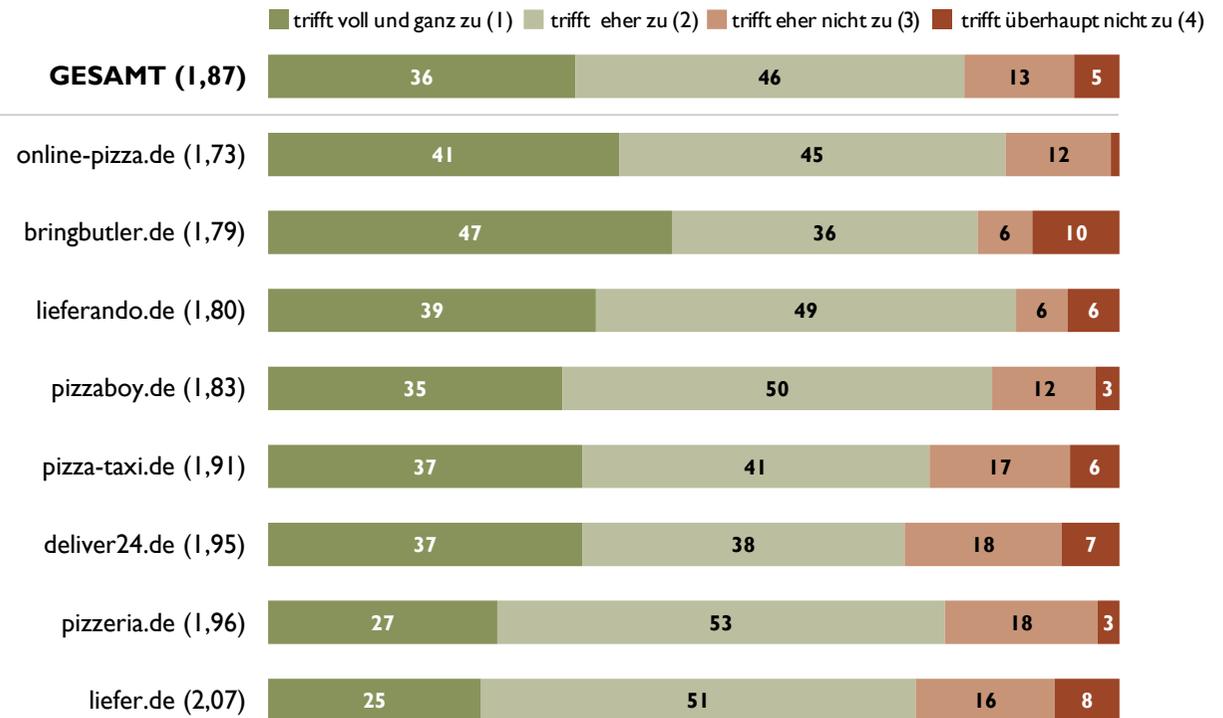
Loyalität



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Bei Essen-Bestellportalen kommt für mich nur (...) infrage.

Weiterempfehlung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich empfehle (...) auch meinen Freunden und Bekannten.

Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (I)

Direkte Messung und Verzerrungseffekte

Viele verschiedene Leistungs- und Serviceaspekte beeinflussen die Kundenbindung positiv oder negativ – aber nicht alle in dem gleichen Maße. Welchen Einfluss hat nun aber ein einzelnes Leistungsmerkmal? Den Kunden direkt danach zu fragen, ist in einem solchen Fall sicher nur die zweitbeste Lösung, tragen doch eine Vielzahl von Effekten zu einer Verzerrung der Ergebnisse bei:

- **Anspruchsinflation:** Dem Befragten sind bei direkter Abfrage nahezu alle Aspekte gleichermaßen wichtig.
- **Selbstwerterhöhung:** Der Befragte will durch seine Antworten „besser dastehen“.
- **Soziale Erwünschtheit:** Der Befragte antwortet so, wie er denkt, dass es von ihm erwartet wird.
- **Akquieszenz:** Befragte tendieren – unabhängig vom Inhalt der Fragen – dazu, Fragen eher mit „ja“, „stimmt“ oder „richtig“ zu beantworten.
- **Antwortstrategie:** Der Befragte will mit seinem Antwortverhalten gezielt die Ergebnisse in eine bestimmte Richtung lenken.

Die bei direkter Abfrage verbundene Rationalisierung der Antworten führt zudem häufig zu einer Überbewertung von Preis oder preisähnlichen Aspekten. Eher unterbewusst wirkende Kriterien finden dementsprechend keine oder nur eine unzureichende Berücksichtigung.

Alternative: Indirekte Ermittlung

ServiceValue verwendet zur Vermeidung solcher methodisch bedingter Verzerrungen daher einen indirekten Ansatz.

Diese indirekte Form der Messung basiert auf einer statistischen Ermittlung des Wirkungszusammenhangs der Leistungs- und Servicemerkmale mit der zentralen Messgröße, dem Kundenbindungsindex. Je stärker dabei der Zusammenhang zwischen einem Aspekt und dem Kundenbindungsindex ist, desto höher ist der potenzielle Einfluss dieses Merkmals auf die Kundenbindung und somit auch auf den Kunden- und Unternehmenswert.

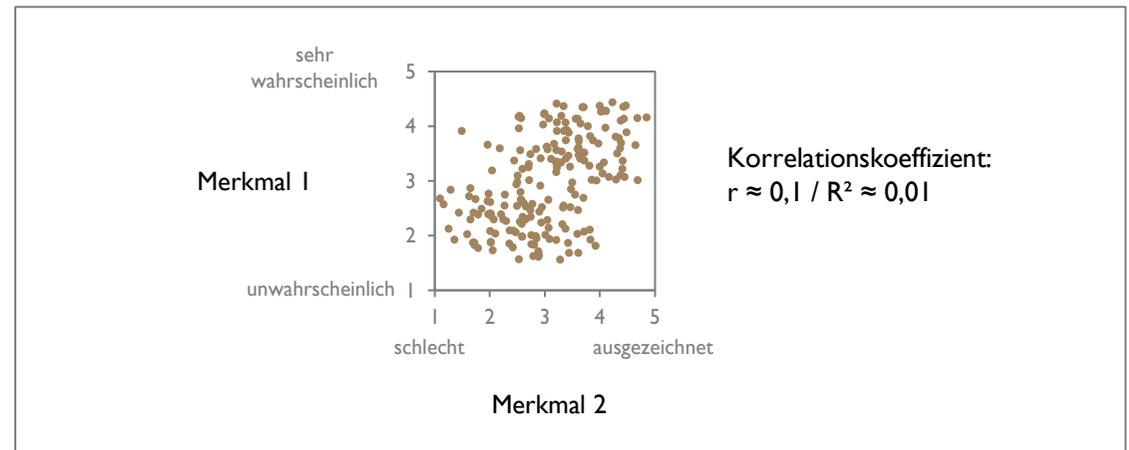
Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II)

Theoretischer Hintergrund der Relevanzanalyse

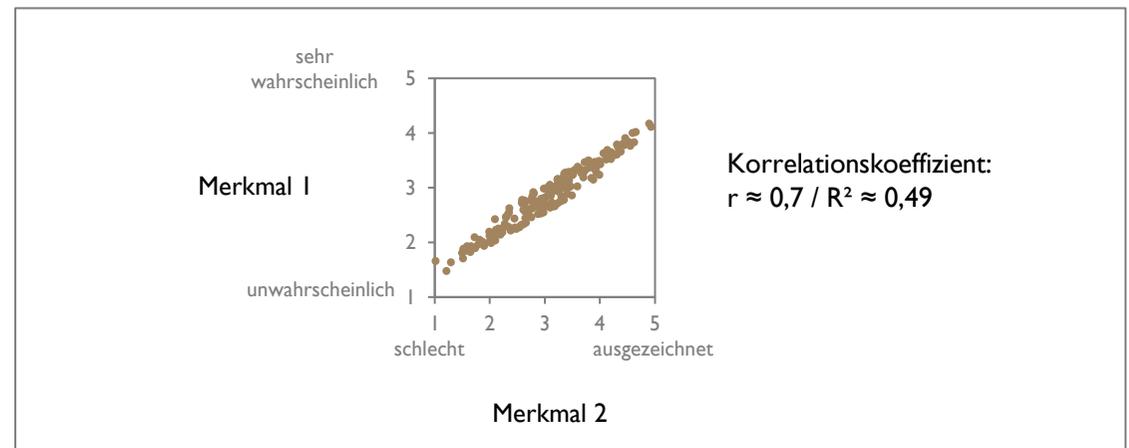
Die Relevanzanalyse ist eine statistische Berechnungsmethode zur Ermittlung des Zusammenhangs zwischen zwei Merkmalen.

Dabei wird untersucht, wie stark dieser Zusammenhang ist und welche „Richtung“ er hat. Das Ergebnis wird als Korrelationskoeffizient r ausgedrückt. Dieser ist absolut betrachtet umso größer (und liegt also näher bei +1 oder bei -1), je dichter die Datenpunkte an einer gedachten Geraden liegen.

Bewertung	Korrelationskoeffizient r	R-Quadrat
perfekt	1 / -1	1 (100%)
hoch	0,7 / -0,7	0,49 (49%)
mittel	0,5 / -0,5	0,25 (25%)
niedrig	0,3 / -0,3	0,09 (9%)

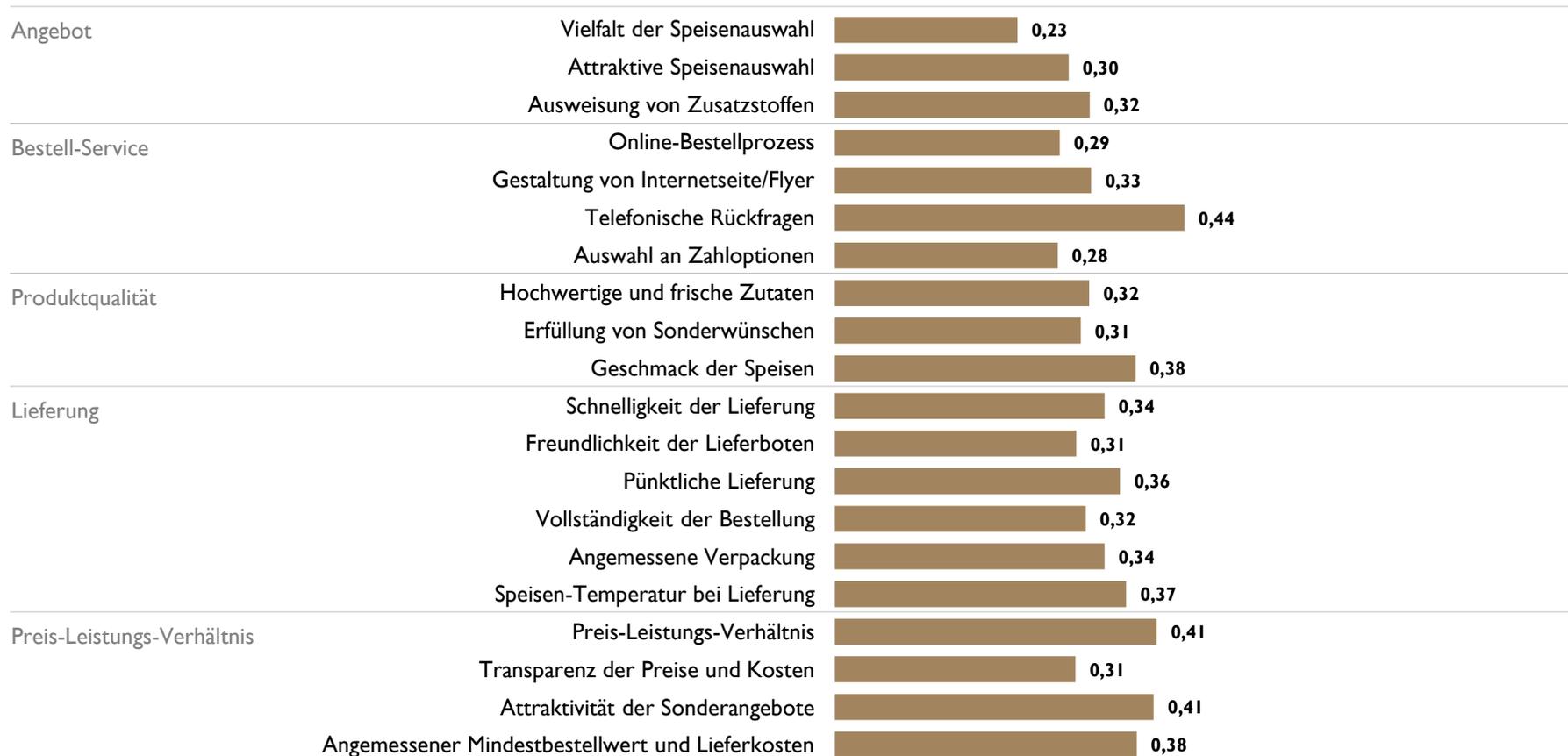


Grafik 1: Beispielhafte Darstellung einer niedrigen Korrelation zwischen zwei Merkmalen.



Grafik 2: Beispielhafte Darstellung einer hohen Korrelation zwischen zwei Merkmalen.

Kundenbindungstreiber – Essen-Bestellportale

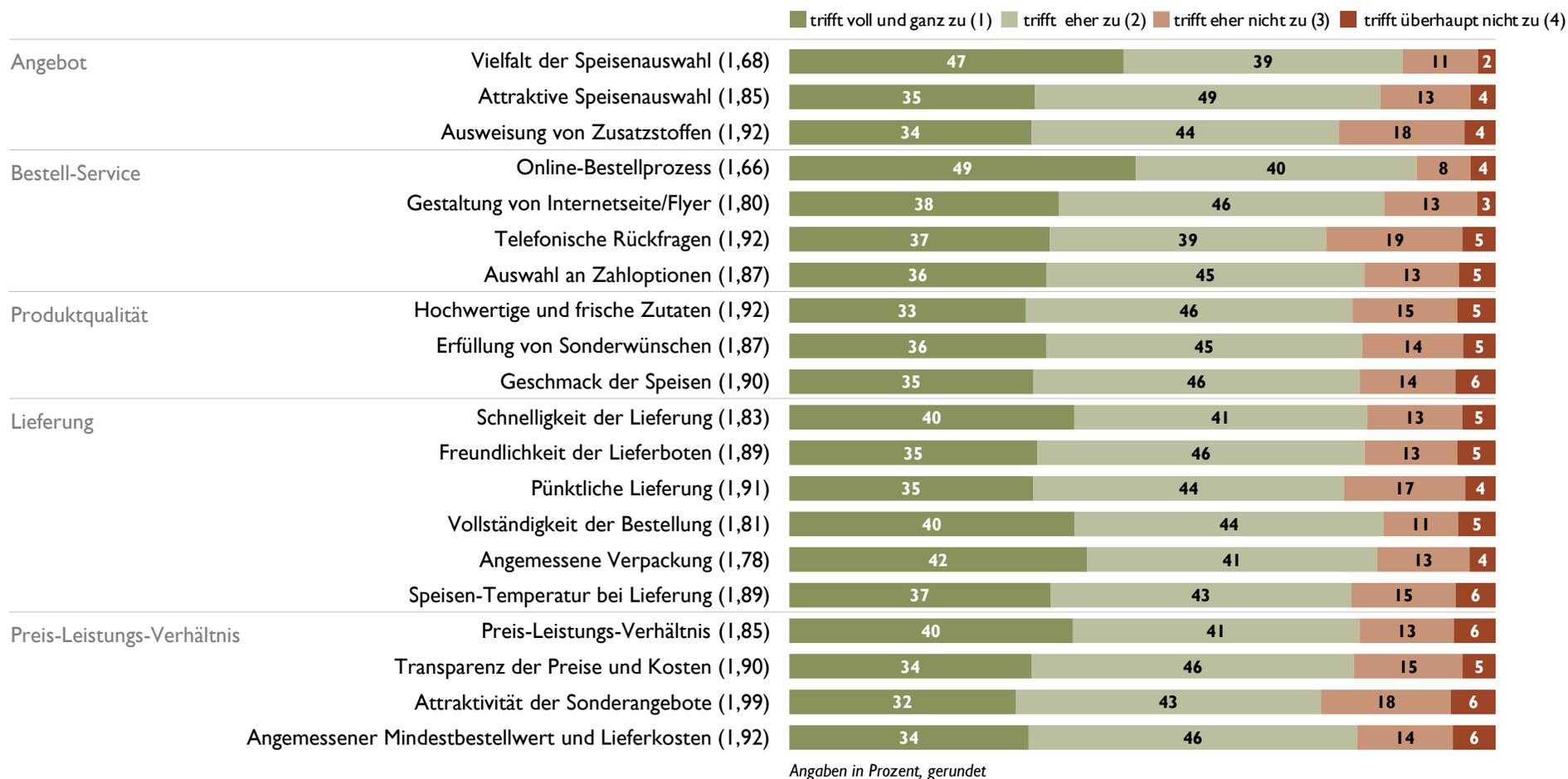


Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Inhalt

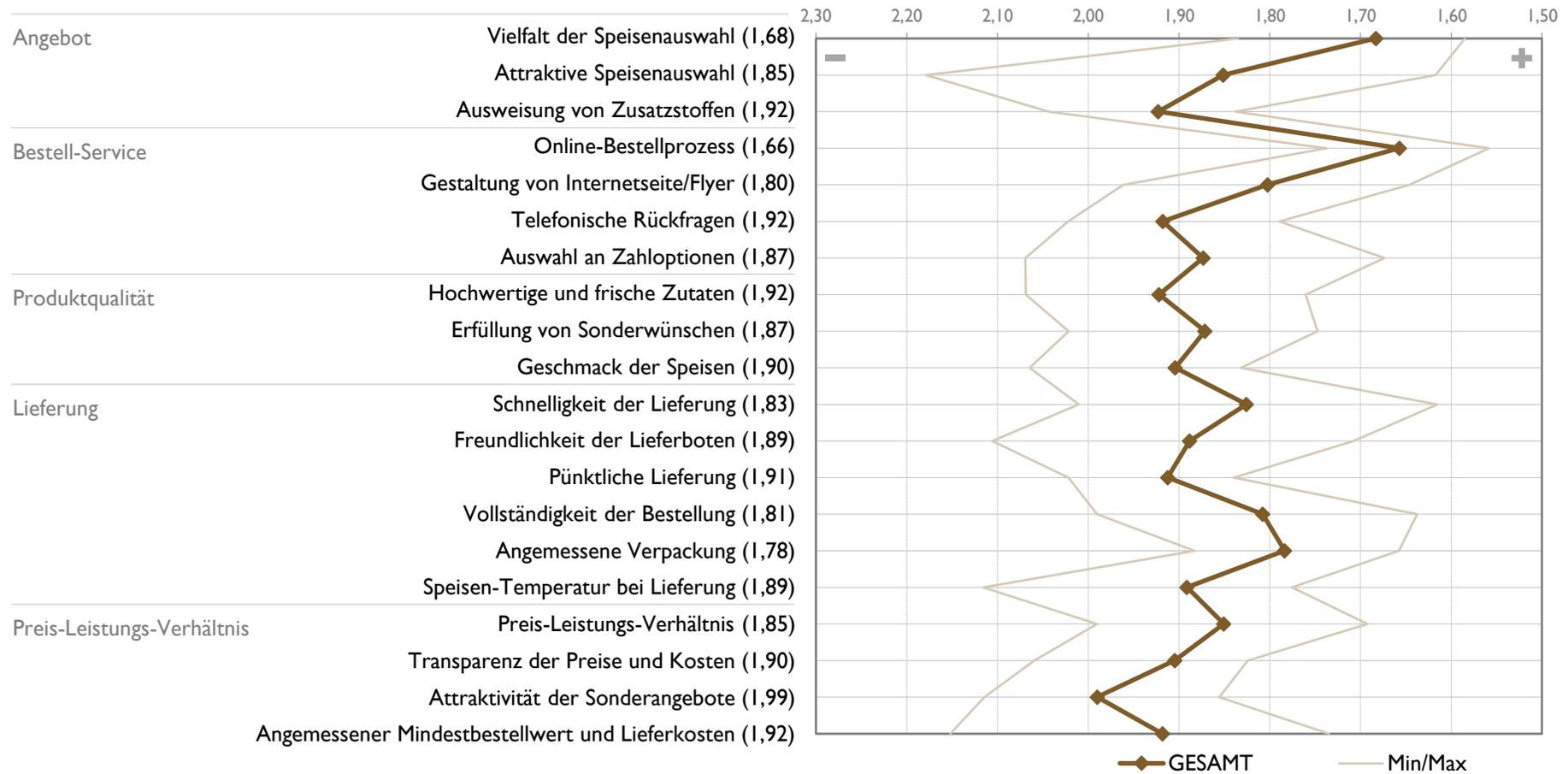
1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Leistungsprofil – Essen-Bestellportale (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

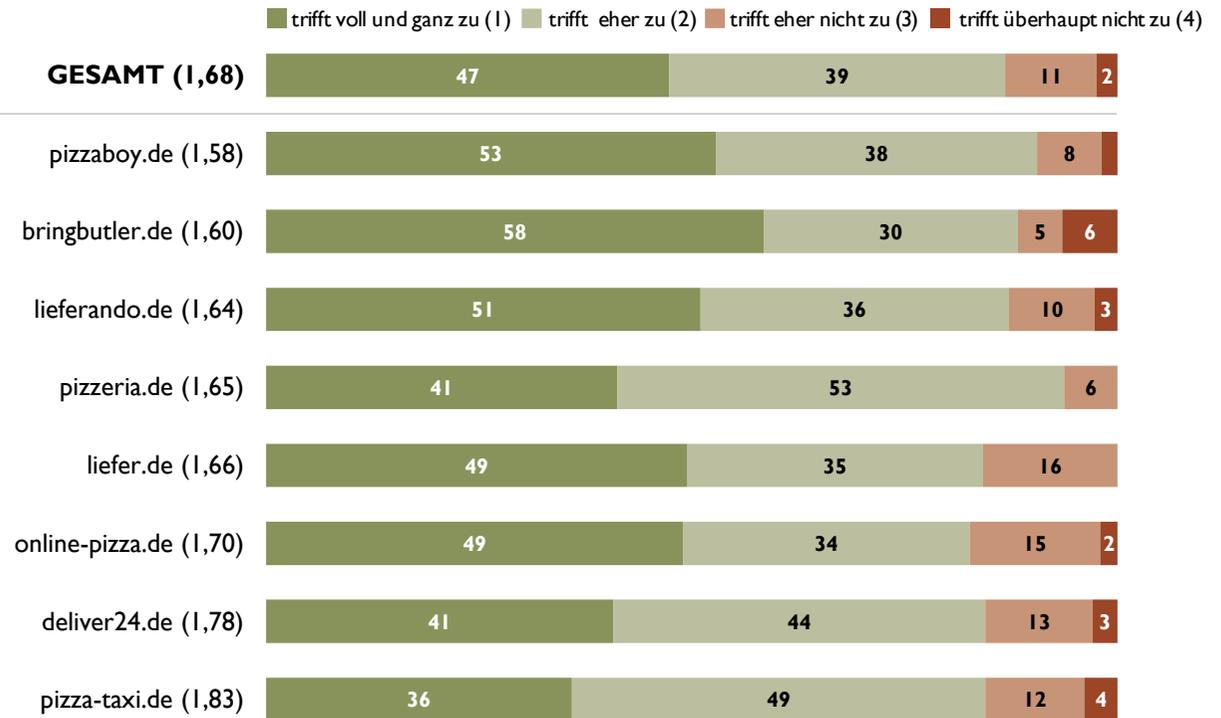
Leistungsprofil – Essen-Bestellportale (II)



Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

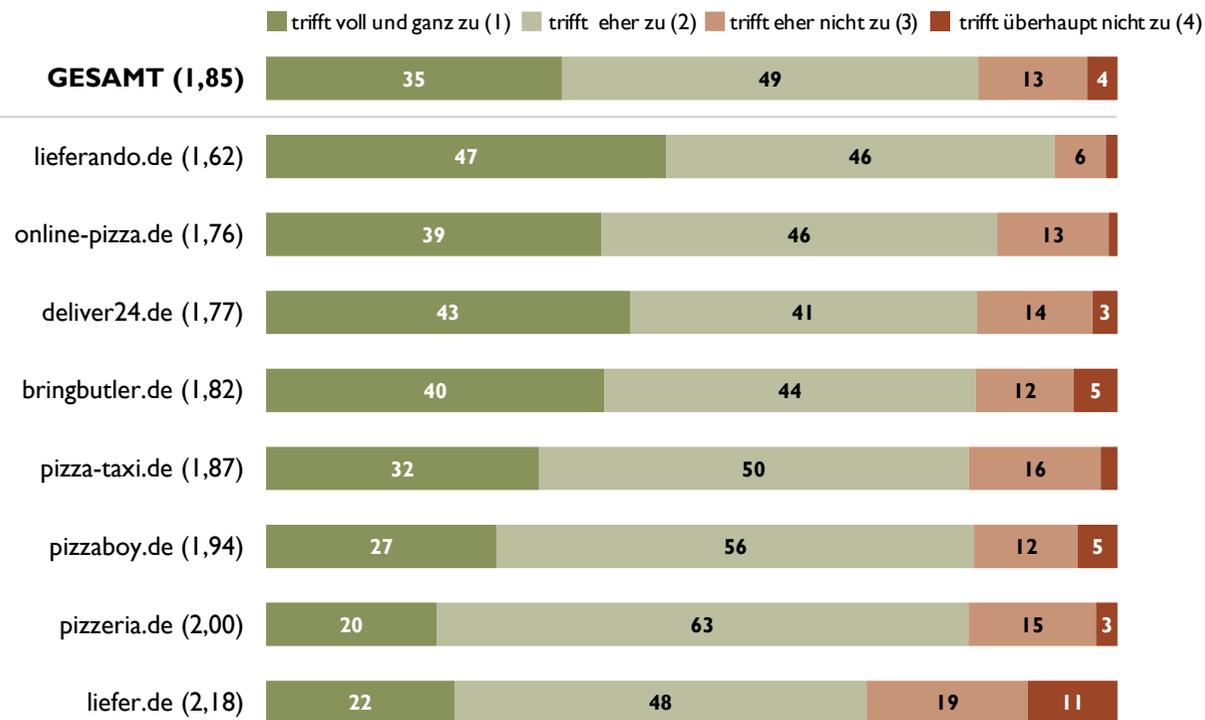
Vielfalt der Speisenauswahl



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisenauswahl bei (...) ist vielfältig.

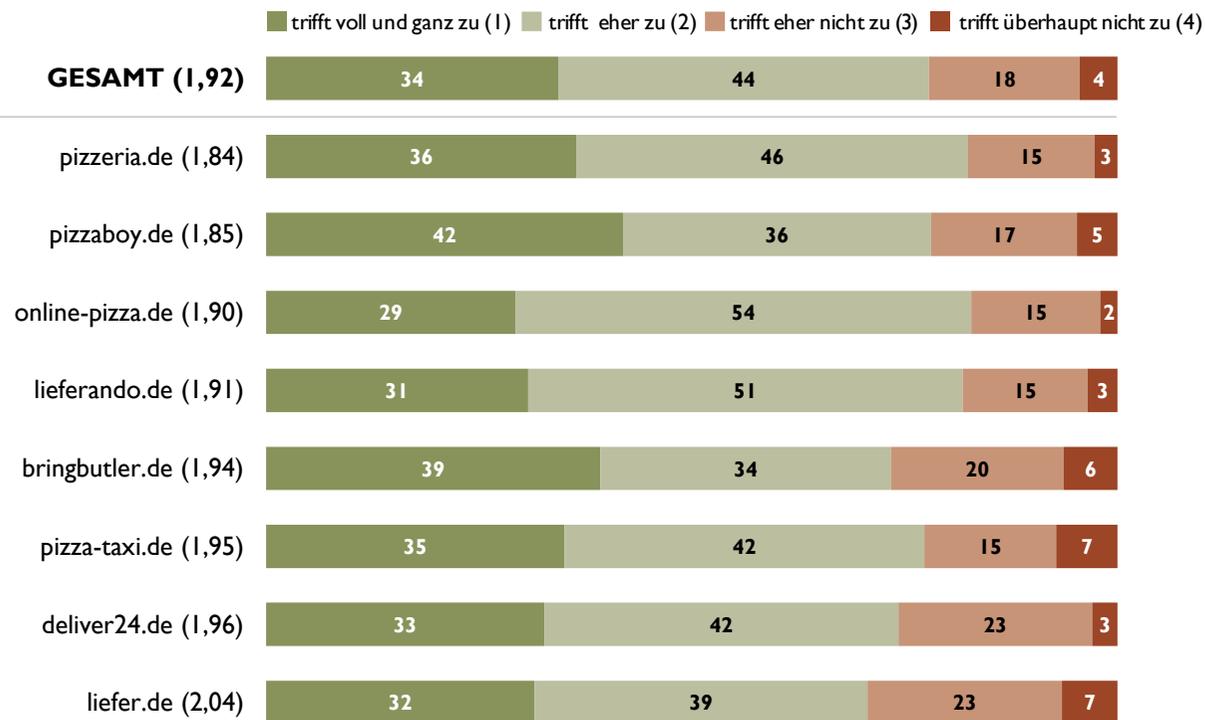
Attraktive Speisenauswahl



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisenauswahl bei (...) ist attraktiv.

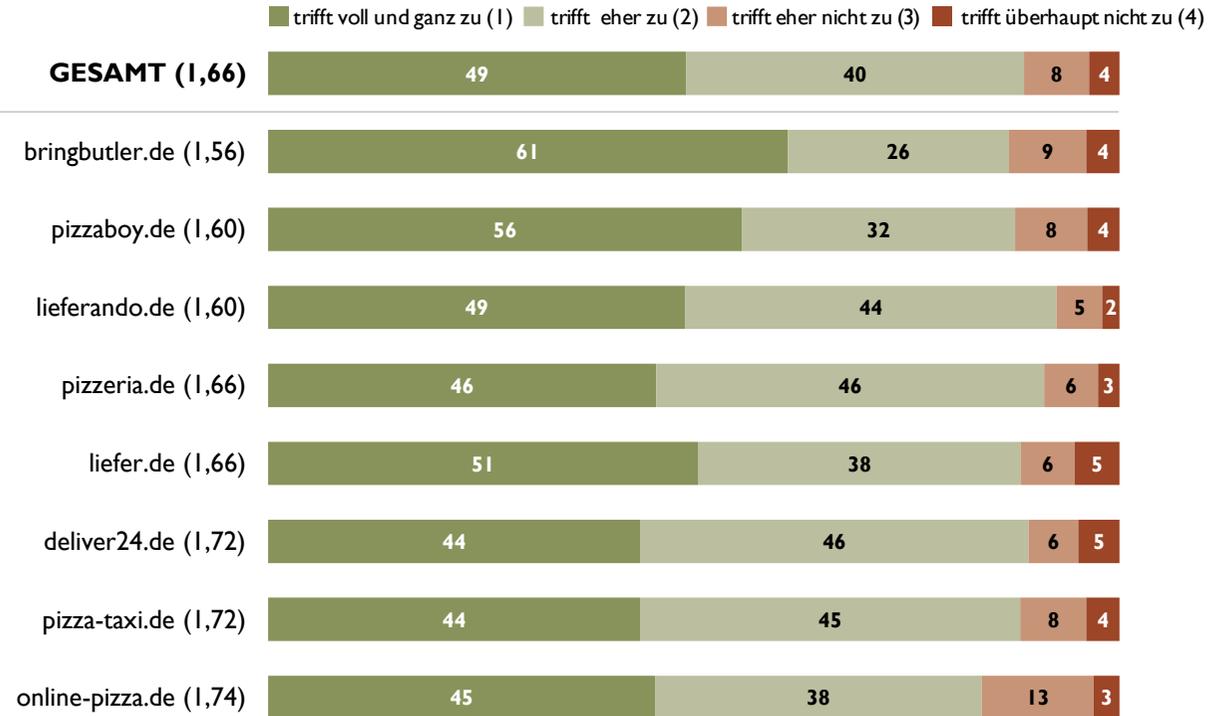
Ausweisung von Zusatzstoffen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Verwendete Zusatzstoffe werden bei (...) übersichtlich ausgewiesen.

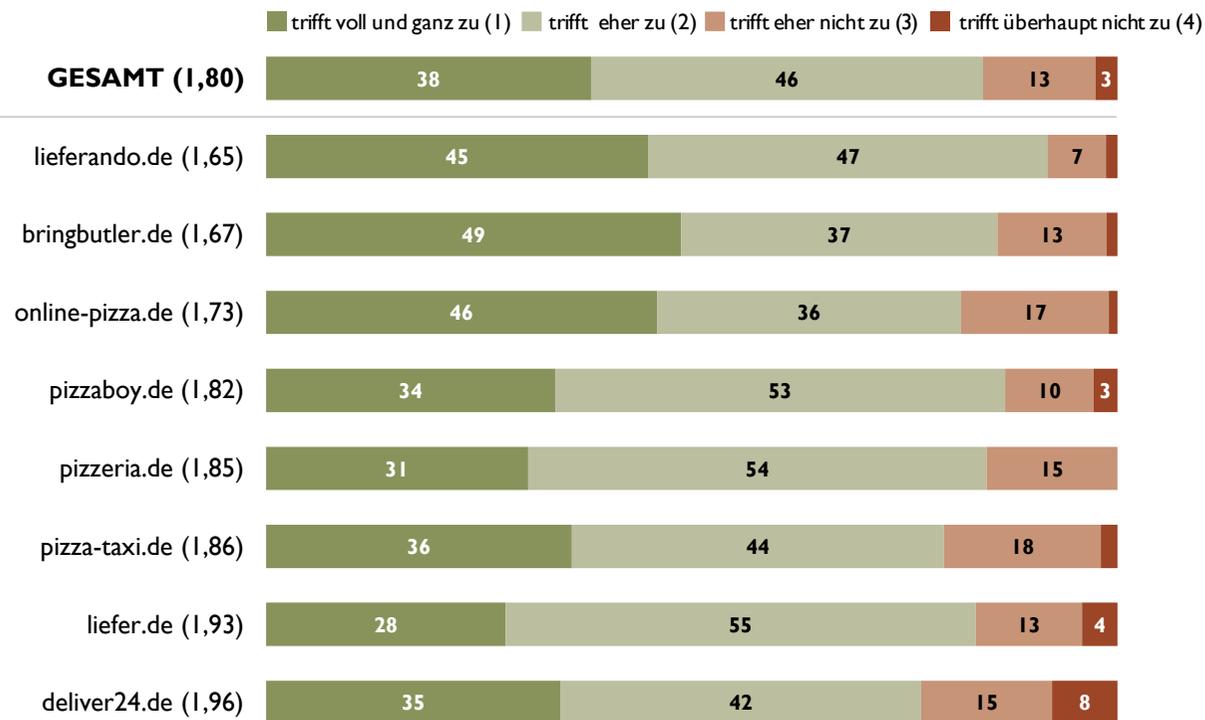
Online-Bestellprozess



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Der (Online-)Bestellprozess bei (...) ist nutzerfreundlich.

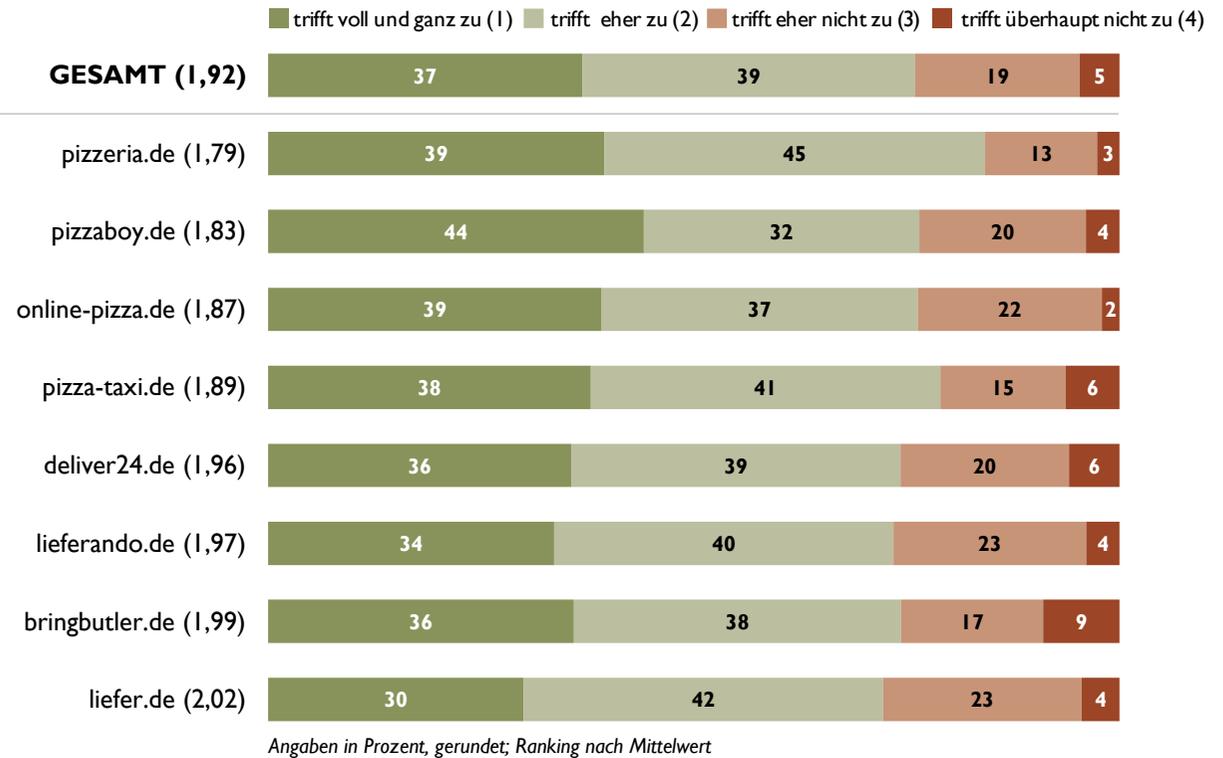
Gestaltung von Internetseite/Flyer



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

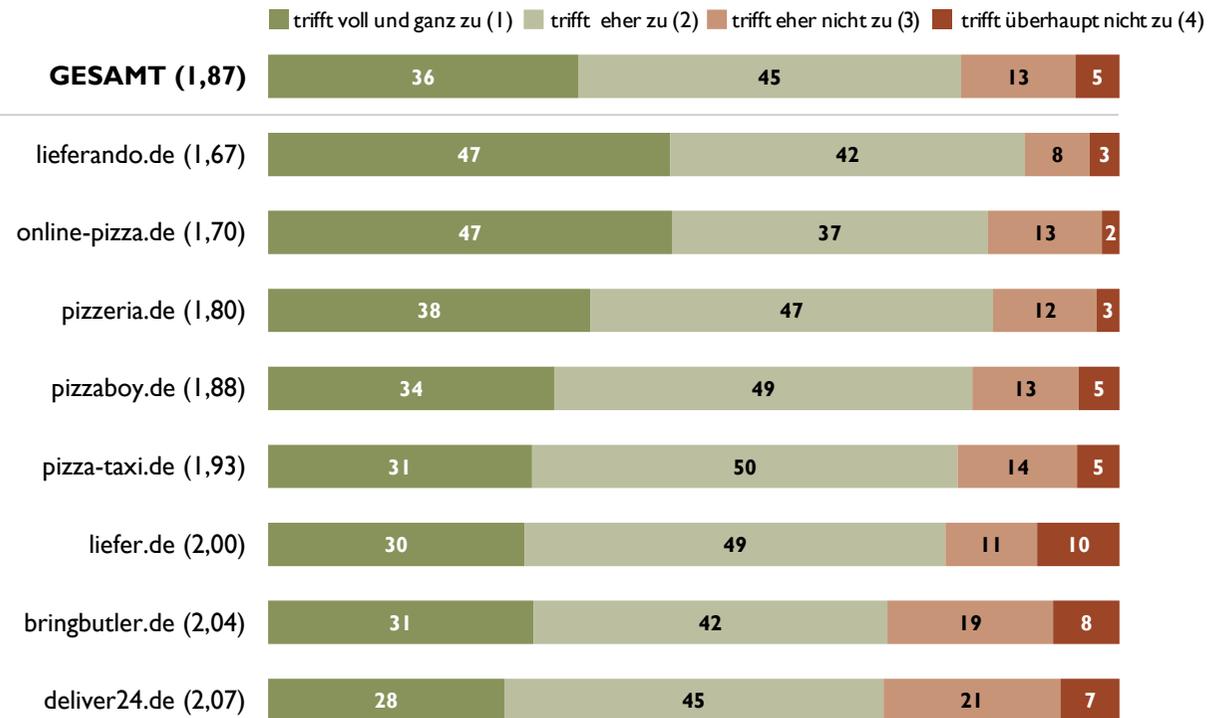
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Internetseite / Flyer sind bei (...) anschaulich gestaltet.

Telefonische Rückfragen



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Telefonische Rückfragen sind bei (...) jederzeit möglich.

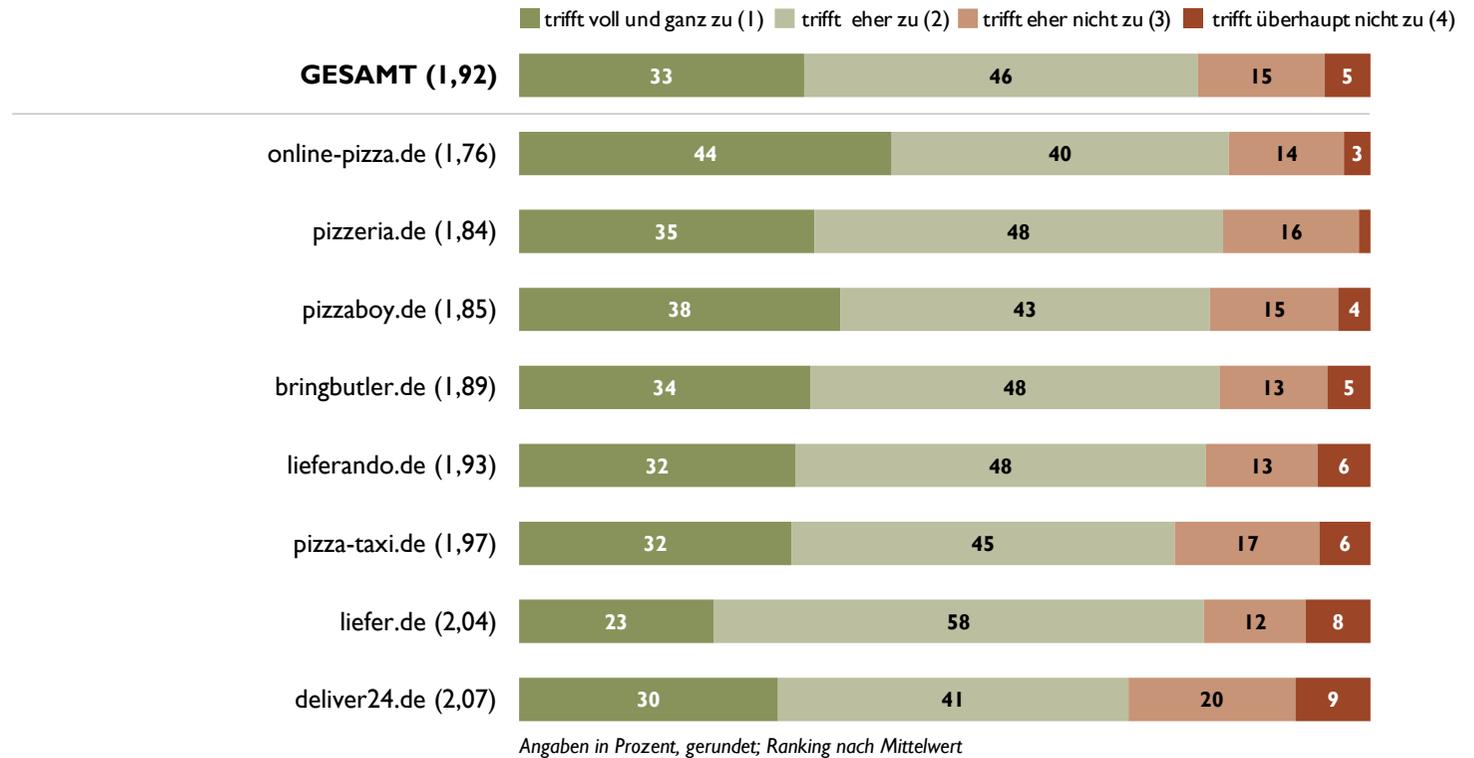
Auswahl an Zahloptionen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

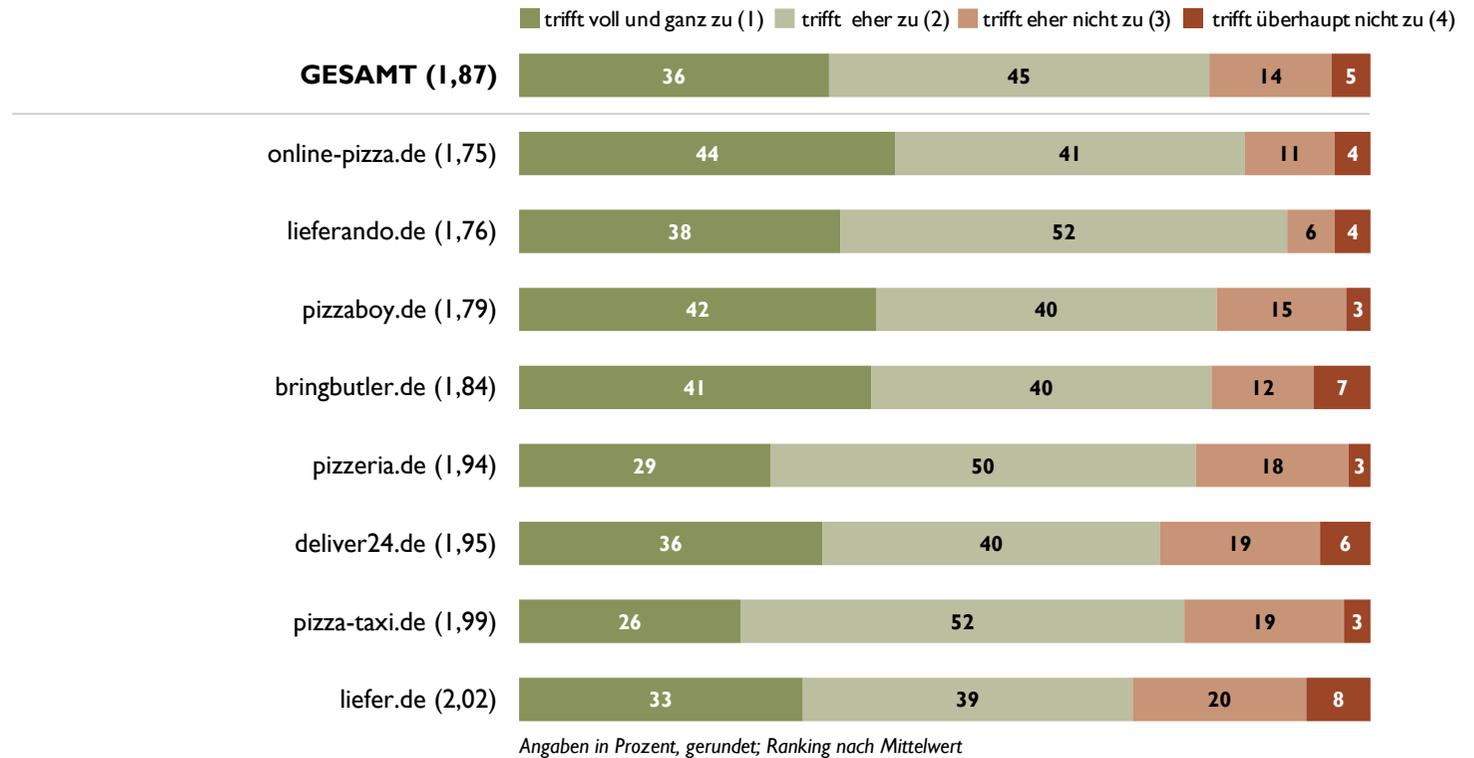
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: (...) bietet verschiedene Zahloptionen an.

Hochwertige und frische Zutaten



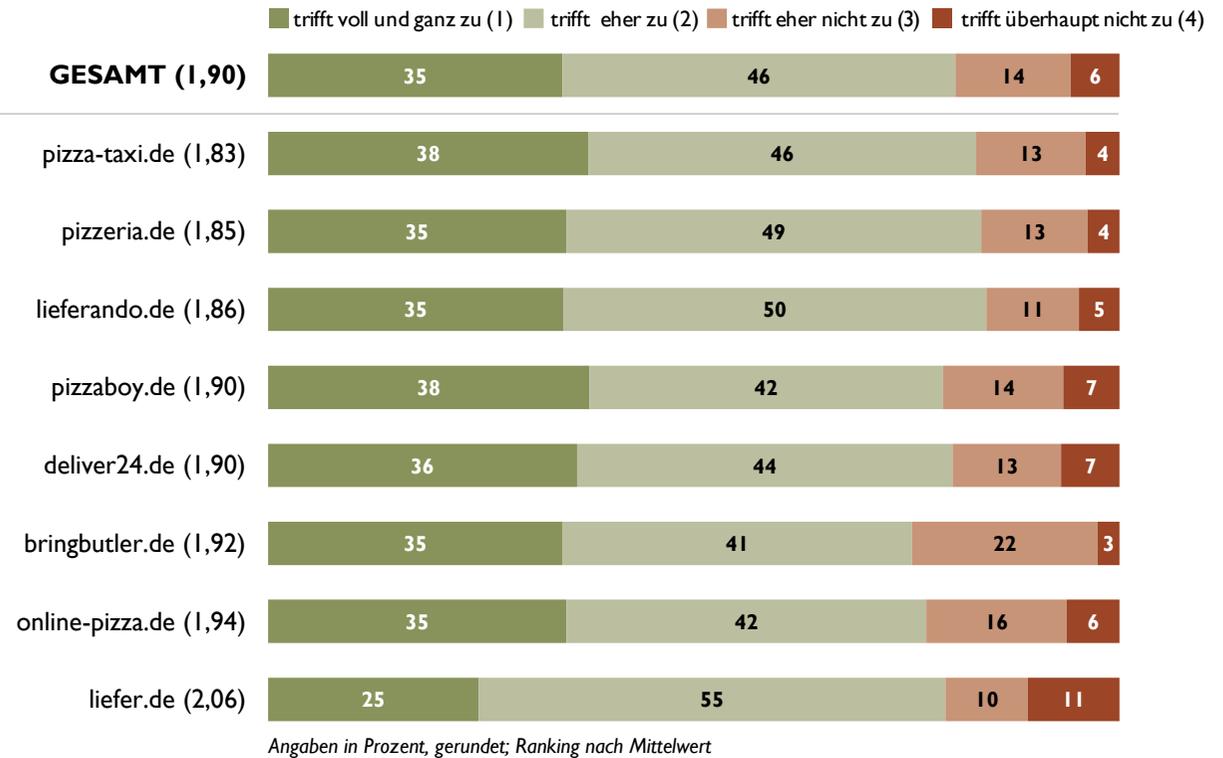
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Lieferdienste bei (...) verwenden immer frische und hochwertige Zutaten.

Erfüllung von Sonderwünschen



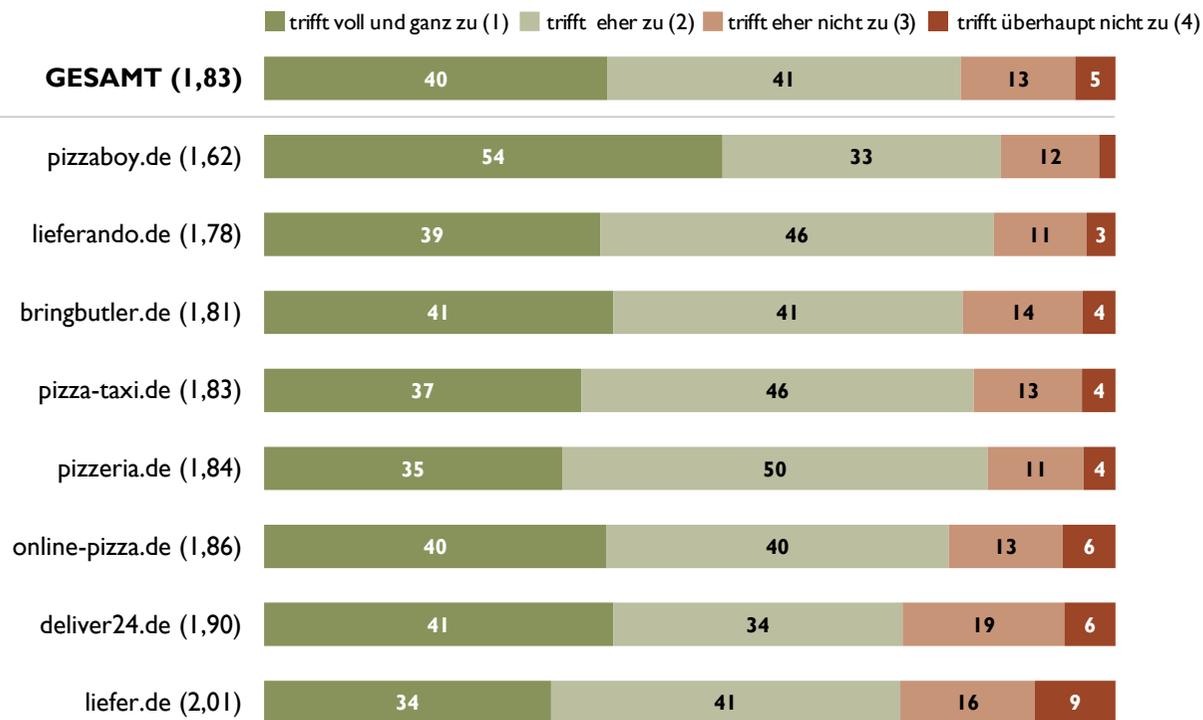
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Sonderwünsche (Extrazutaten etc.) werden bei Lieferdiensten von (...) erfüllt.

Geschmack der Speisen



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Qualität und Geschmack der Speisen bei (...) -Lieferdiensten sind sehr gut.

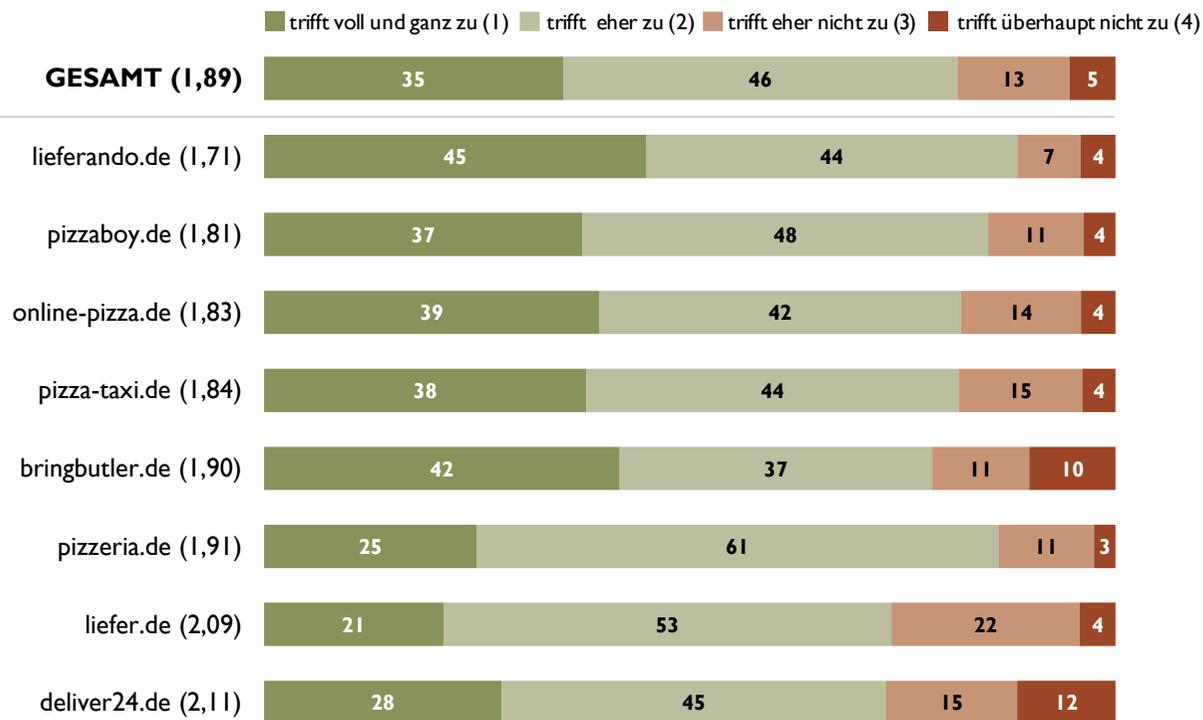
Schnelligkeit der Lieferung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Lieferung von (...) erfolgt schnell und zuverlässig.

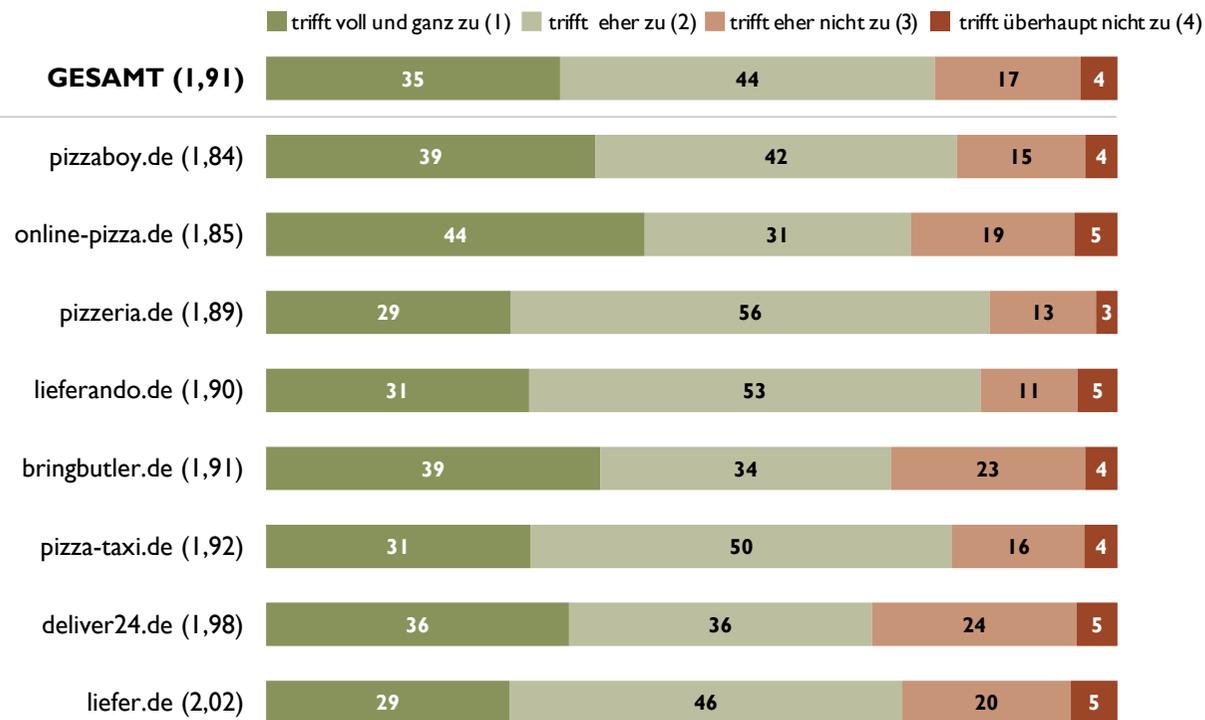
Freundlichkeit der Lieferboten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Lieferboten bei (...) sind freundlich.

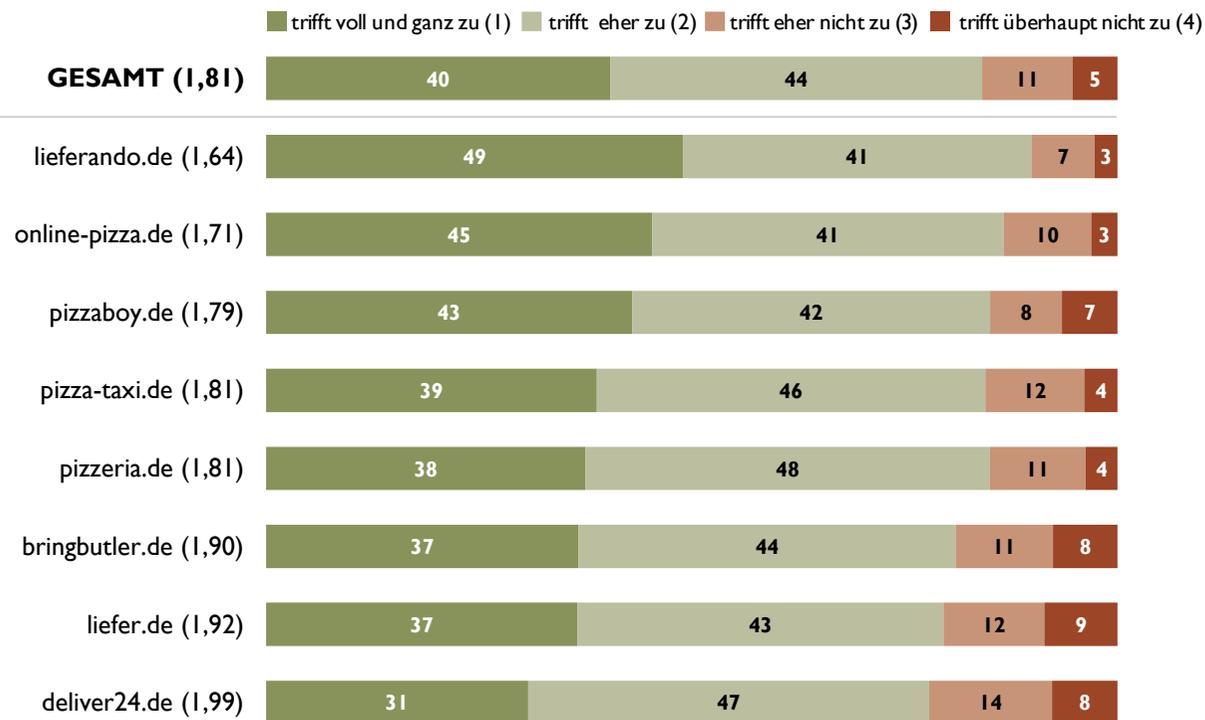
Pünktliche Lieferung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Zeitangabe von (...) stimmt mit dem Lieferzeitpunkt überein.

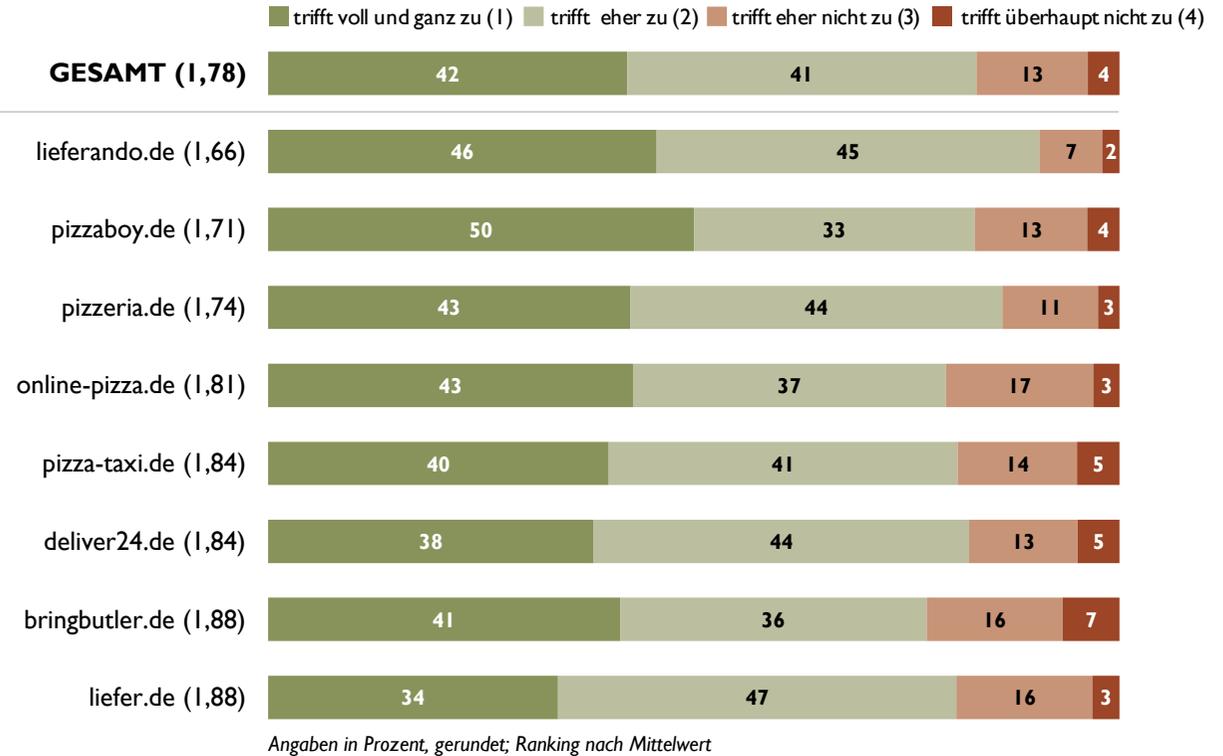
Vollständigkeit der Bestellung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

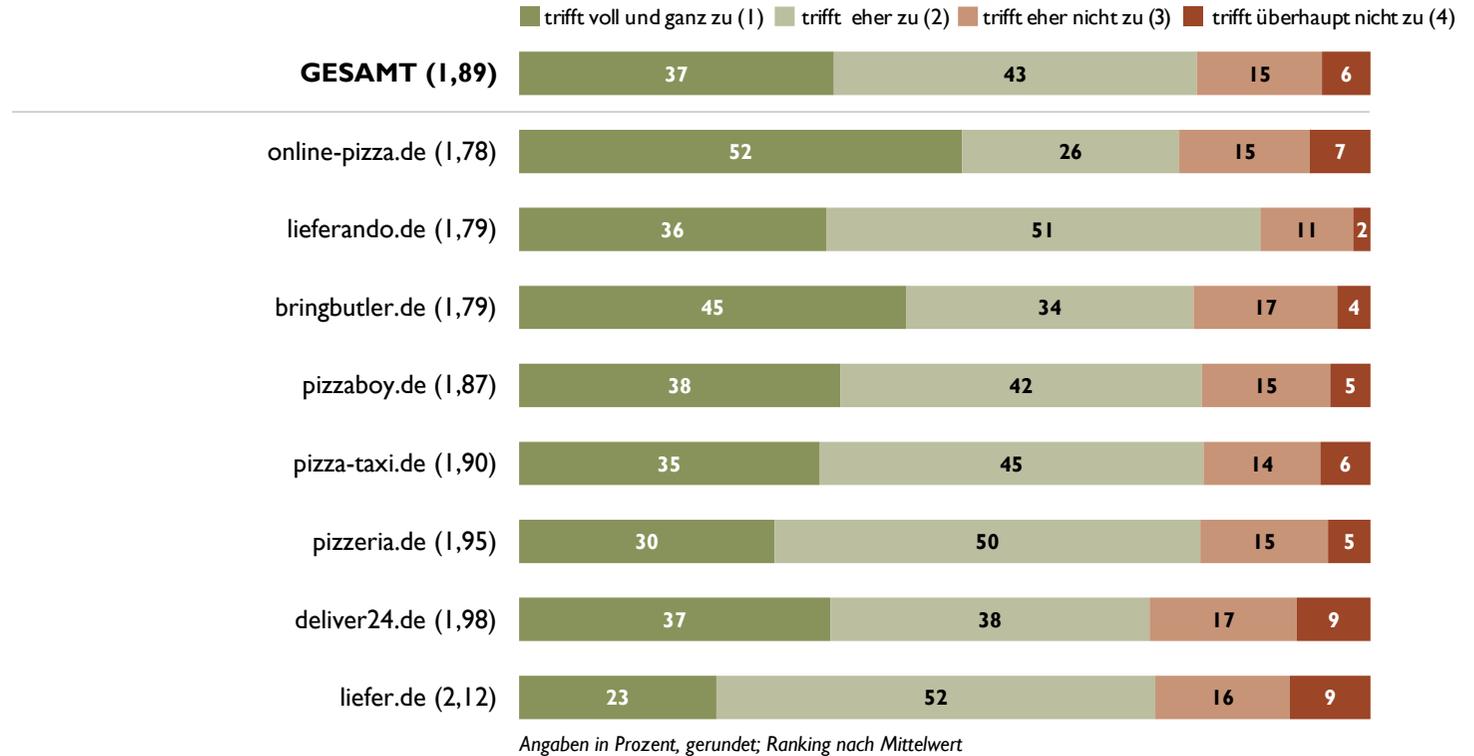
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die gelieferte Bestellung bei (...) ist vollständig.

Angemessene Verpackung



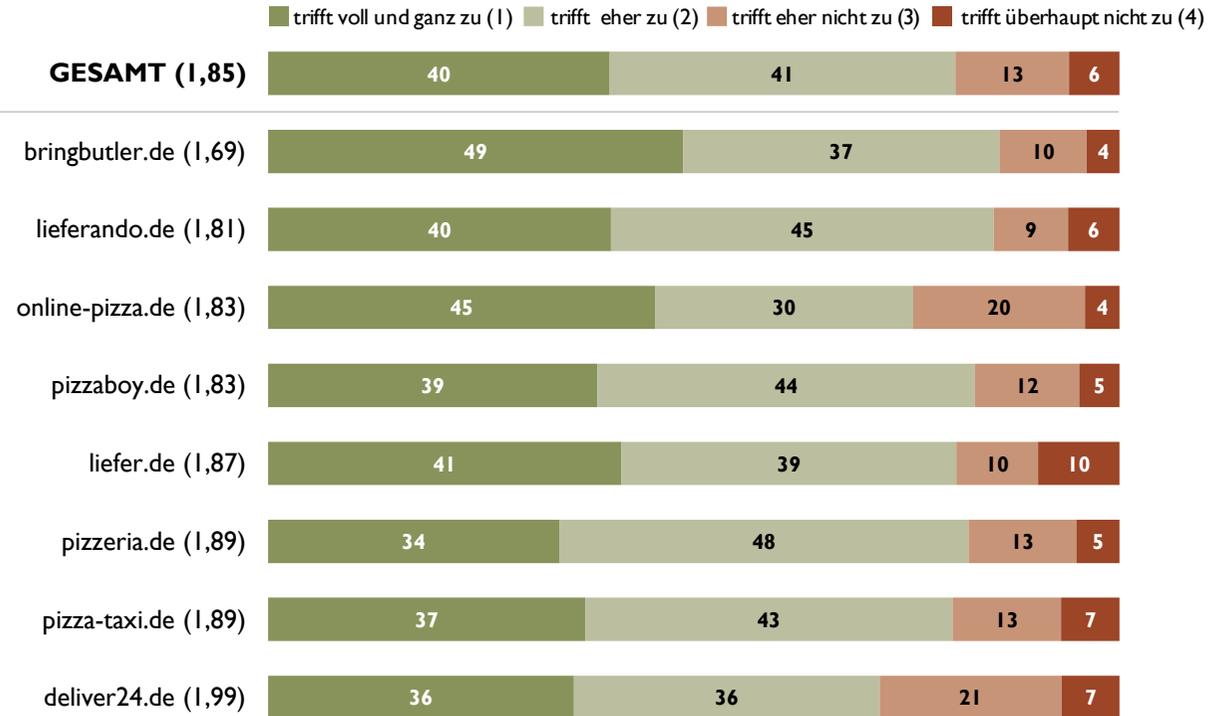
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die gelieferten Speisen von (...) sind angemessen verpackt.

Speisen-Temperatur bei Lieferung



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisen von (...) kommen mit angemessener Temperatur an.

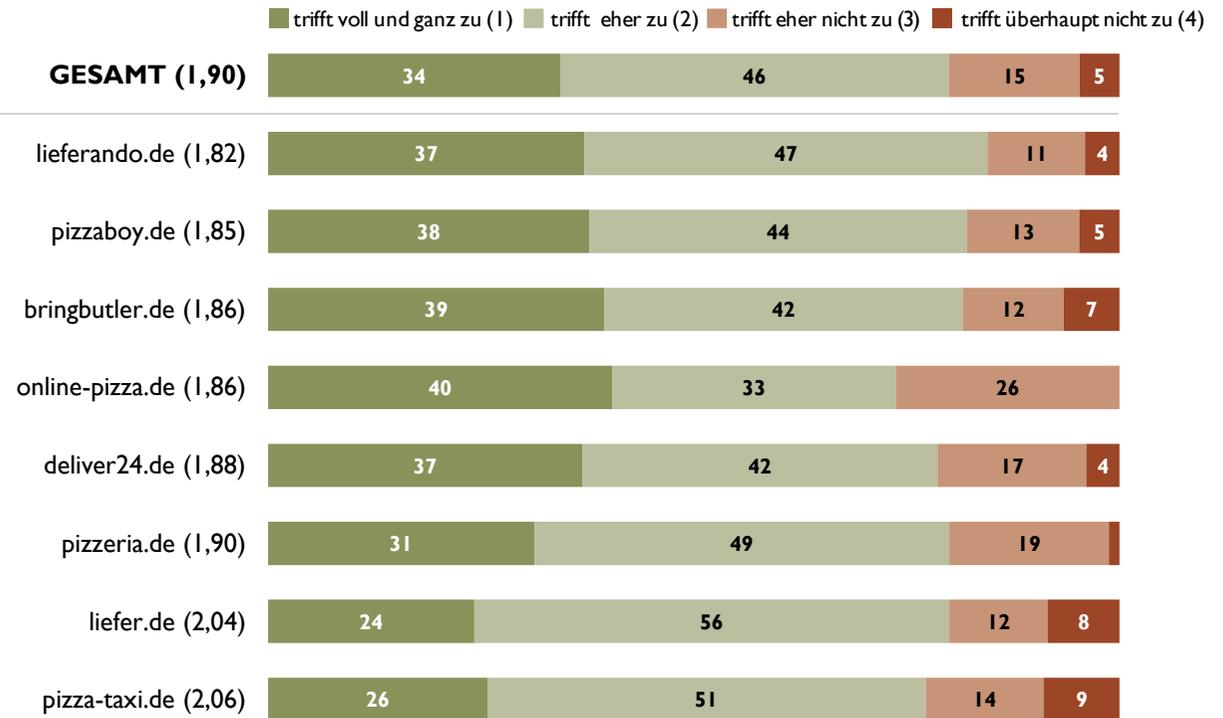
Preis-Leistungs-Verhältnis



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Für mein Geld bekomme ich bei (...) eine angemessene Leistung.

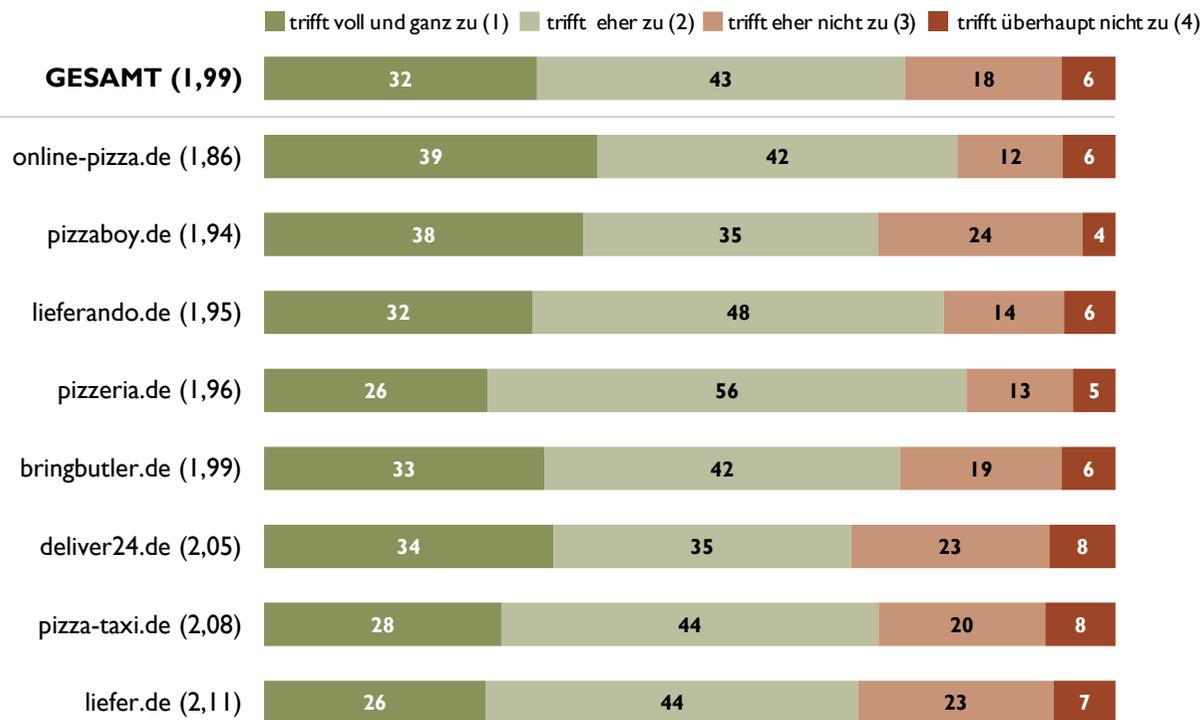
Transparenz der Preise und Kosten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Preise und Kosten bei (...) werden transparent dargestellt.

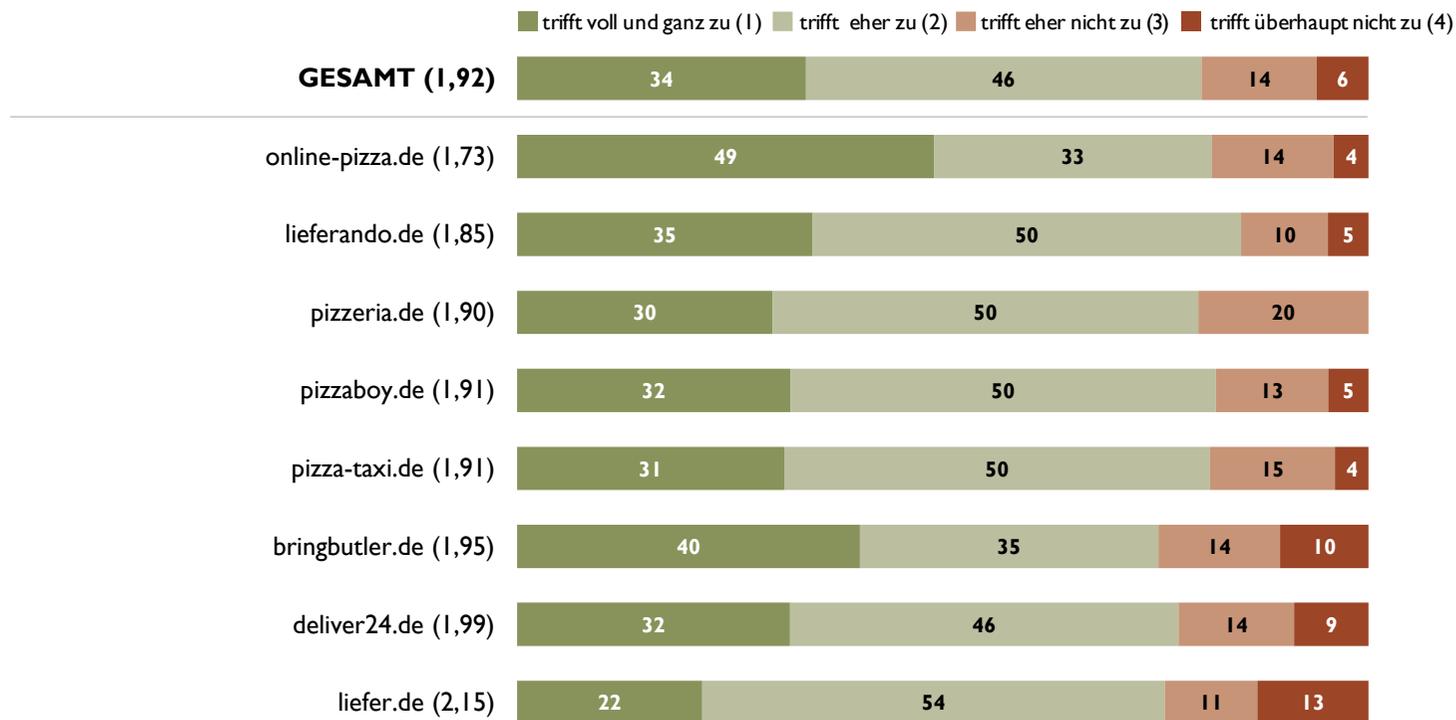
Attraktivität der Sonderangebote



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: (...) bietet attraktive Sonderangebote und Aktionen.

Angemessener Mindestbestellwert und Lieferkosten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Mindestbestellwert und Lieferkosten sind bei (...) angemessen.

Inhalt

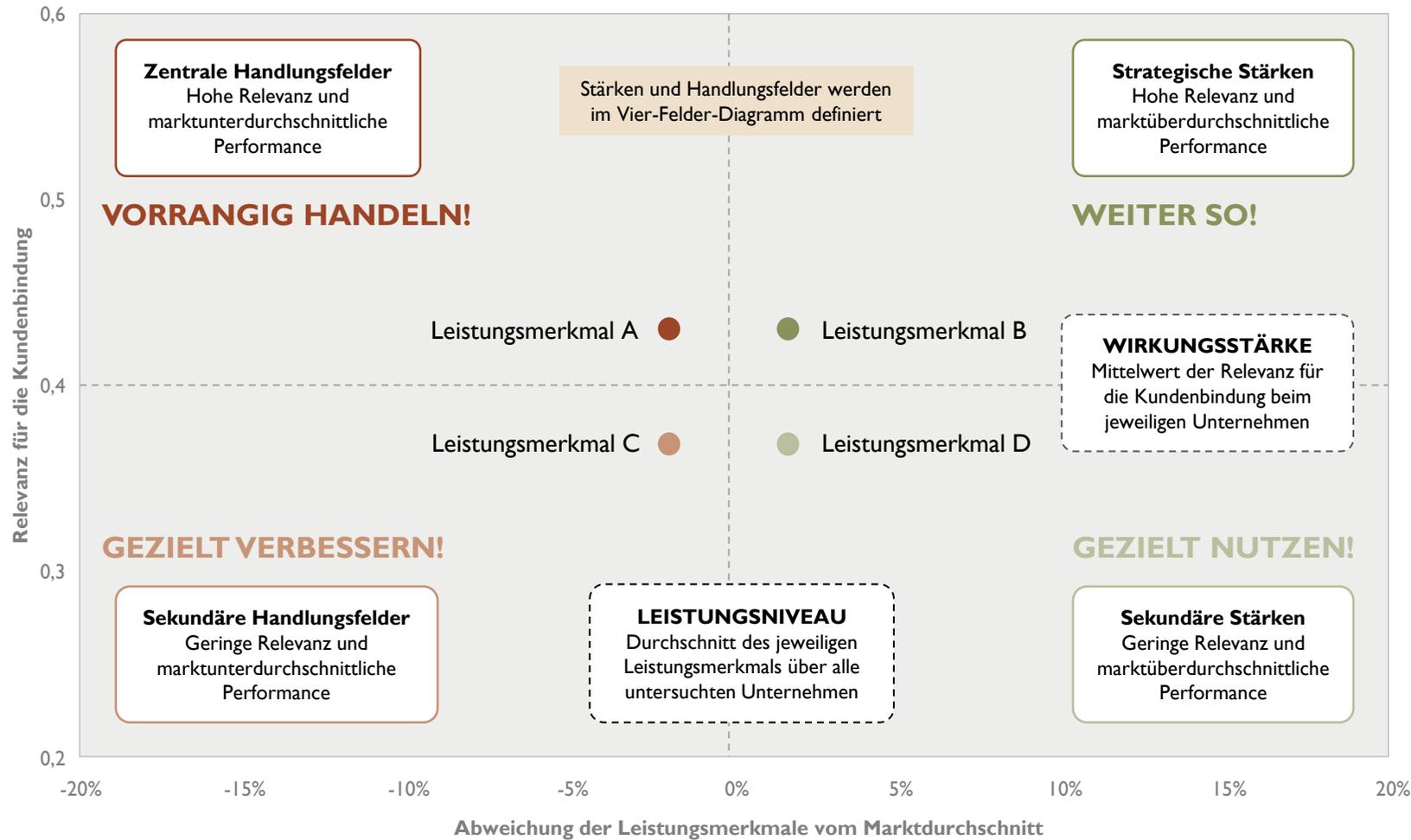
1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Leistungsprofile einzelner Anbieter

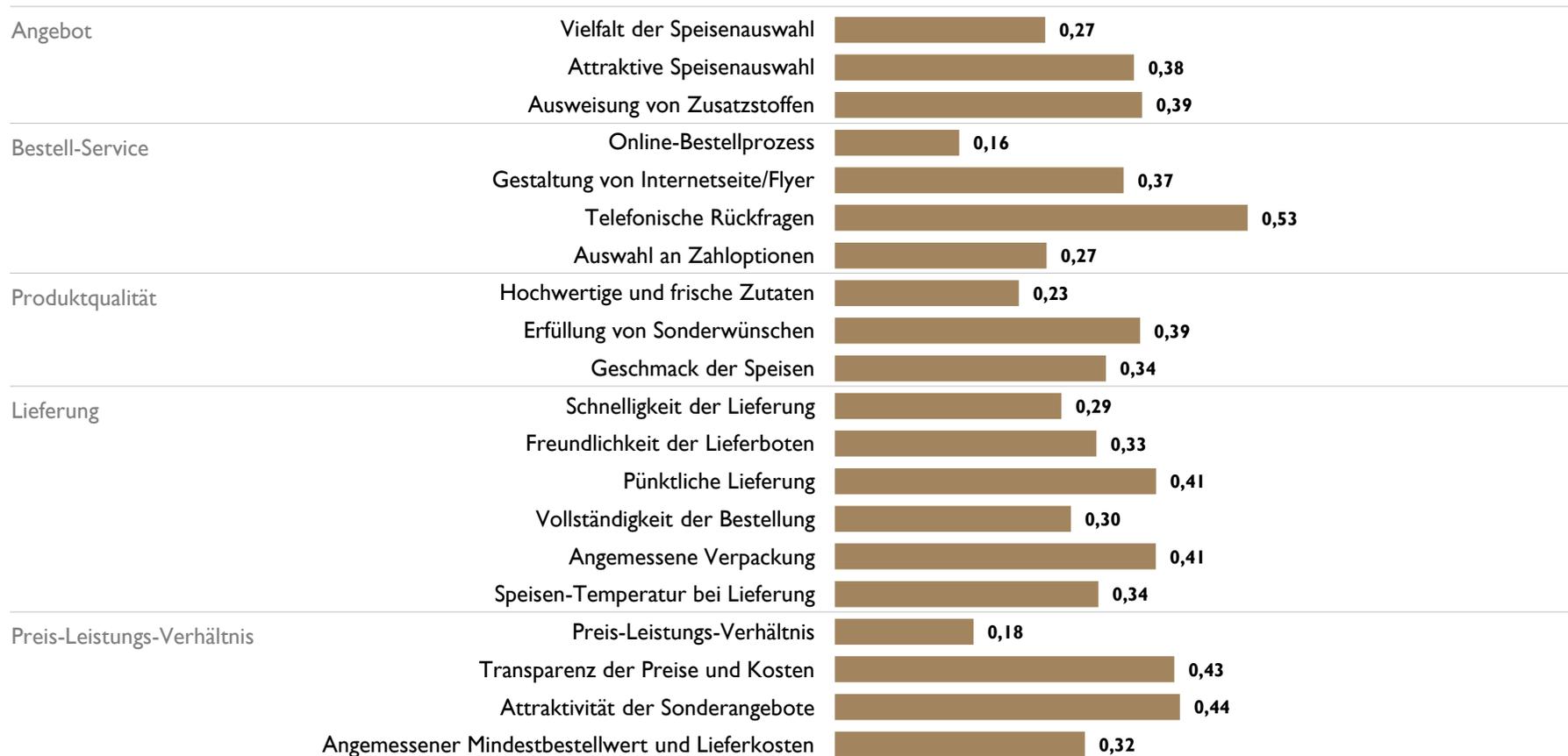
Auf den folgenden Seiten sind die Ergebnisse zu den einzelnen Unternehmen in alphabetischer Reihenfolge aufgeführt. Dargestellt werden dabei die folgenden Aspekte:

- **Kundenbindungstreiber:** Einfluss der Service- und Leistungsmerkmale auf die individuelle Kundenbindung (= Korrelationsanalyse)
- **Leistungsprofil:** Gestützte Kunden-Beurteilung der untersuchten Leistungen
- **Leistungsprofil im Marktvergleich:** Positionierung jedes Anbieters hinsichtlich der Service- und Leistungsattribute im Verhältnis zum Gesamtmarkt
- **Handlungs-Relevanz-Matrix:** Abweichungen der Beurteilungen vom Marktdurchschnitt, unter Berücksichtigung der Relevanz für die Kundenbindung

Lesebeispiel zur Handlungs-Relevanz-Matrix

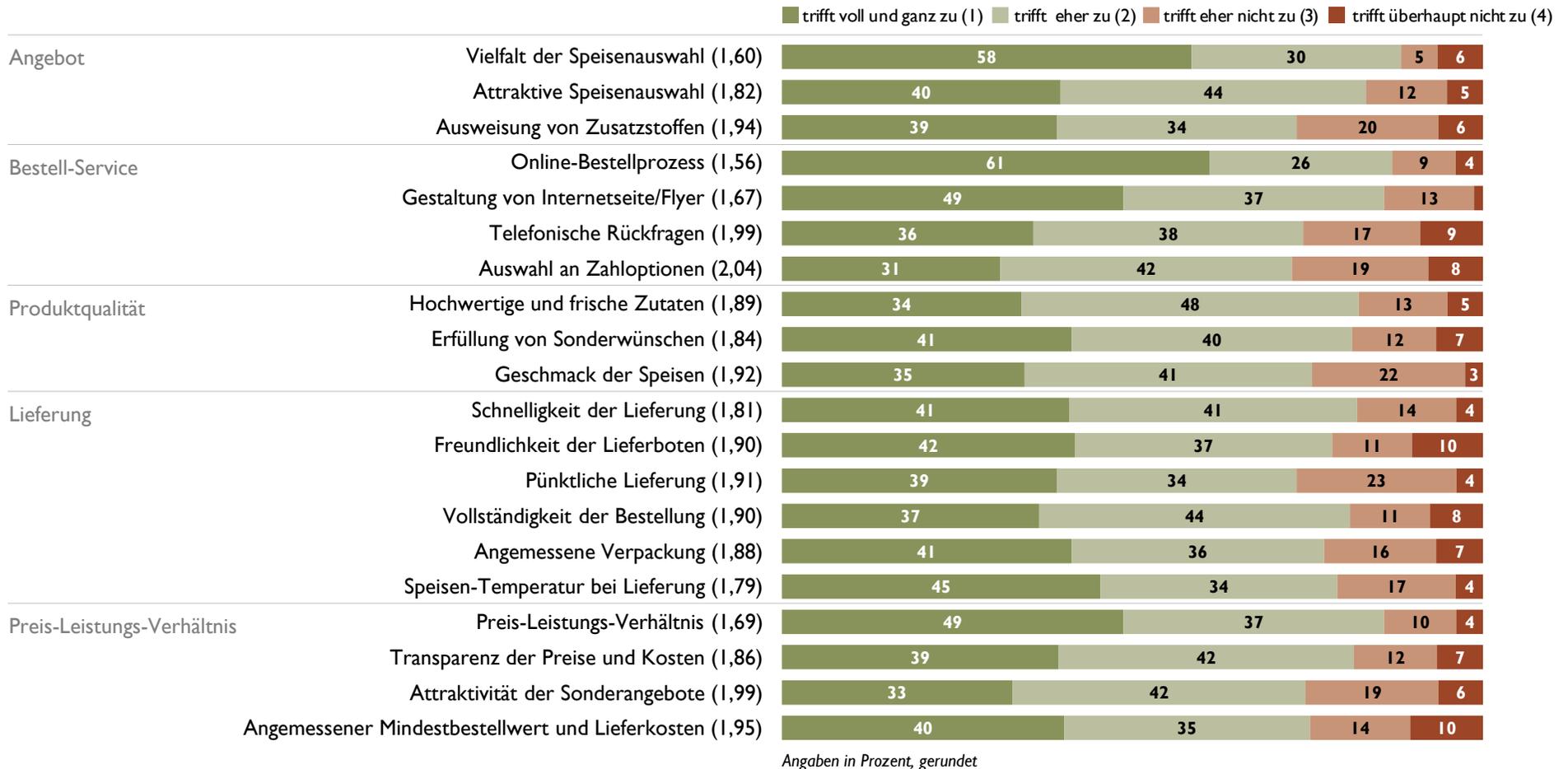


Kundenbindungstreiber – bringbutler.de



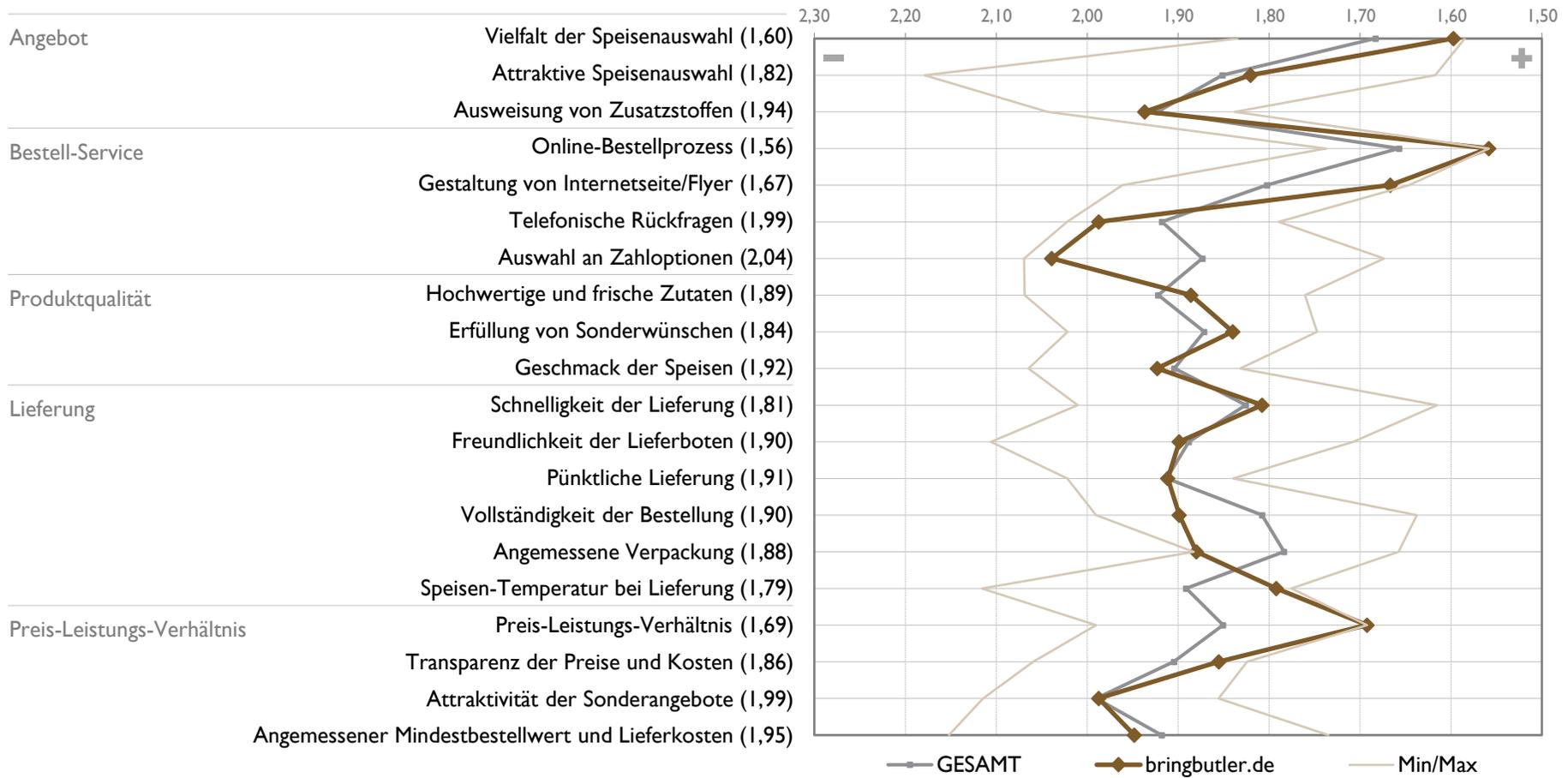
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – bringbutler.de



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf bringbutler.de zutreffen:

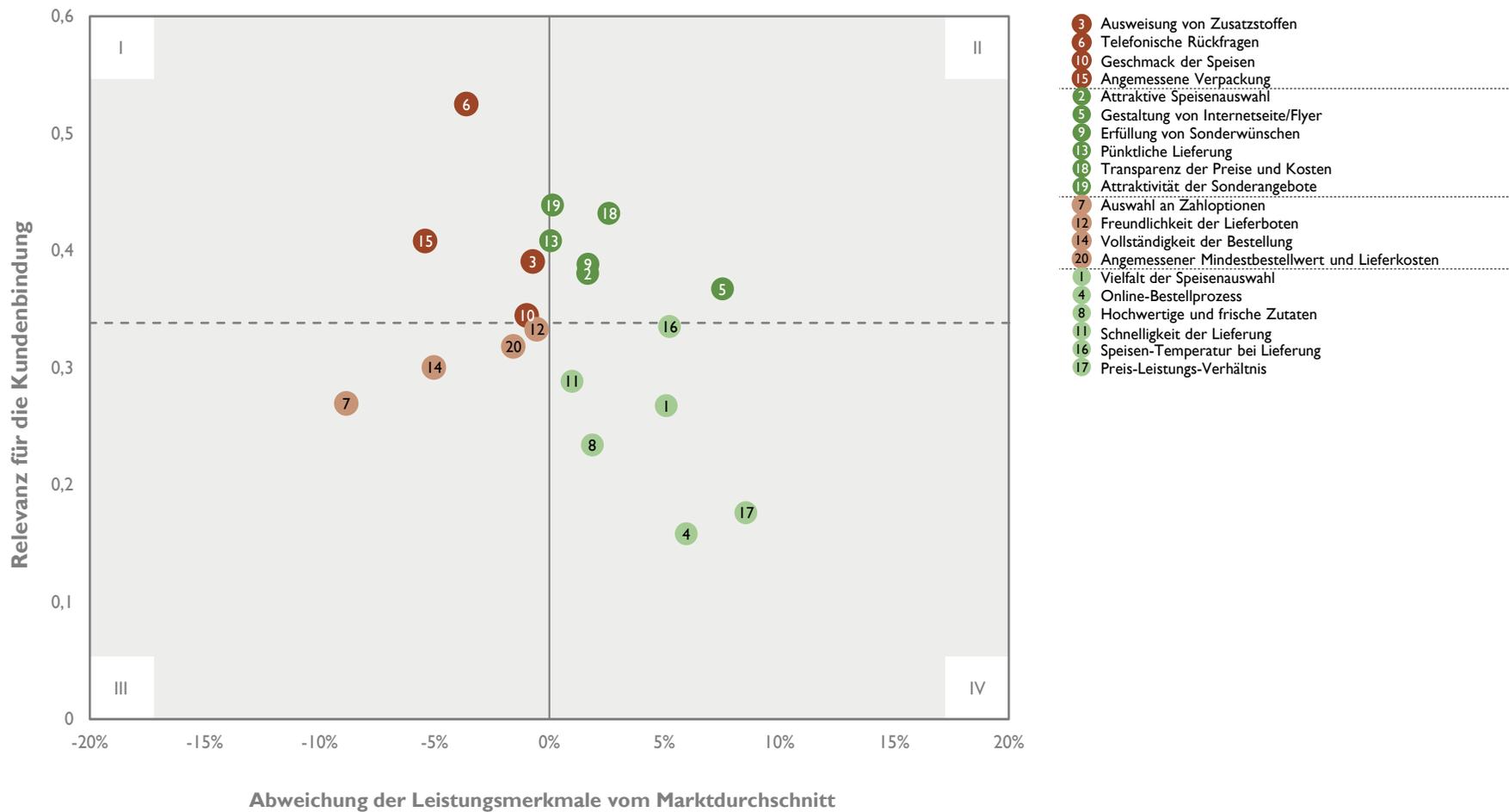
Leistungsprofil im Marktvergleich – bringbutler.de



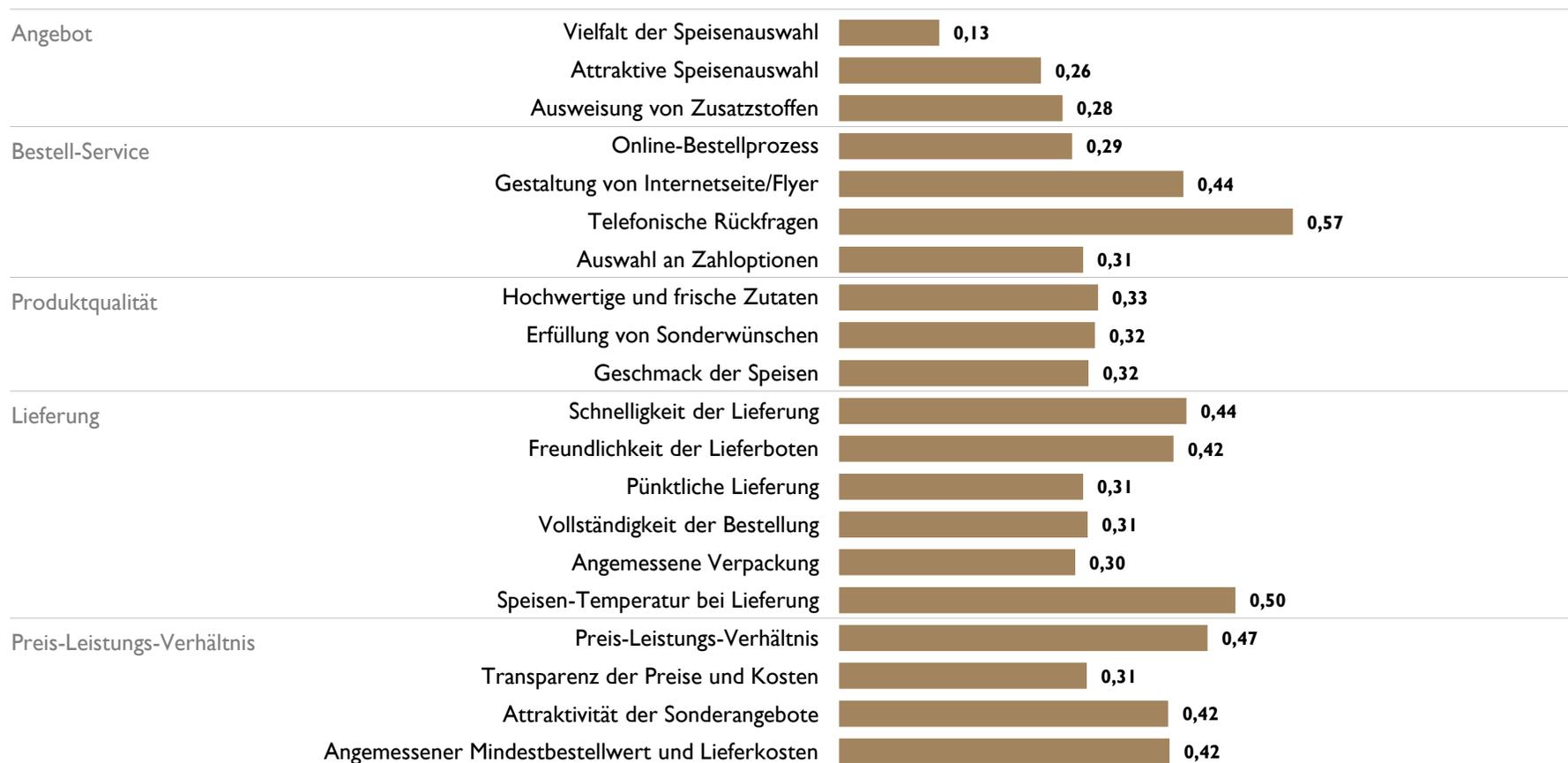
Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf bringbutler.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – bringbutler.de

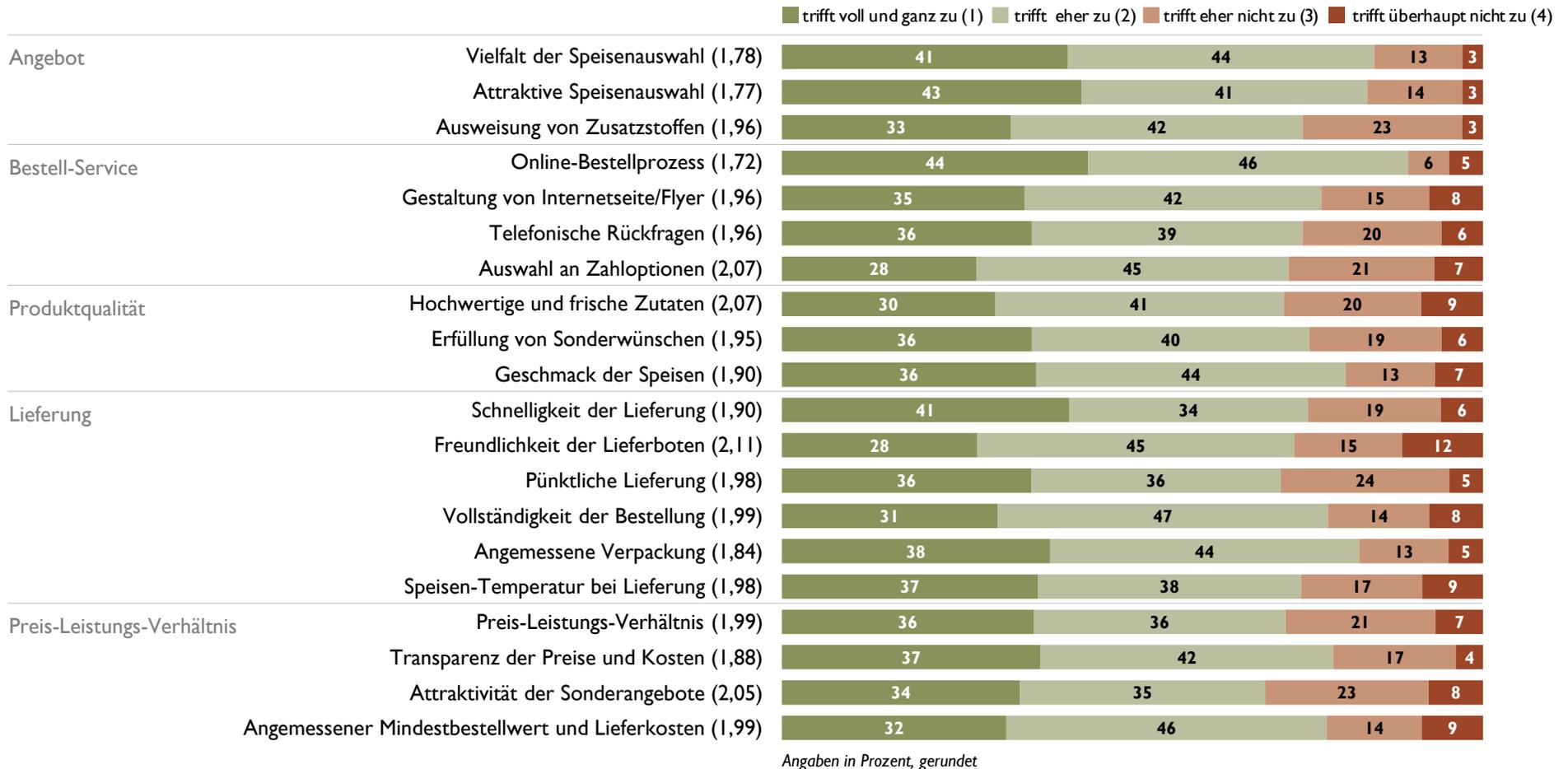


Kundenbindungstreiber – deliver24.de



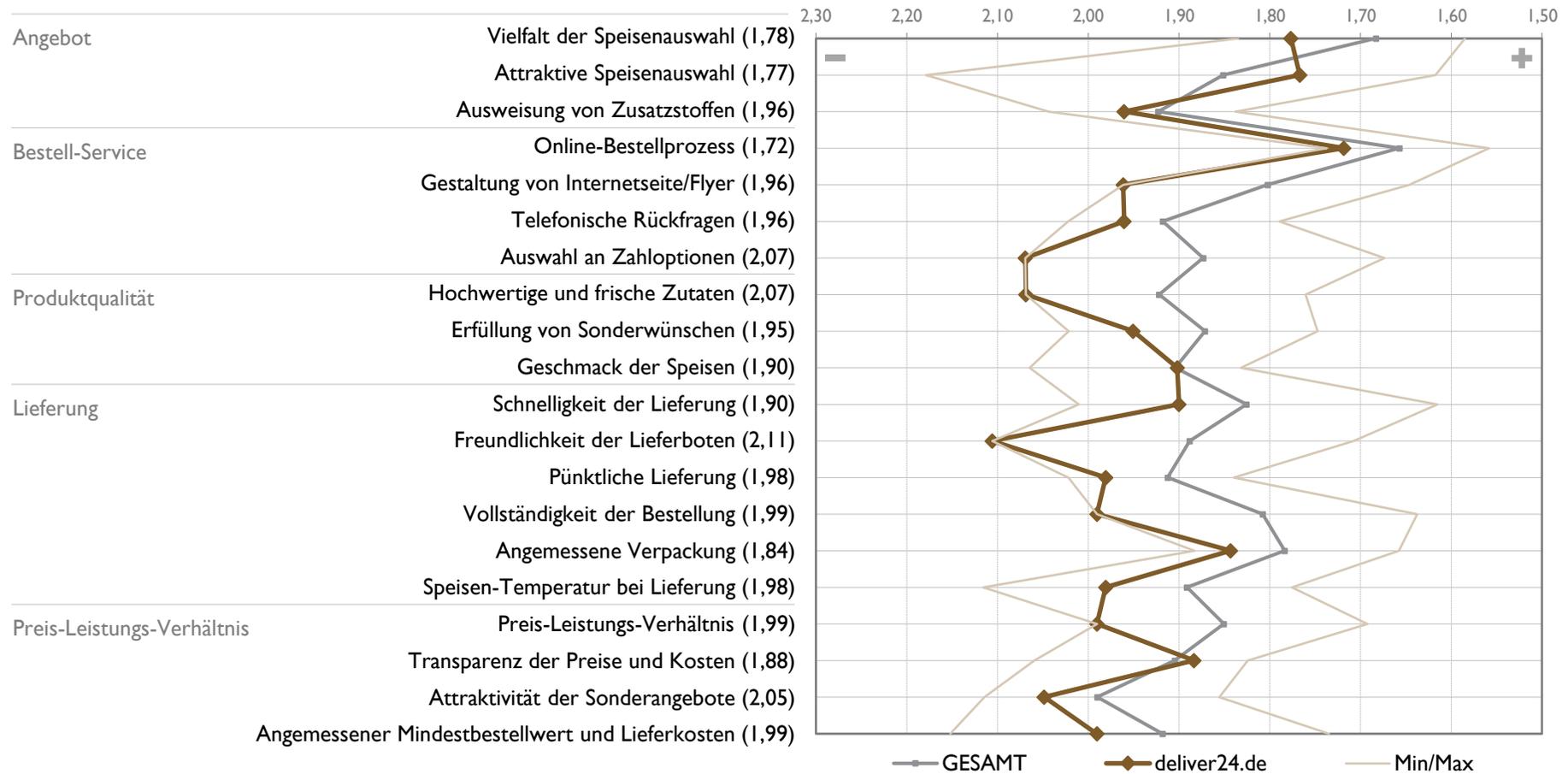
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – deliver24.de



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf deliver24.de zutreffen:

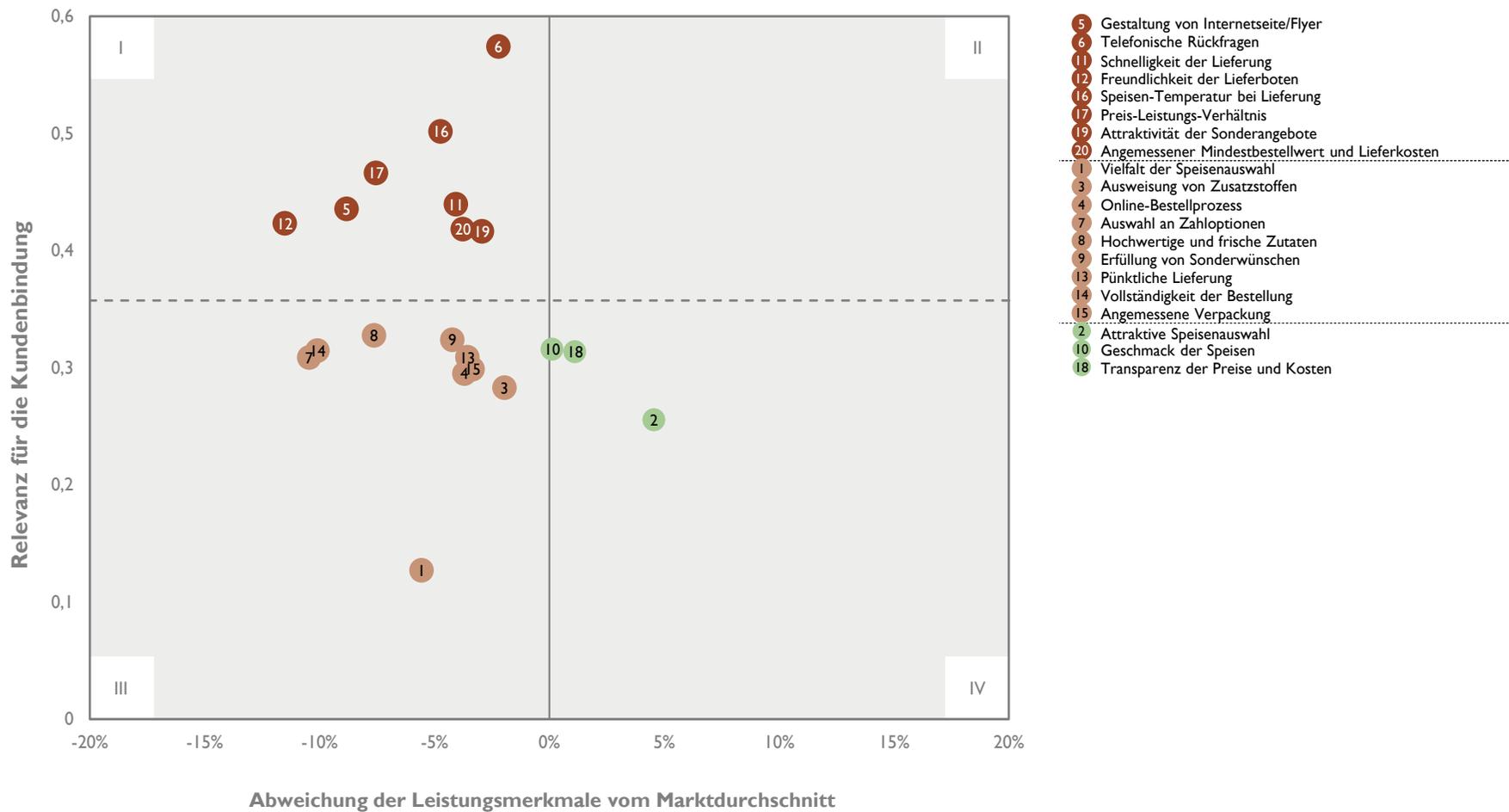
Leistungsprofil im Marktvergleich – deliver24.de



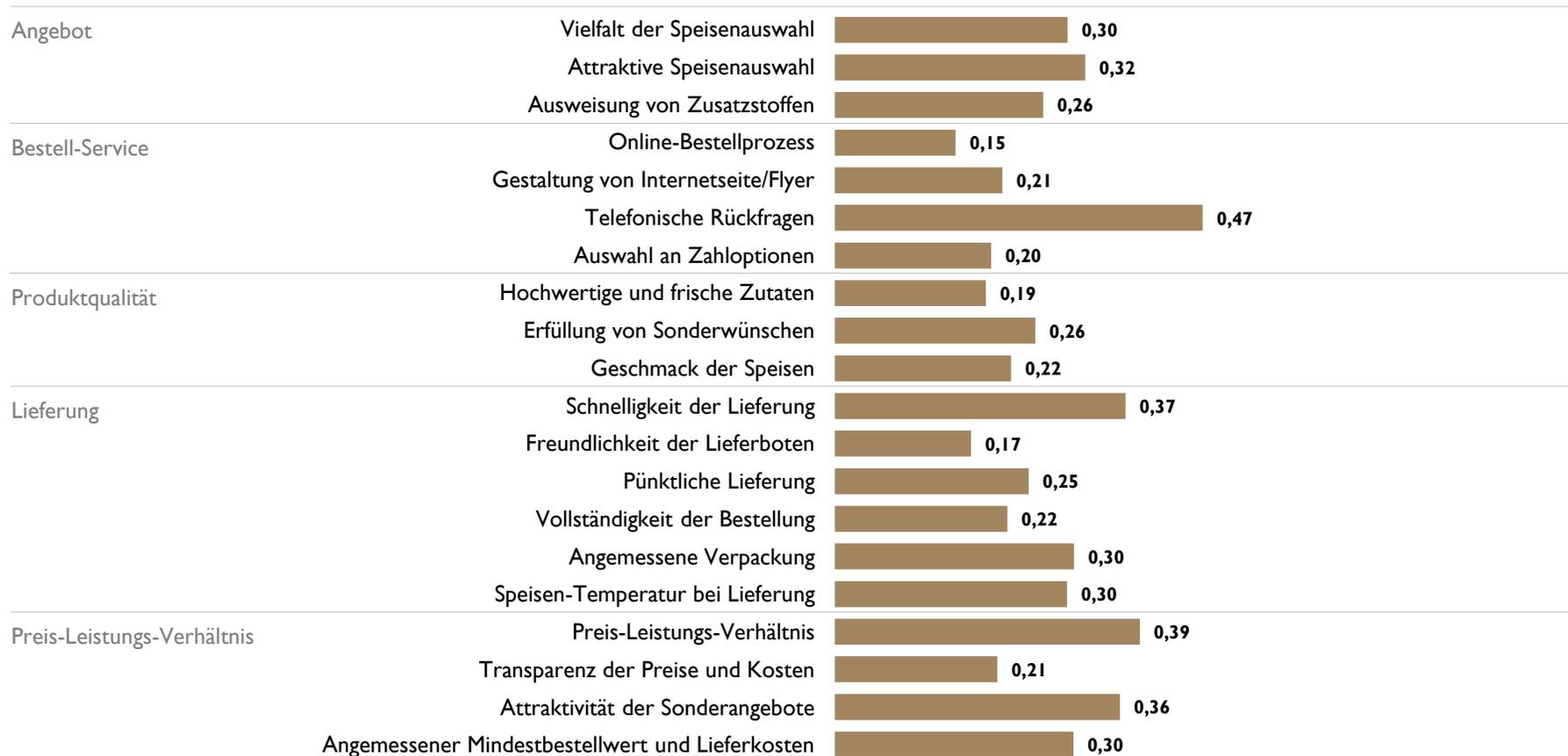
Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf deliver24.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – deliver24.de

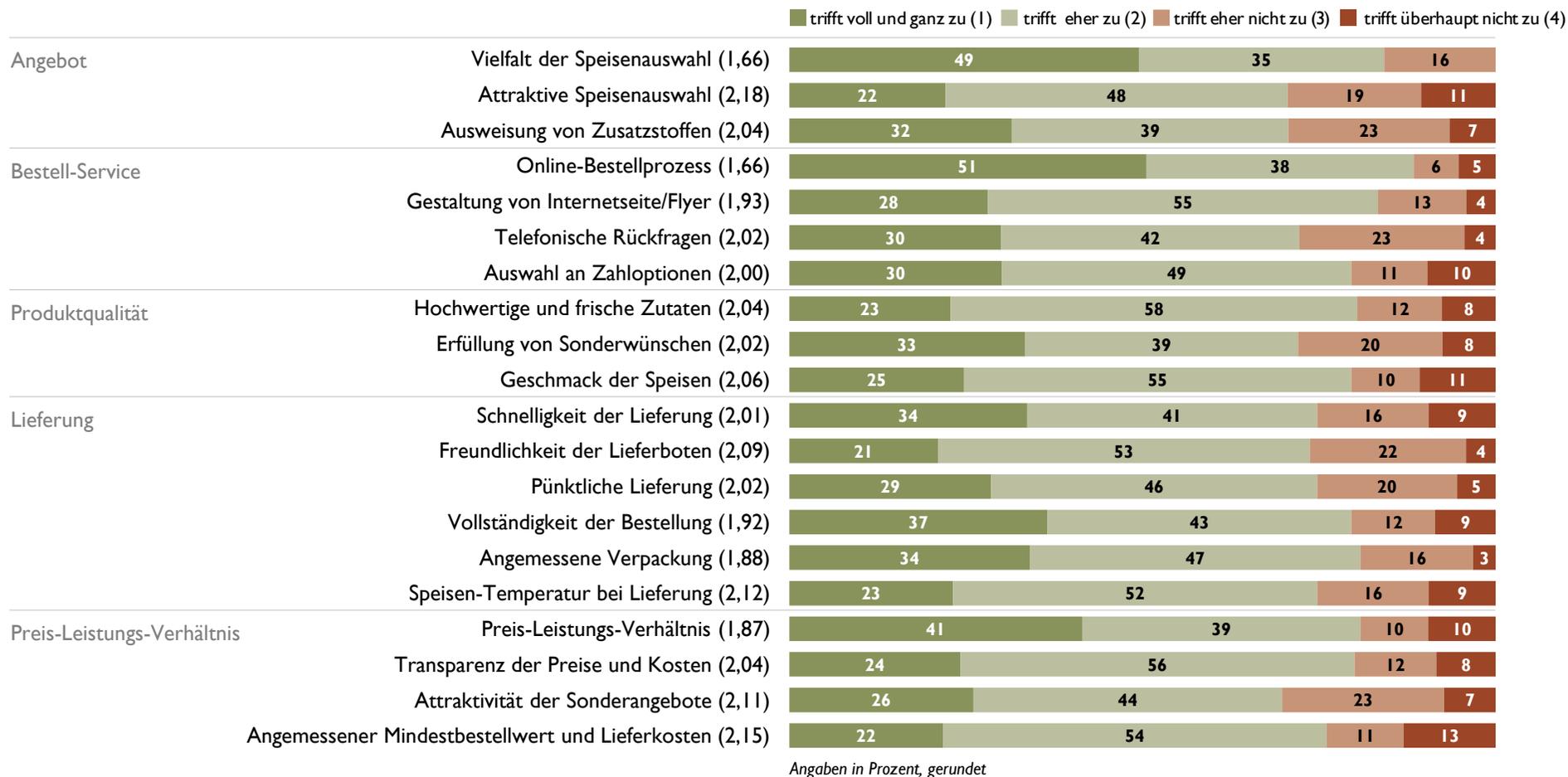


Kundenbindungstreiber – liefer.de



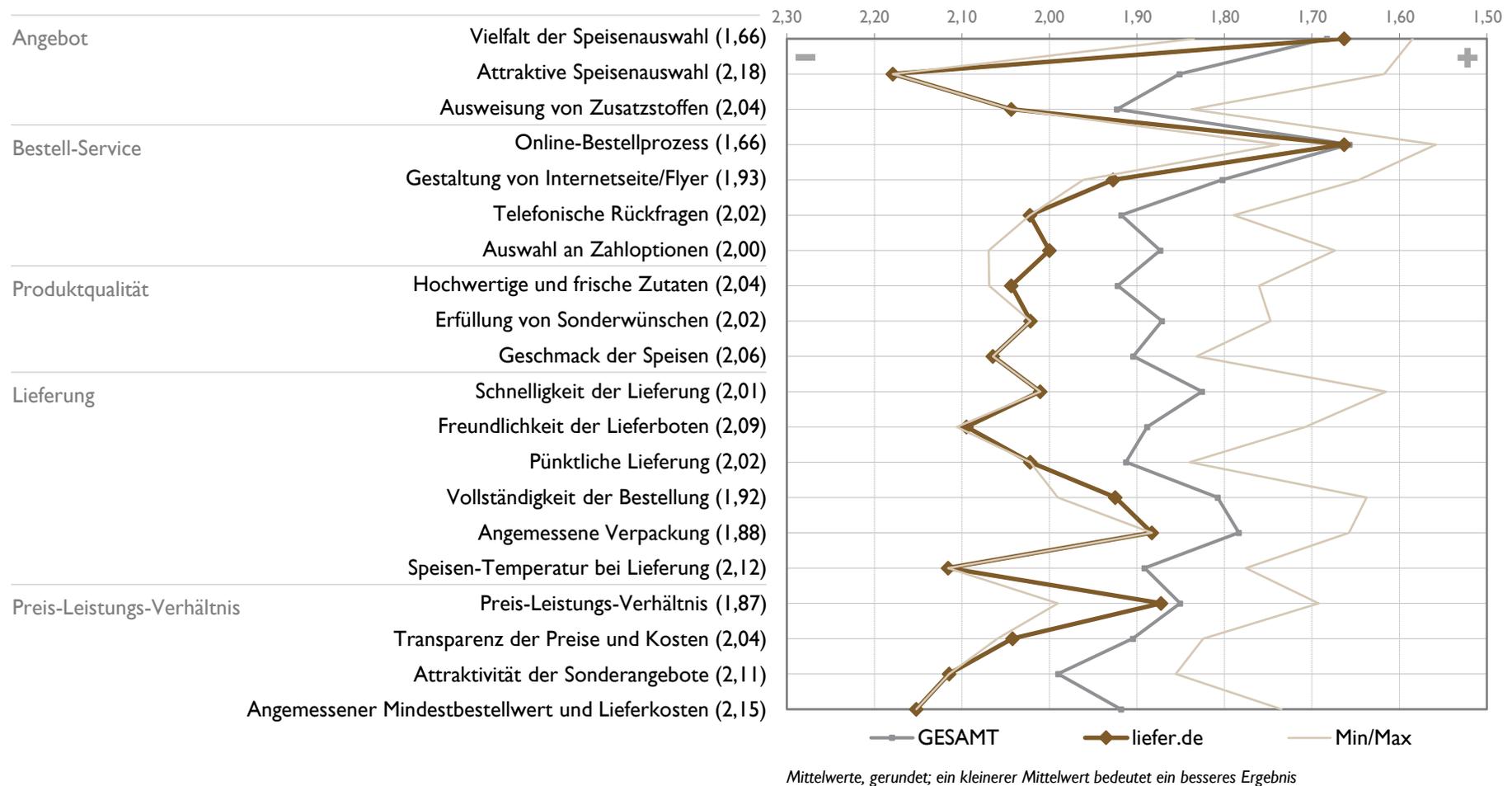
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – liefer.de



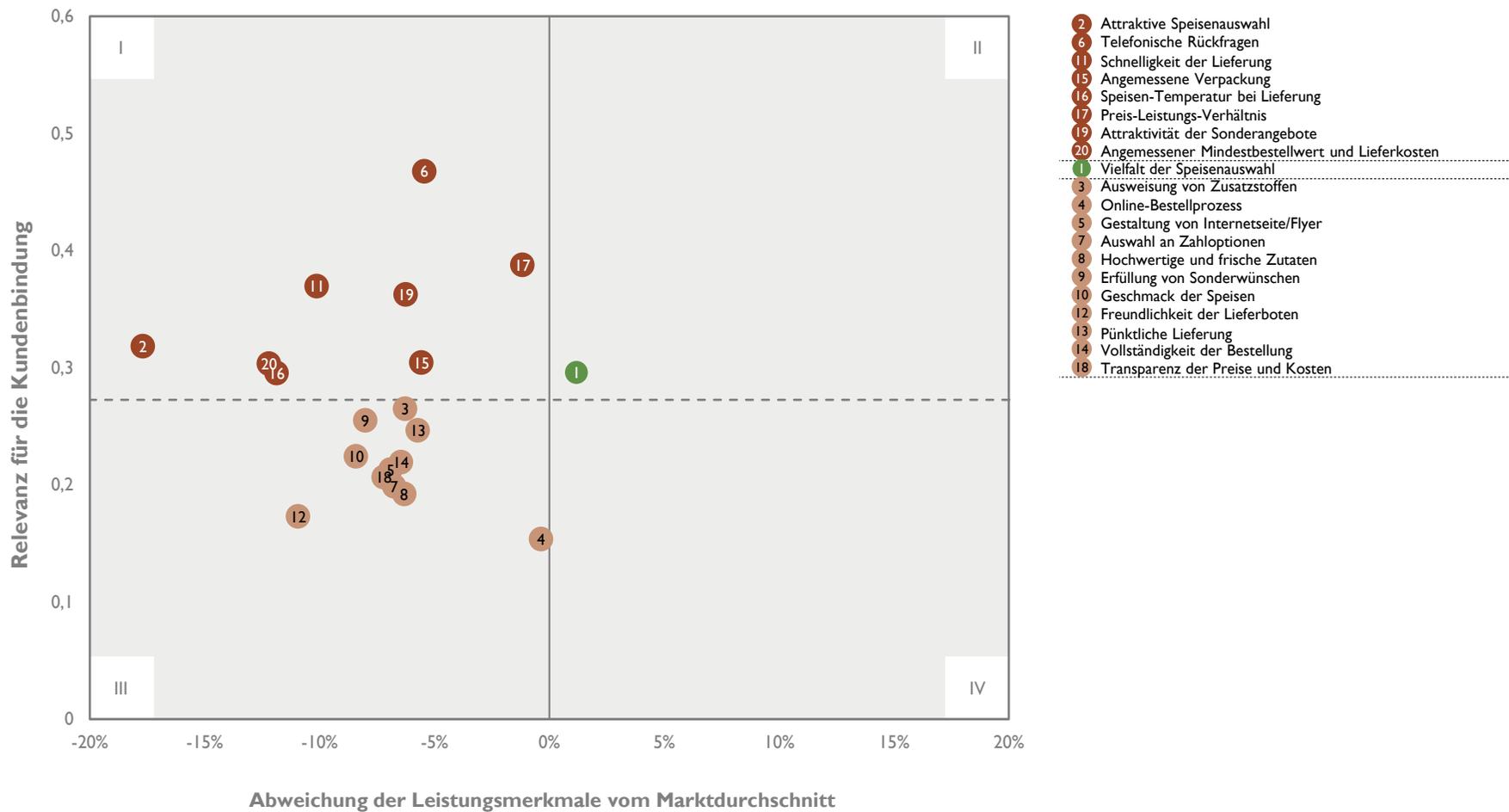
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf liefer.de zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – liefer.de

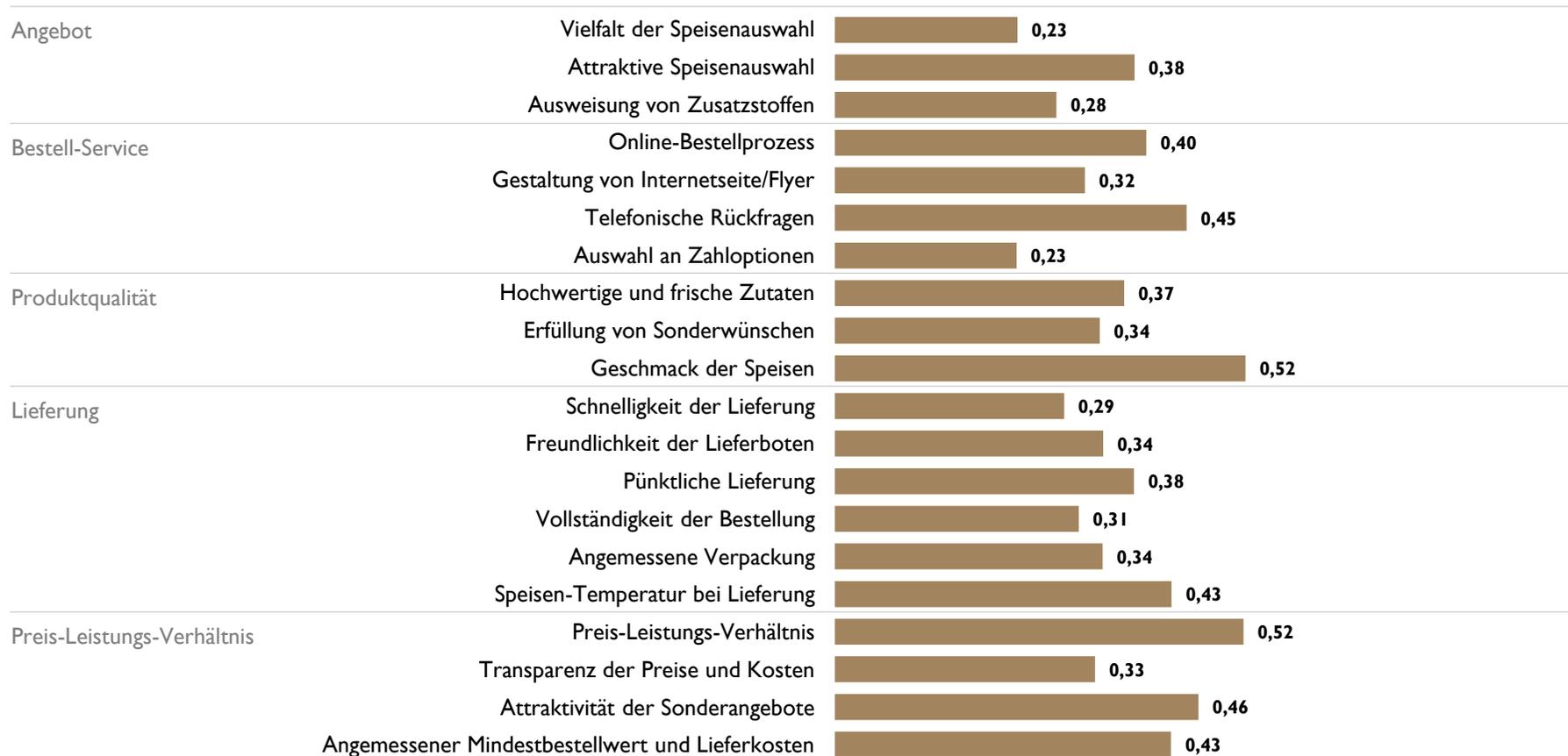


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf liefer.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – liefer.de



Kundenbindungstreiber – lieferando.de



Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

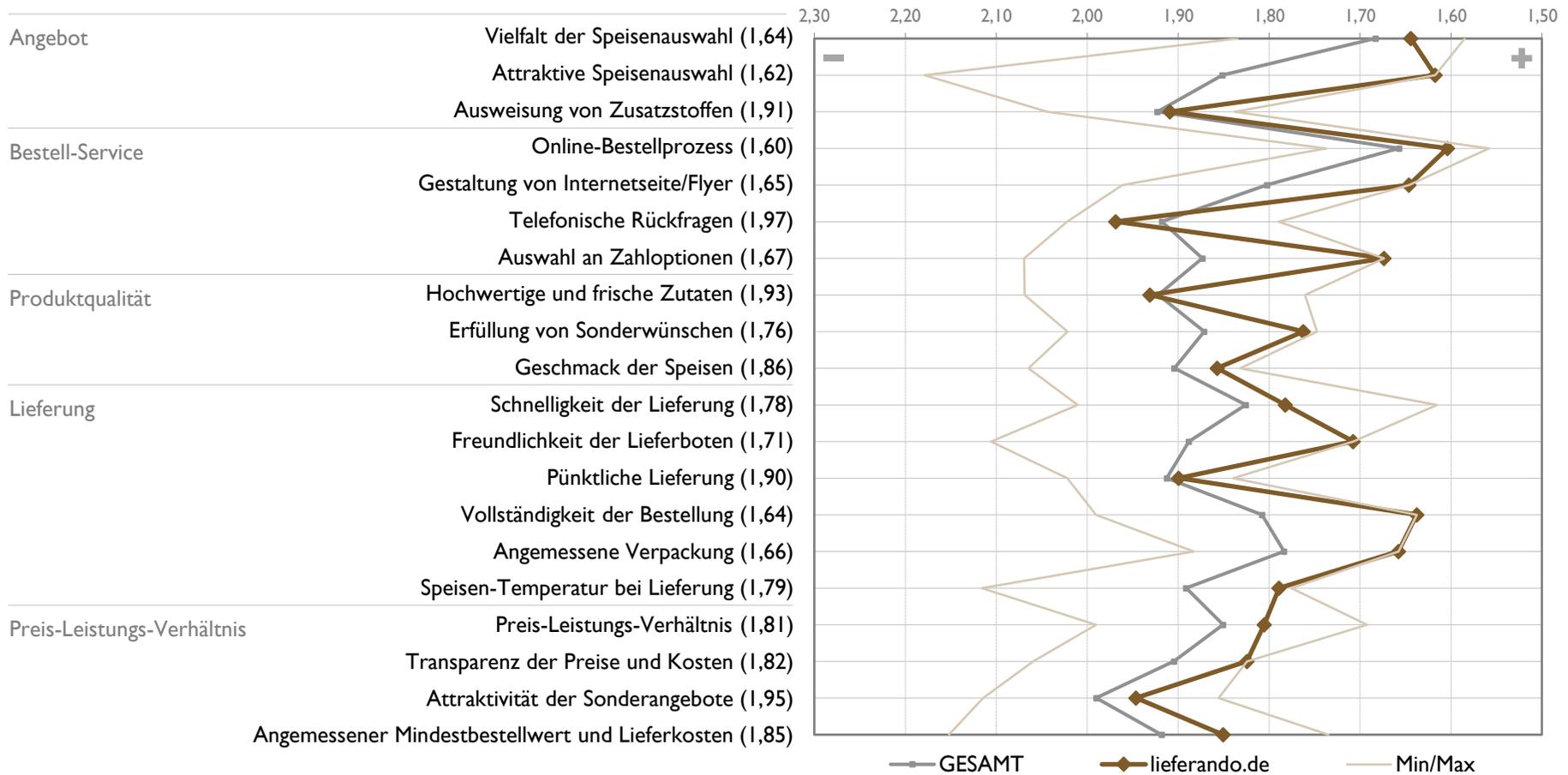
Leistungsprofil – lieferando.de



Angaben in Prozent, gerundet

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf lieferando.de zutreffen:

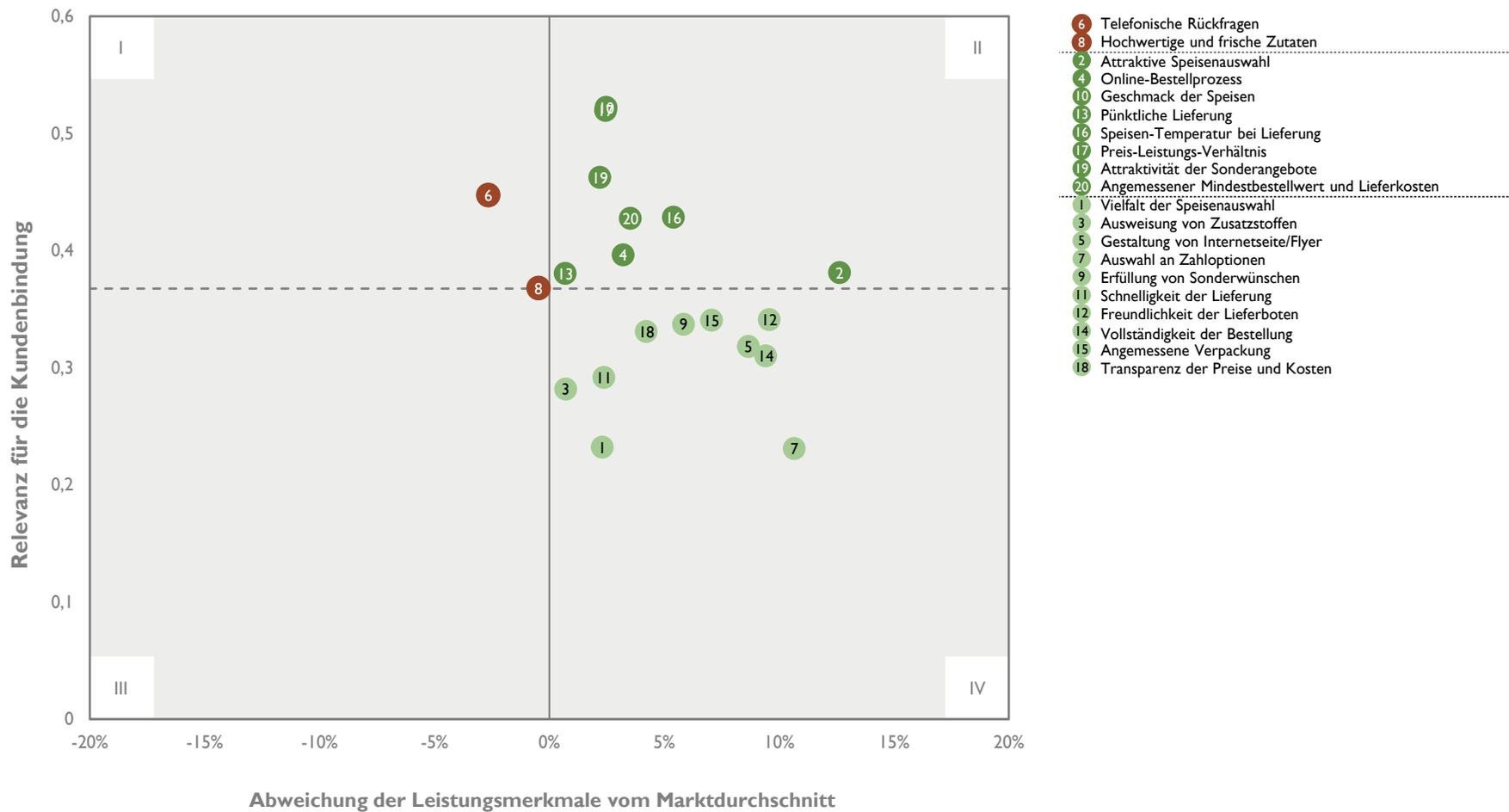
Leistungsprofil im Marktvergleich – lieferando.de



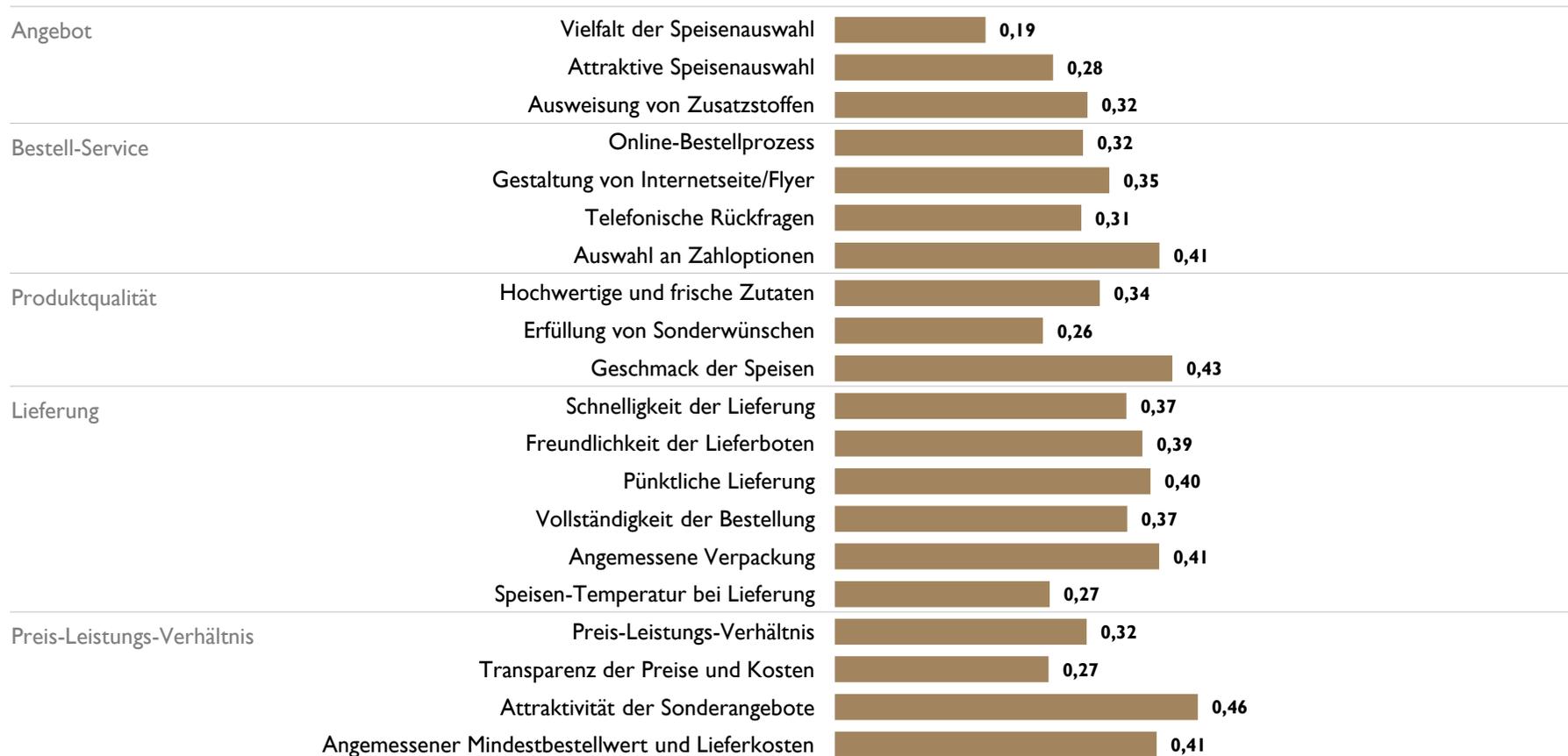
Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf lieferando.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – lieferando.de

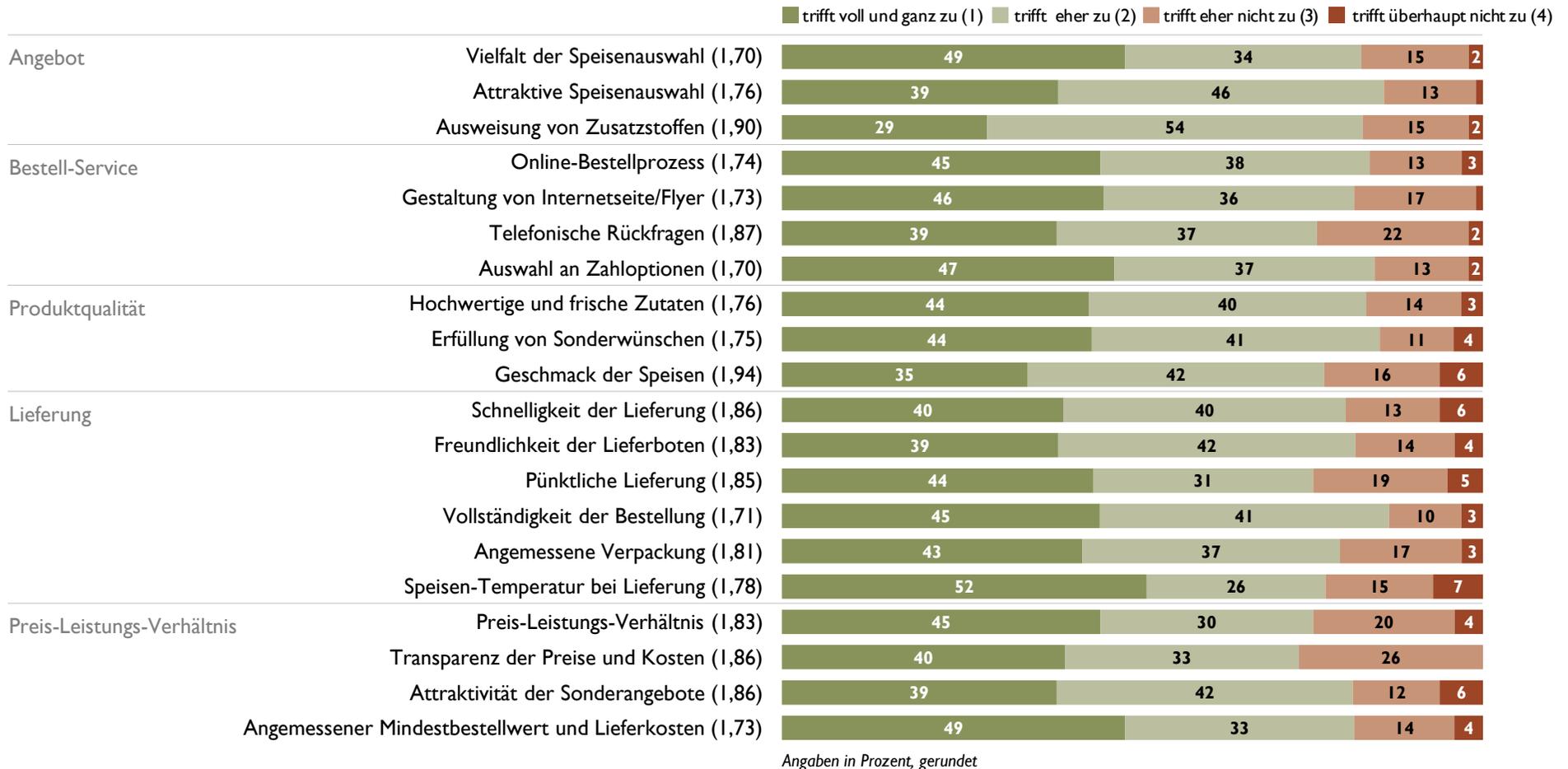


Kundenbindungstreiber – online-pizza.de



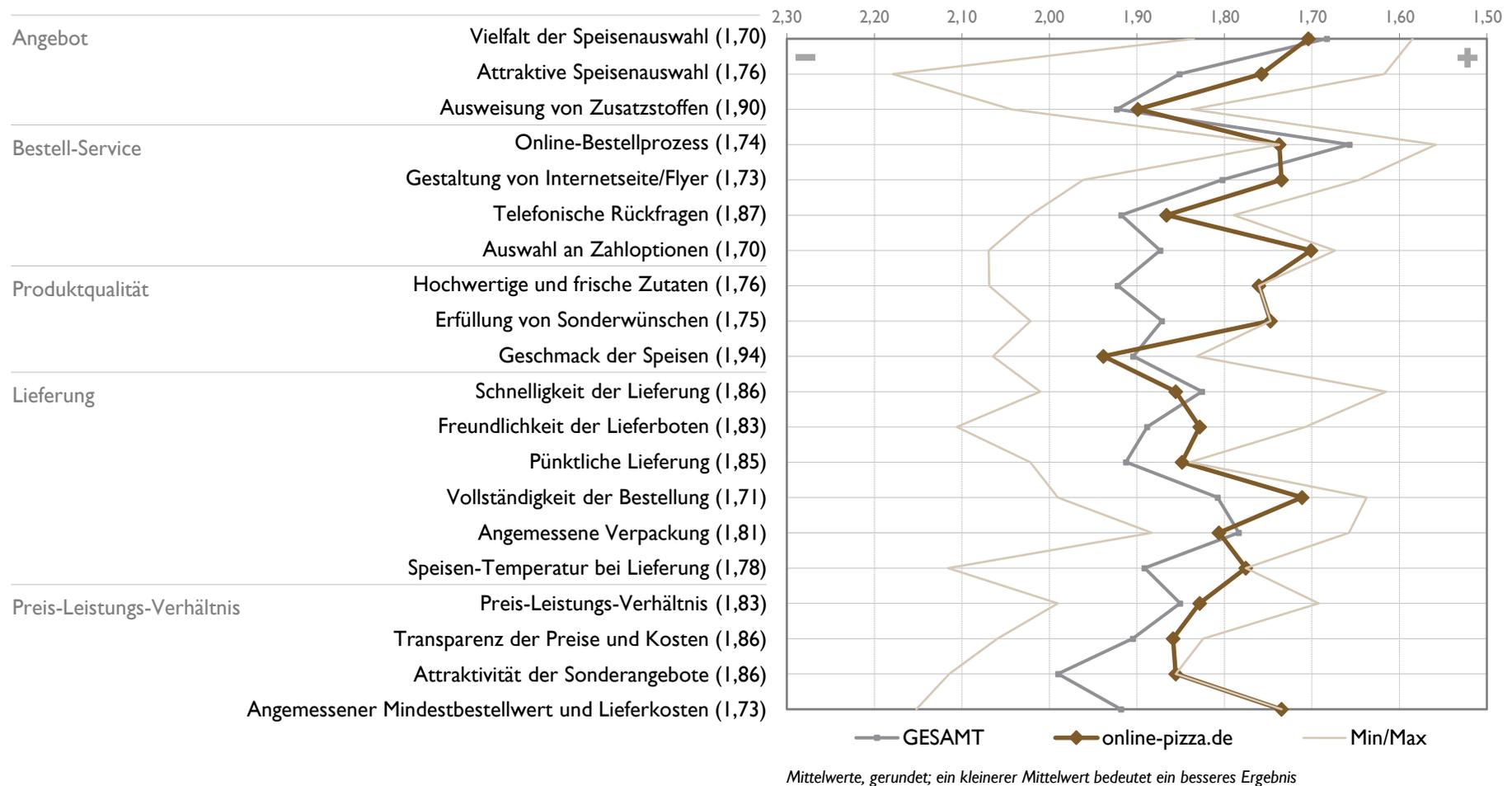
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – online-pizza.de



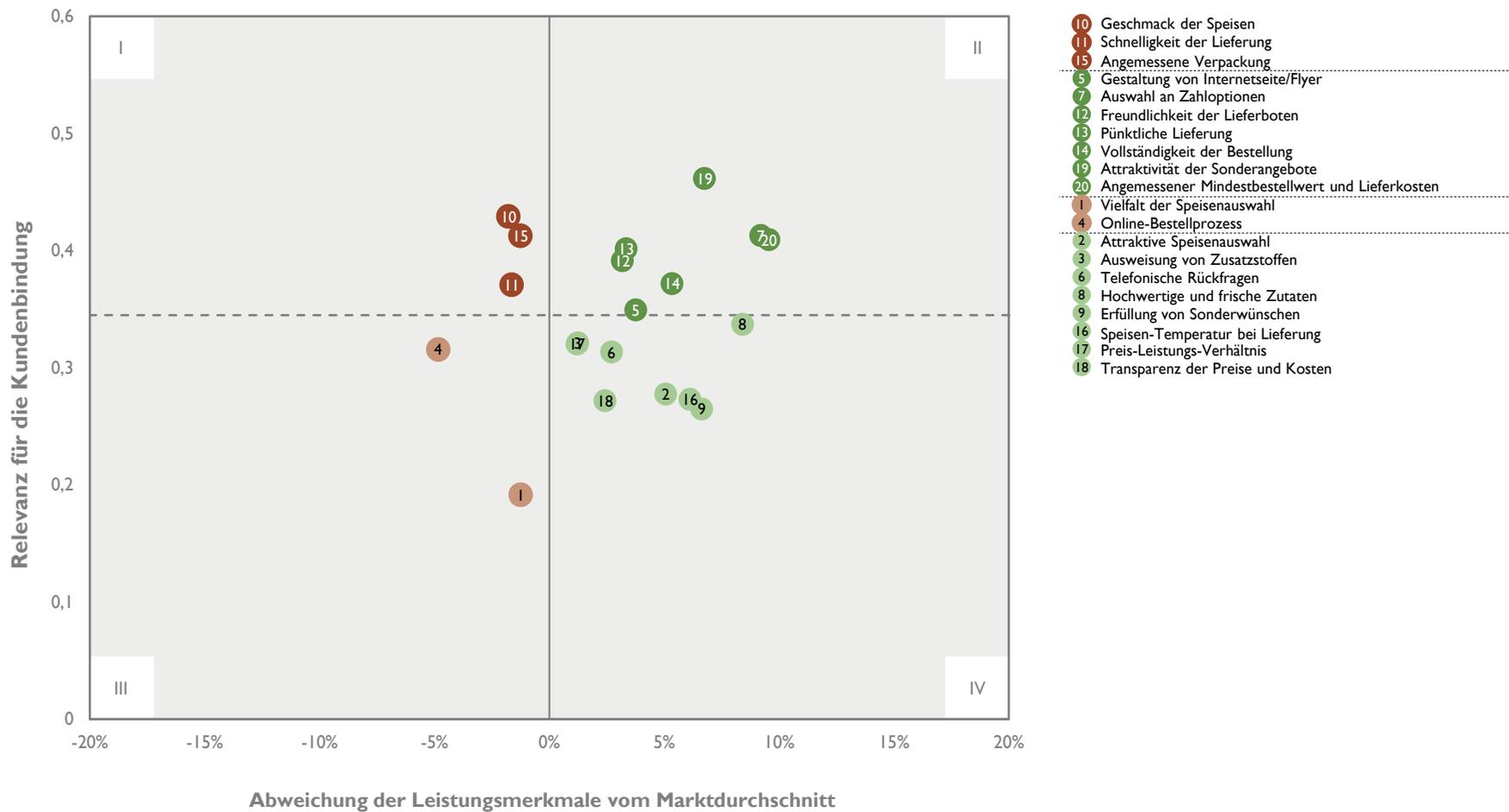
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf online-pizza.de zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – online-pizza.de

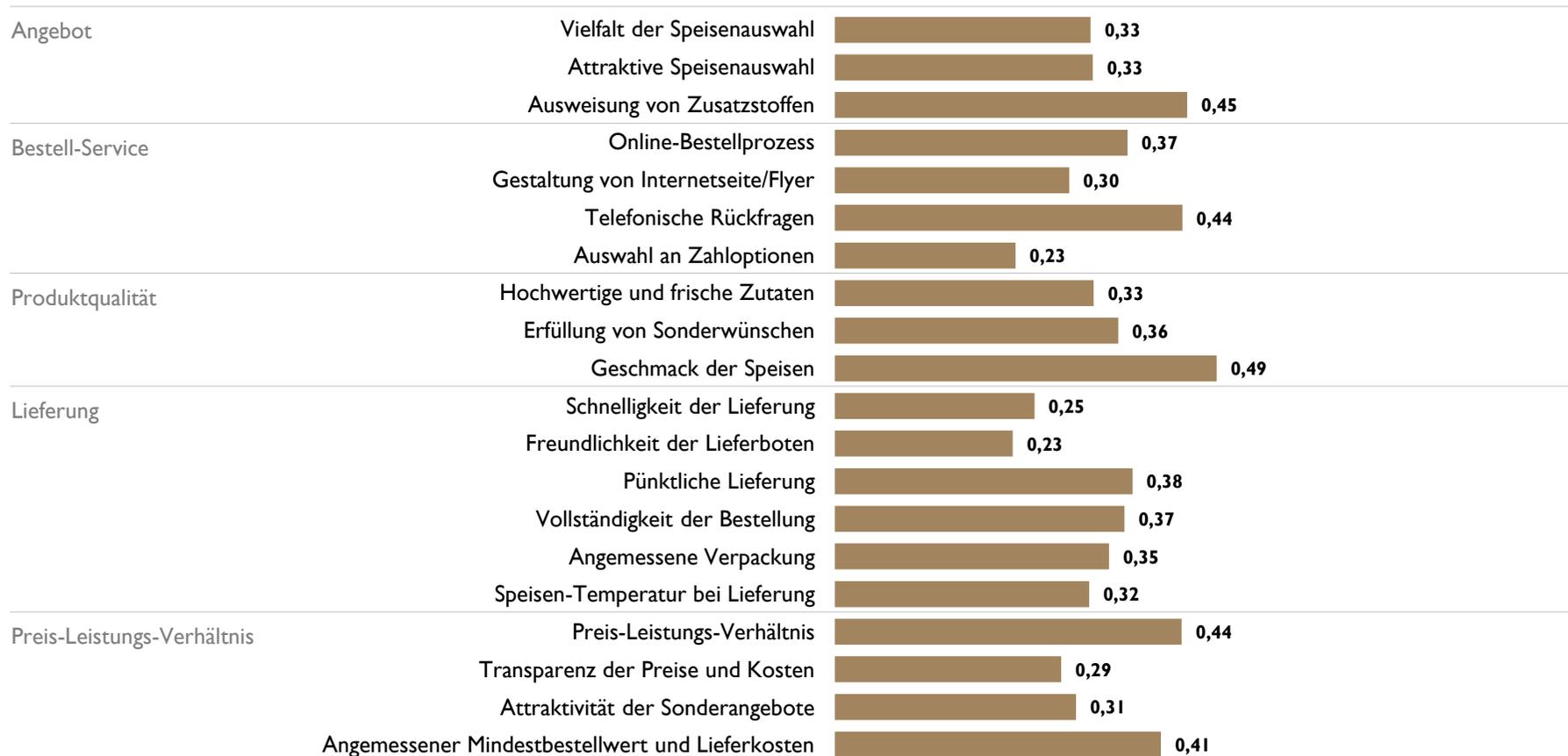


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf online-pizza.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – online-pizza.de

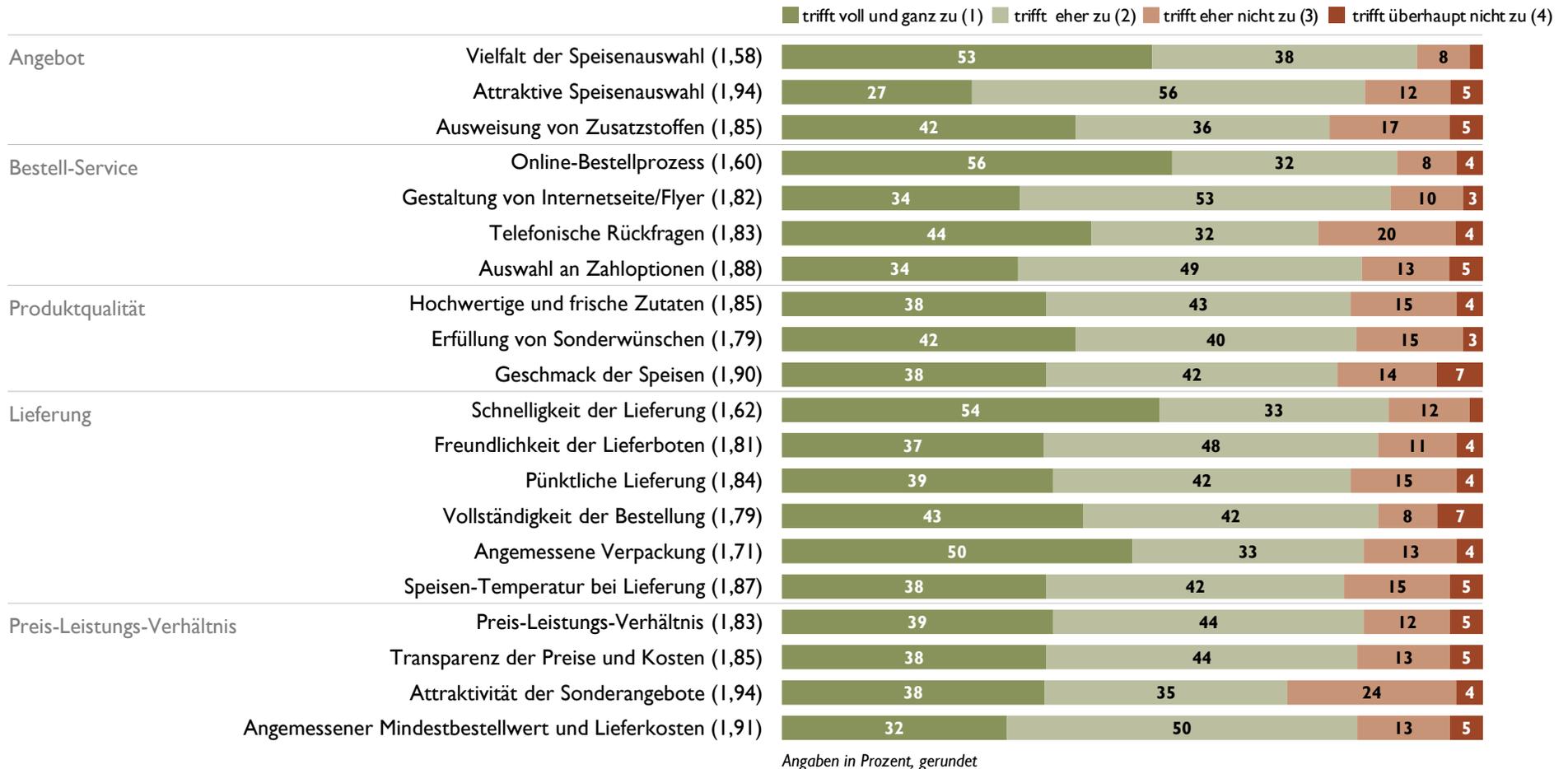


Kundenbindungstreiber – pizzaboy.de



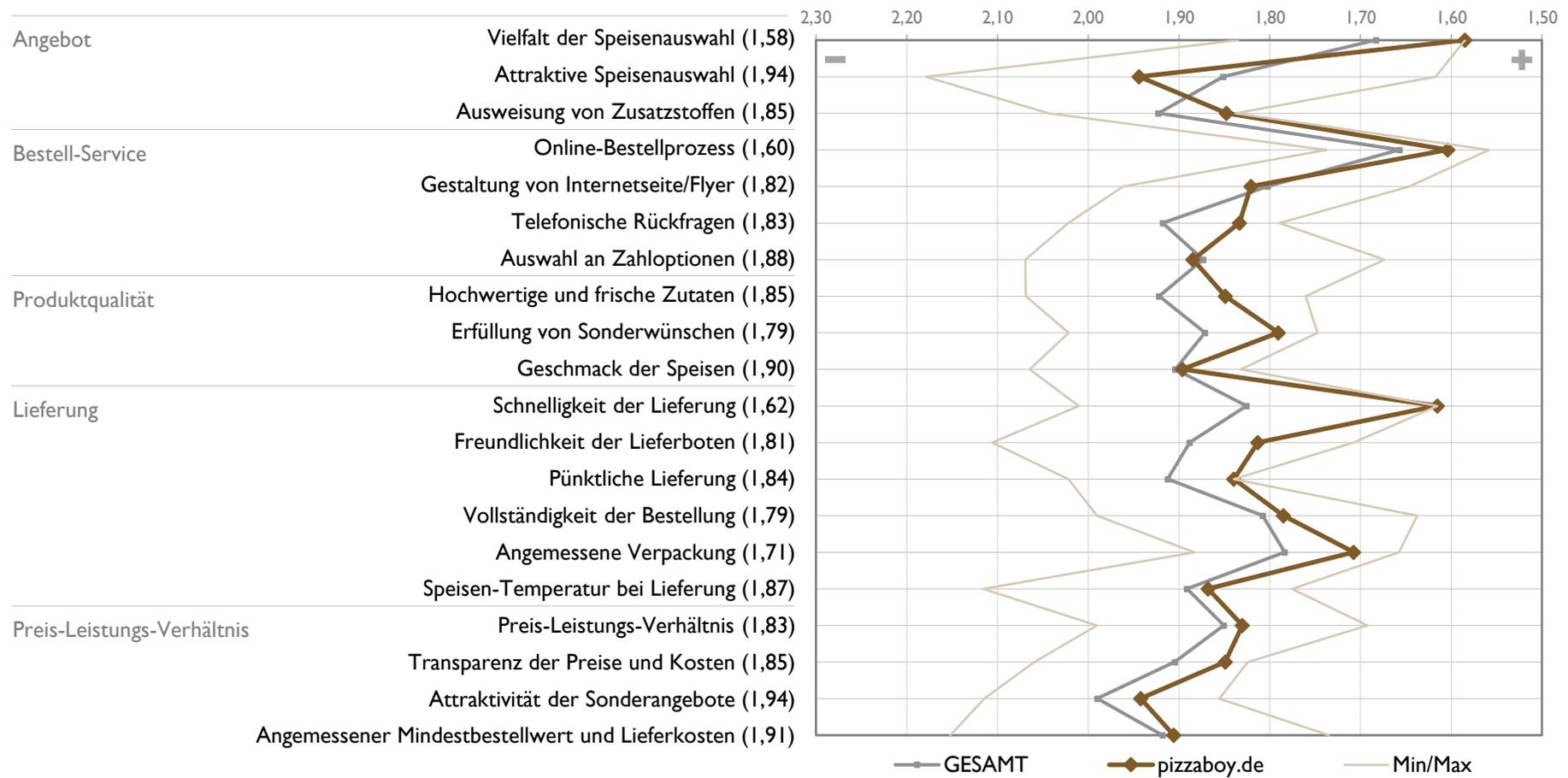
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – pizzaboy.de



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizzaboy.de zutreffen:

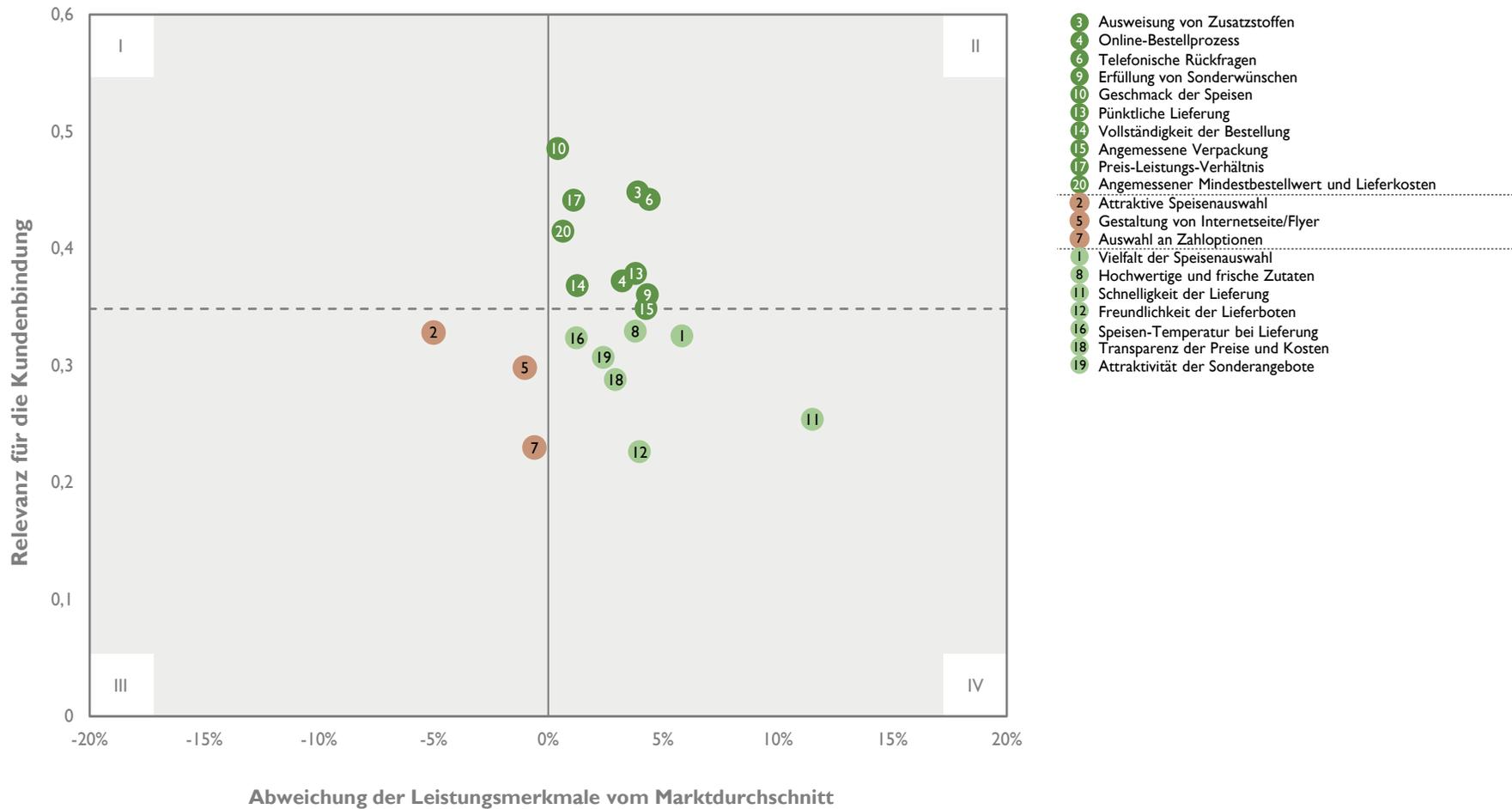
Leistungsprofil im Marktvergleich – pizzaboy.de



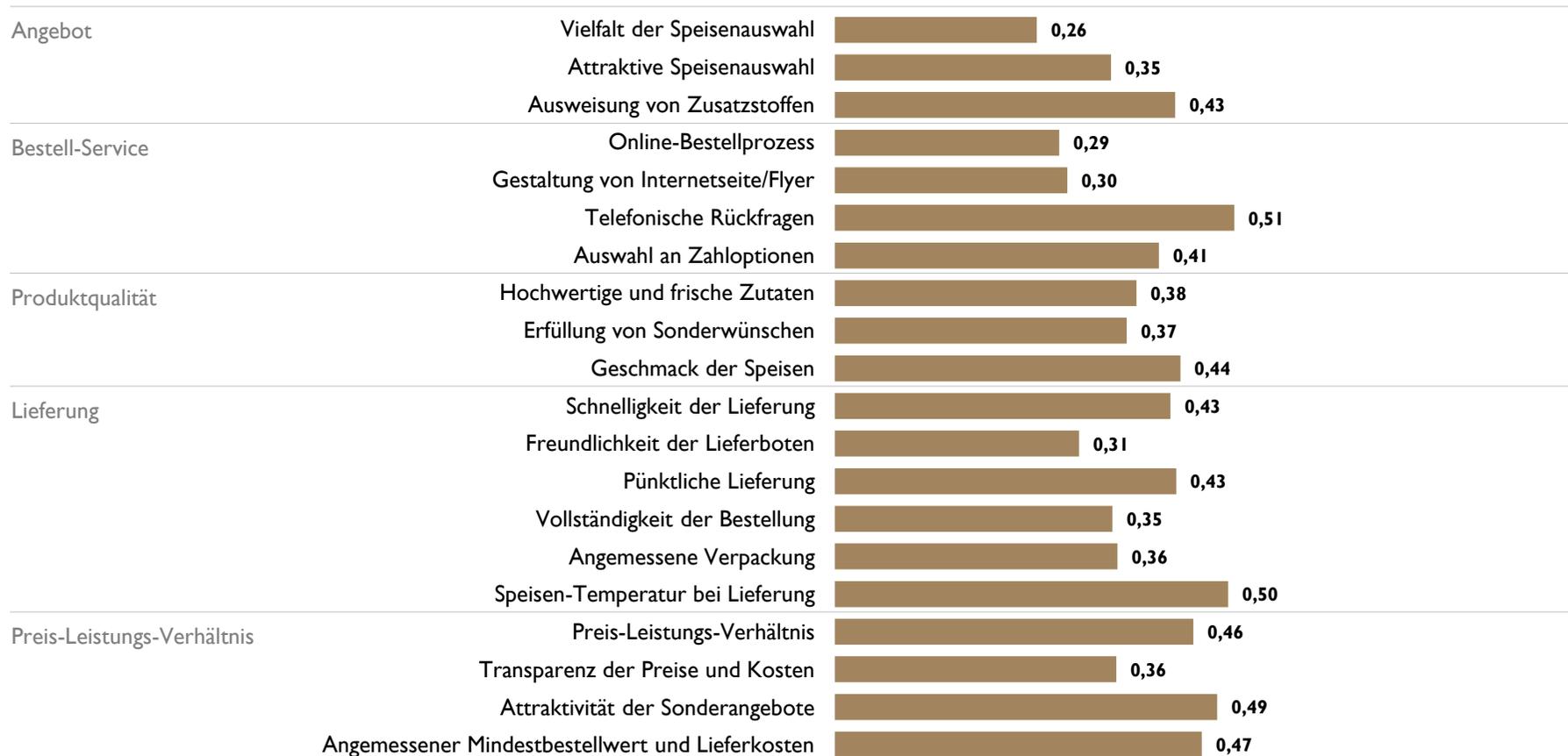
Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizzaboy.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – pizzaboy.de

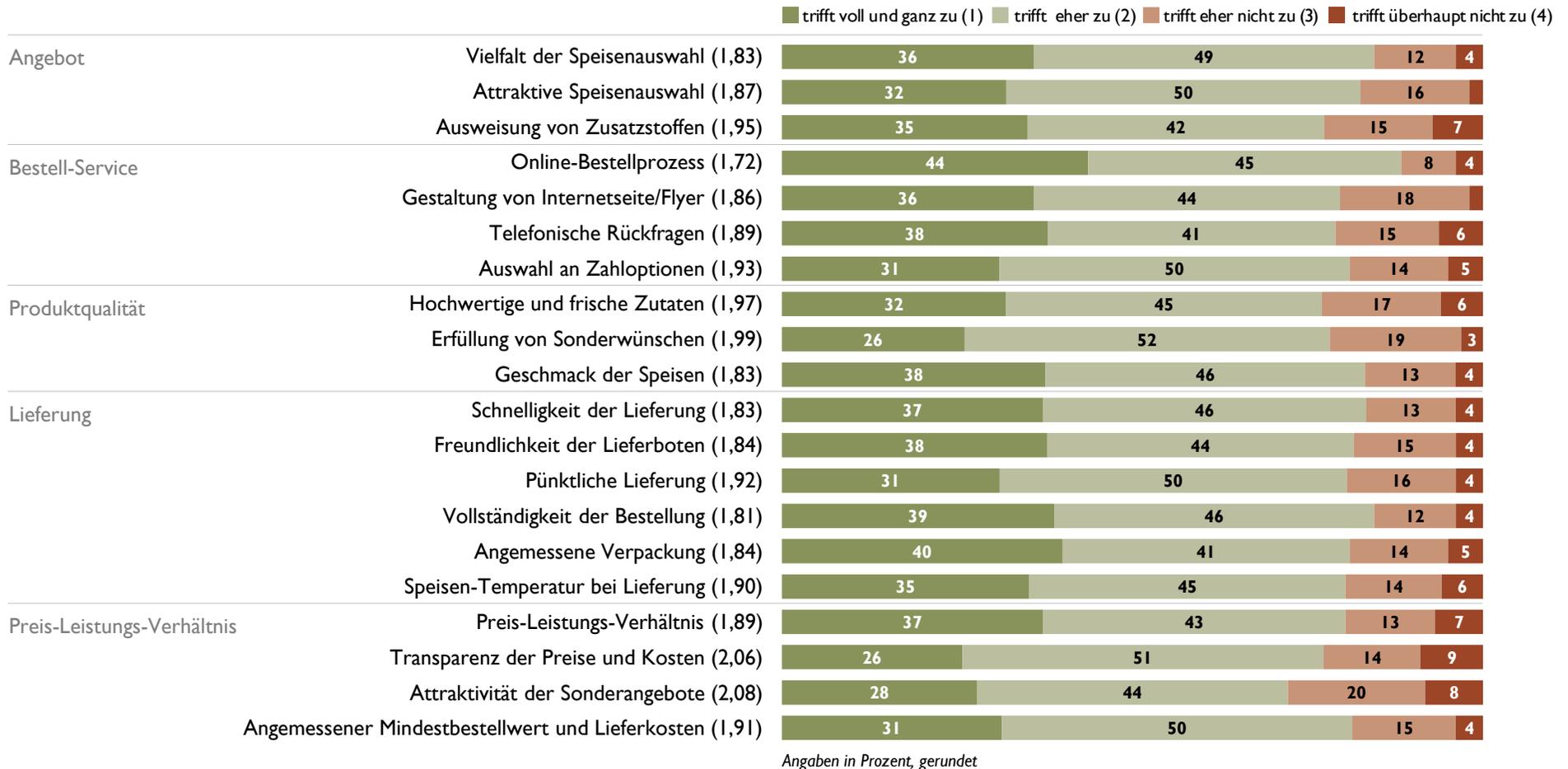


Kundenbindungstreiber – pizza-taxi.de



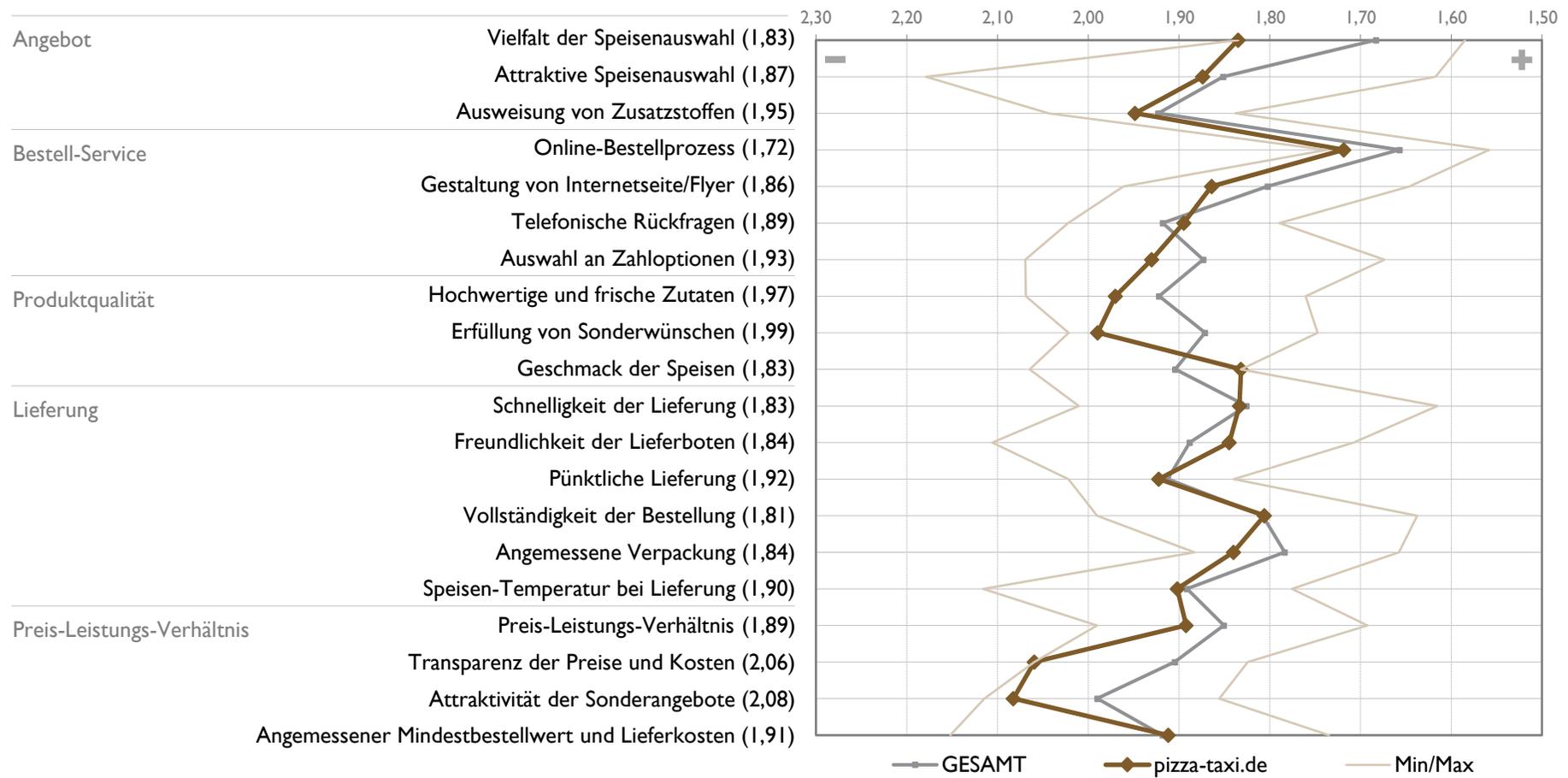
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – pizza-taxi.de



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizza-taxi.de zutreffen:

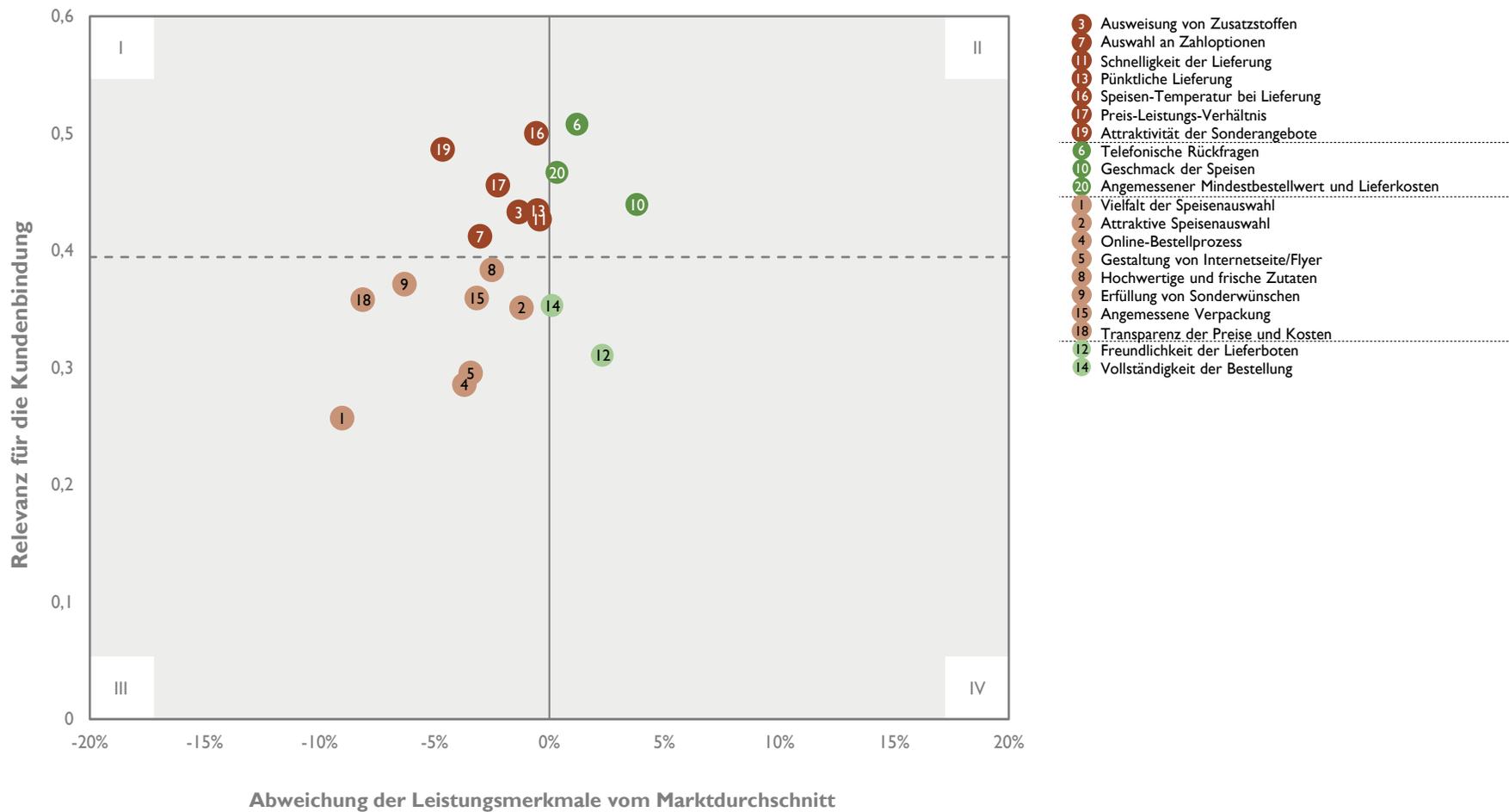
Leistungsprofil im Marktvergleich – pizza-taxi.de



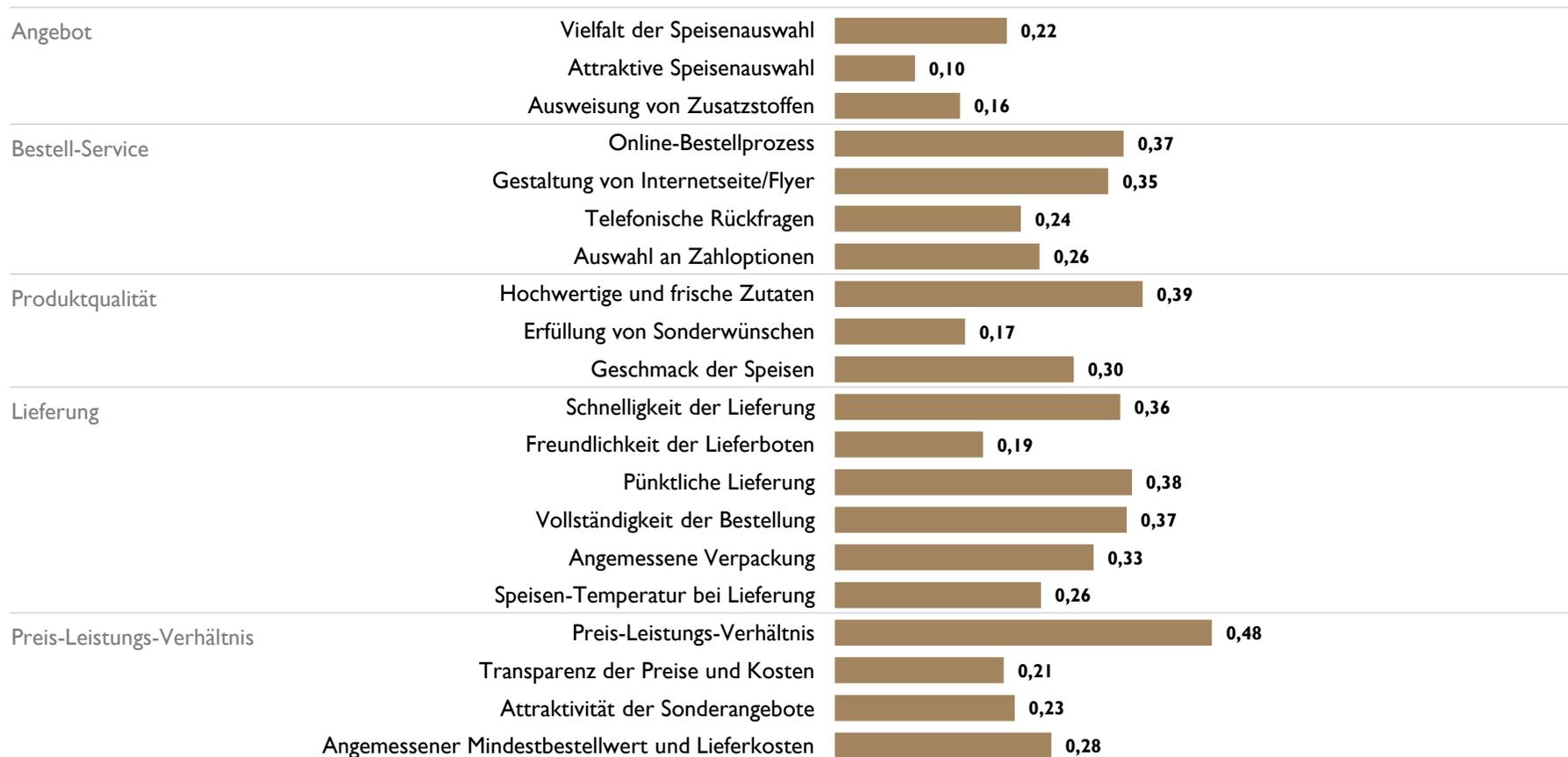
Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizza-taxi.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – pizza-taxi.de

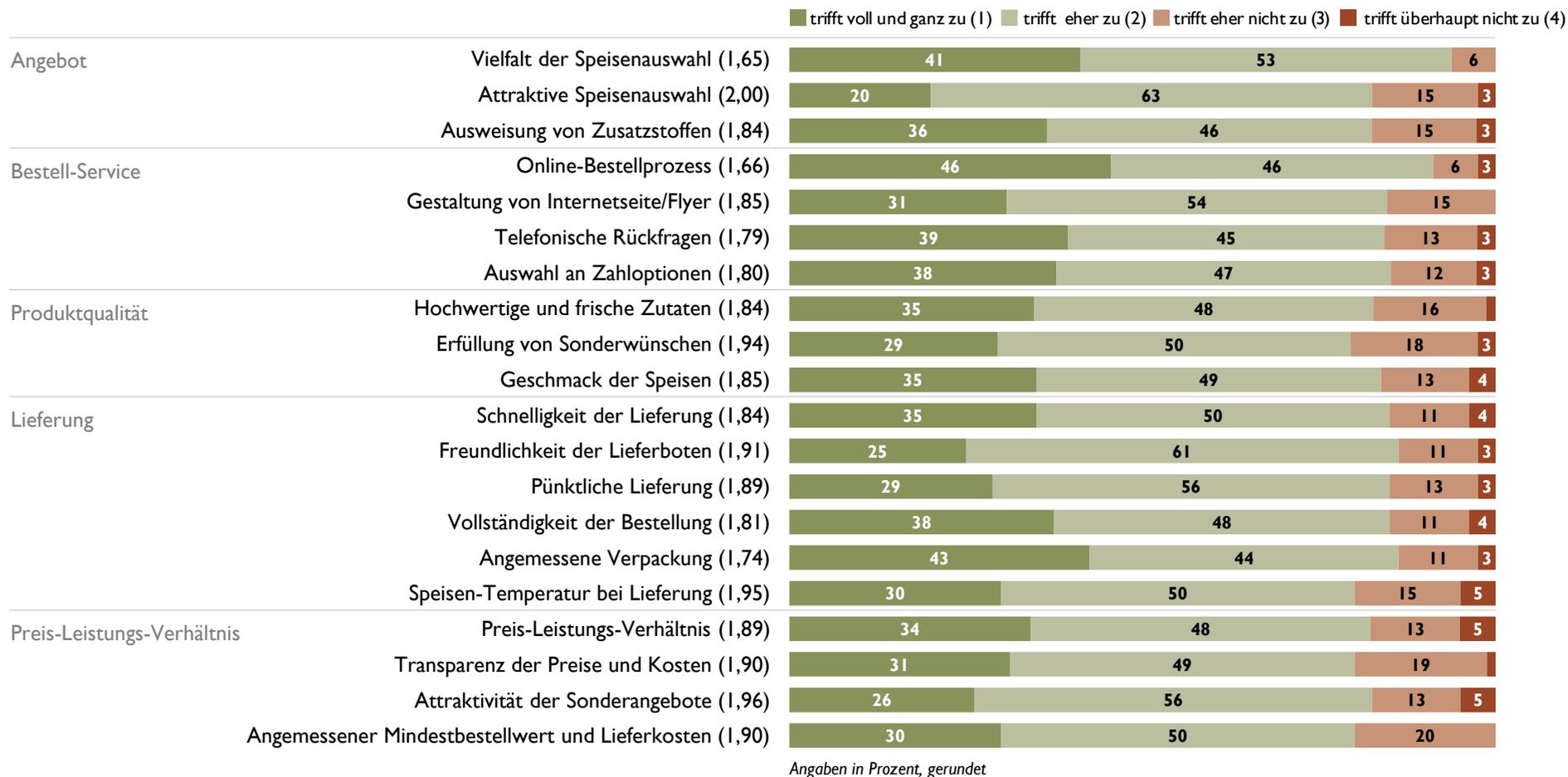


Kundenbindungstreiber – pizzeria.de



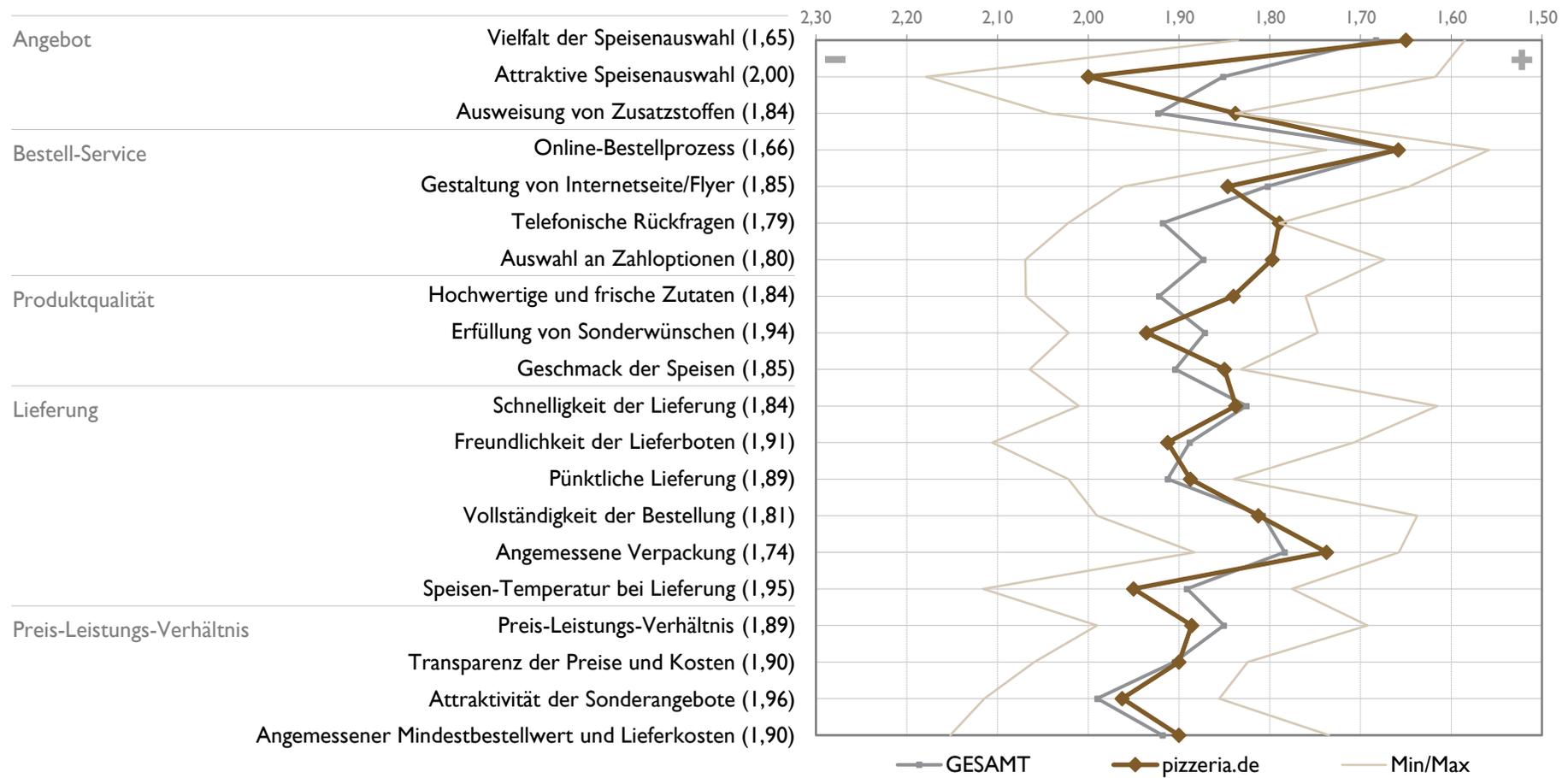
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – pizzeria.de



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizzeria.de zutreffen:

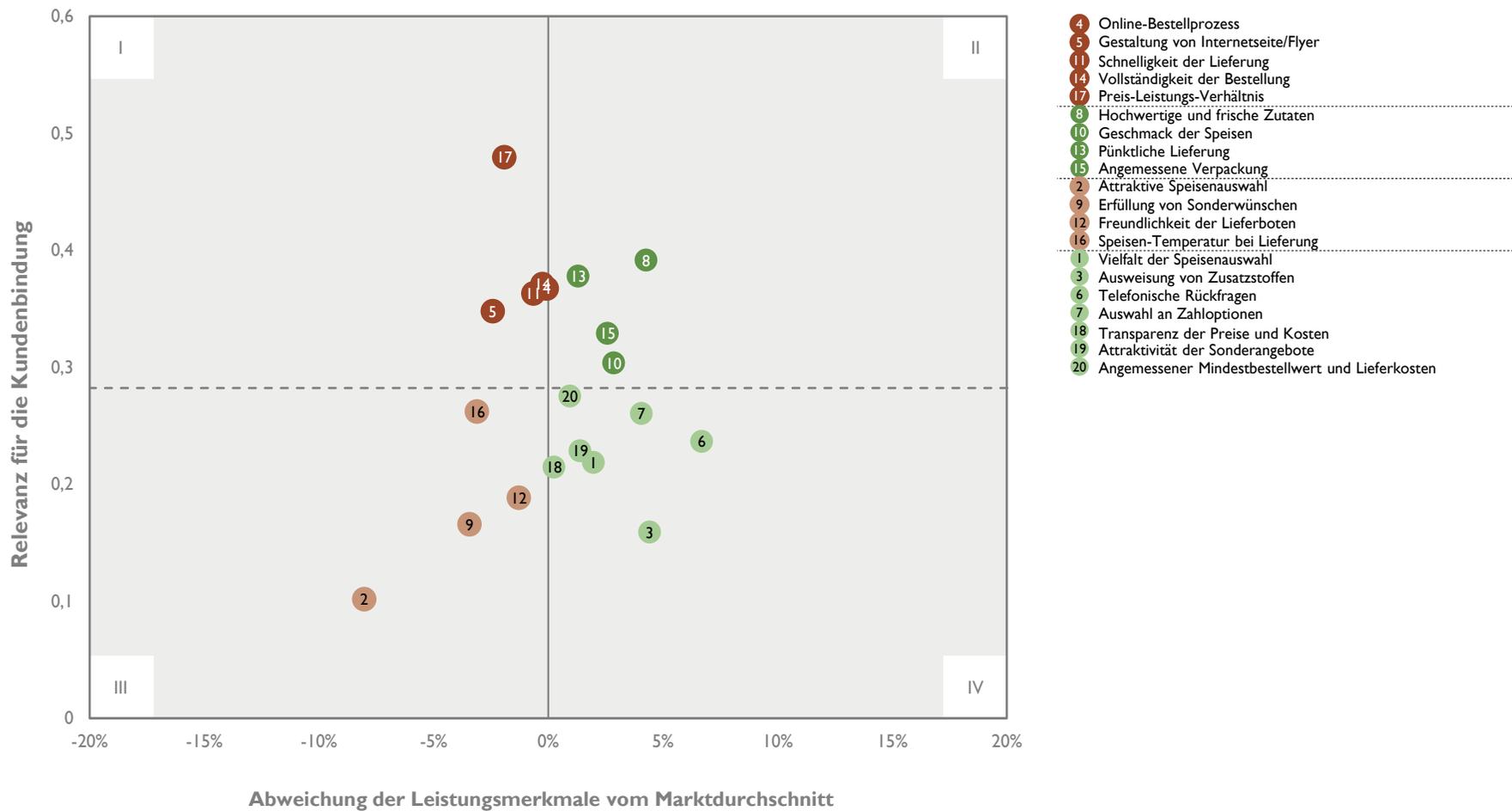
Leistungsprofil im Marktvergleich – pizzeria.de



Mittelwerte, gerundet; ein kleinerer Mittelwert bedeutet ein besseres Ergebnis

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf pizzeria.de zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – pizzeria.de



Inhalt

1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Kundenbindung

Zufriedenheit ist gut – Bindung ist besser!

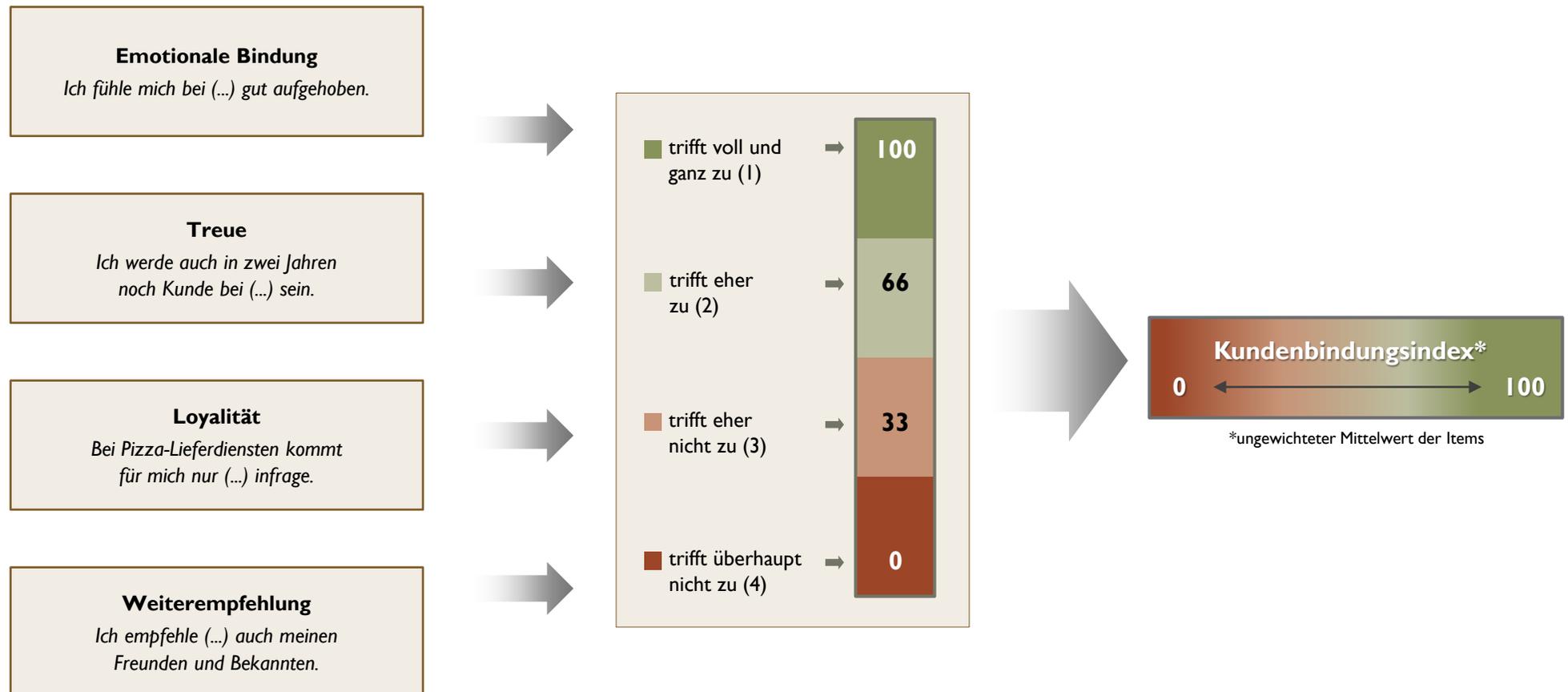
Für den langfristigen und nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens sind zufriedene Kunden wichtig – die Kundenzufriedenheit stellt aber im mathematischen Sinne lediglich eine notwendige Bedingung dar. Die hinreichende Bedingung – und damit das „härtere“ und relevantere Kriterium ist hingegen die Kundenbindung. Erst diese gewährleistet, dass der Kunde auch zukünftig seinen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten wird.

Verbundene Kunden zeichnen sich vor allem durch eine positive emotionale Einstellung gegenüber dem Anbieter, eine hohe Treue und Loyalität sowie eine ausgeprägte Weiterempfehlungsbereitschaft aus. Das psychische und hypothetische Konstrukt „Kundenbindung“ kann somit für Untersuchungs- und Steuerungszwecke anhand dieser Parameter operationalisiert werden.

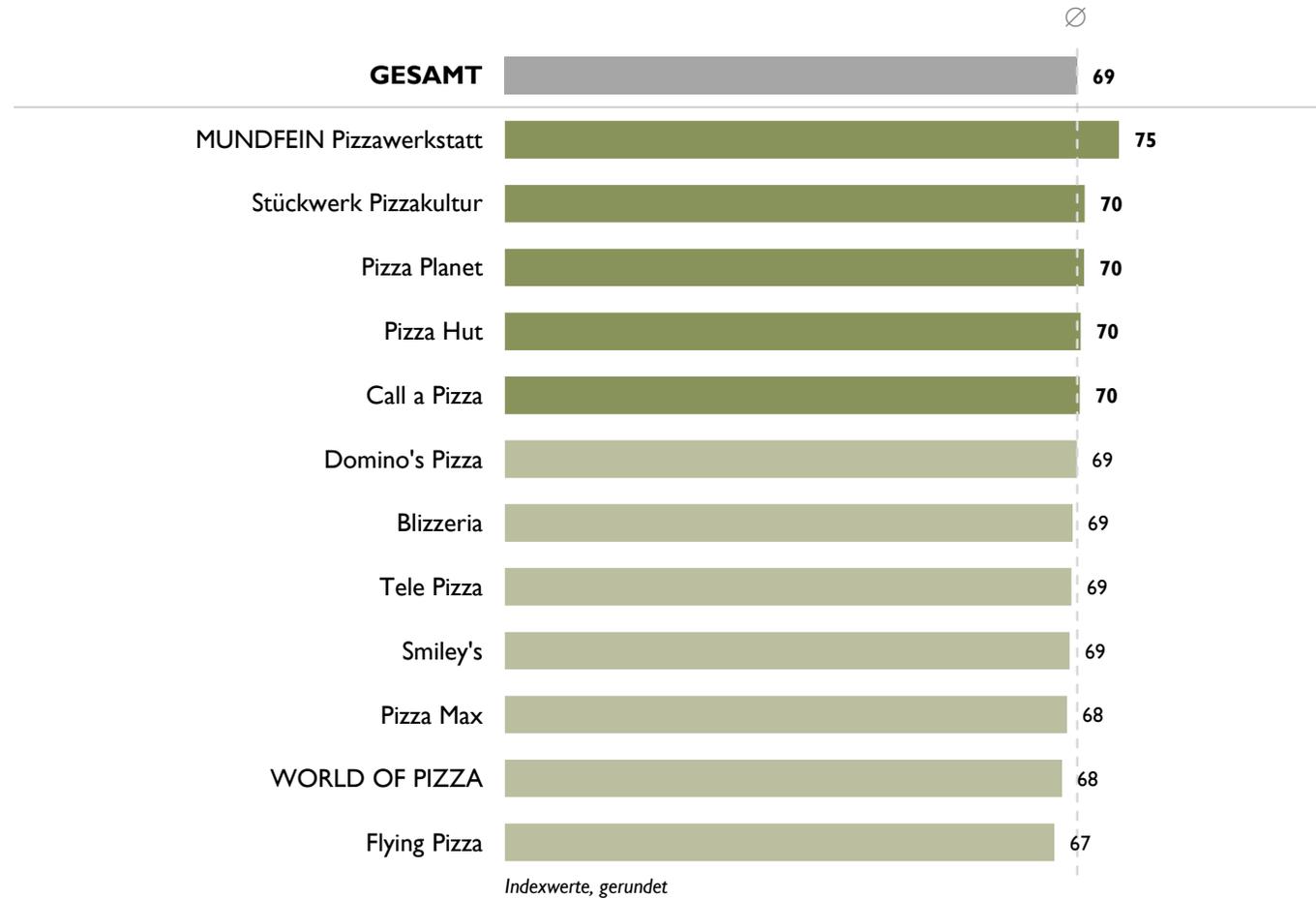
In der vorliegenden Studie wird die Kundenbindung daher über einen Index aus den folgenden vier Fragen erfasst, die auf einer 4-stufigen, symmetrischen und voll verbalisierten fit-Skala geprüft werden.

	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu
• <i>Ich fühle mich bei (...) gut aufgehoben.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Ich werde auch in zwei Jahren noch Kunde bei (...) sein.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Bei Pizza-Lieferdiensten kommt für mich nur (...) infrage.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• <i>Ich empfehle (...) auch meinen Freunden und Bekannten.</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

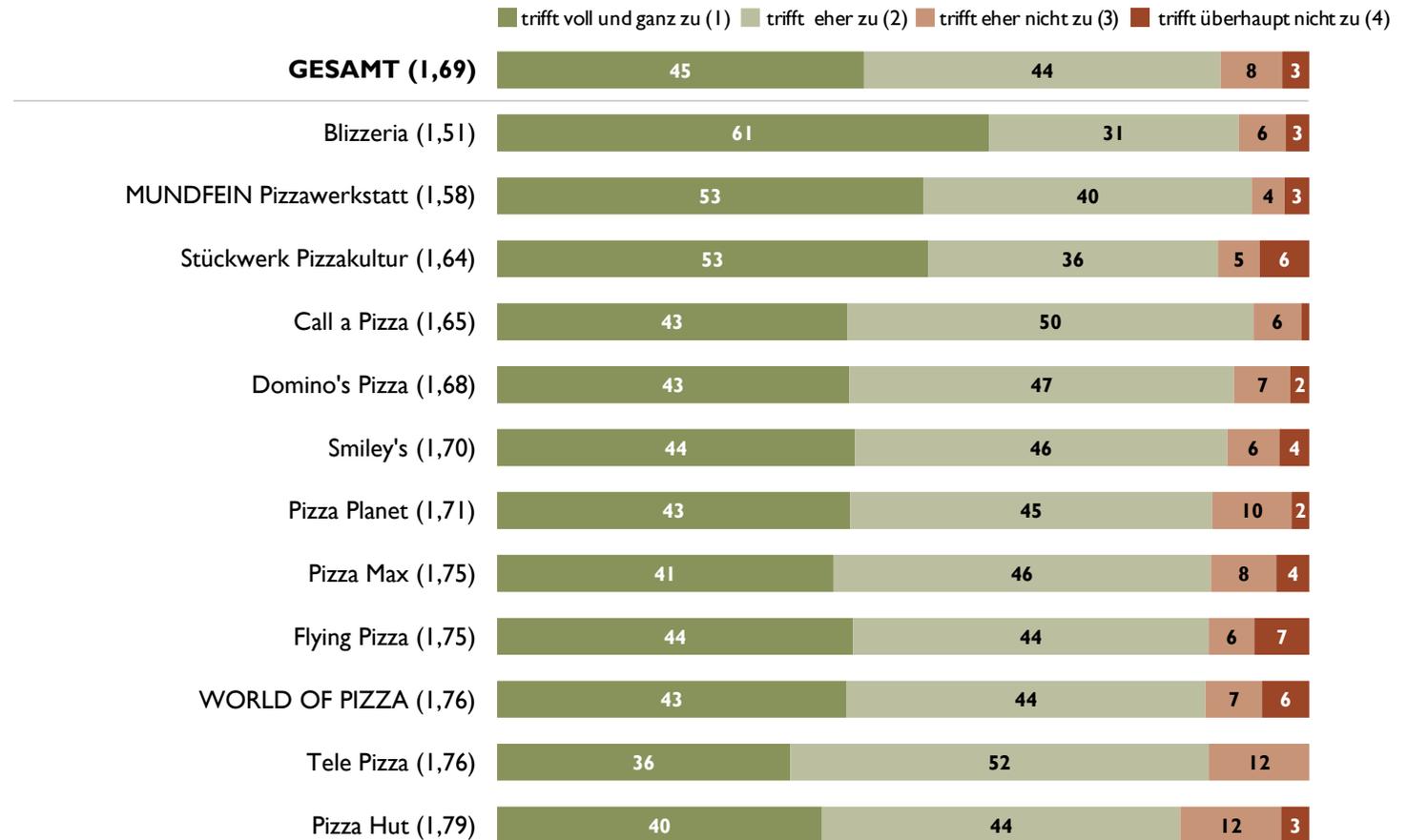
Berechnungsmodell des ServiceValue-Kundenbindungsindex



Kundenbindungsindex



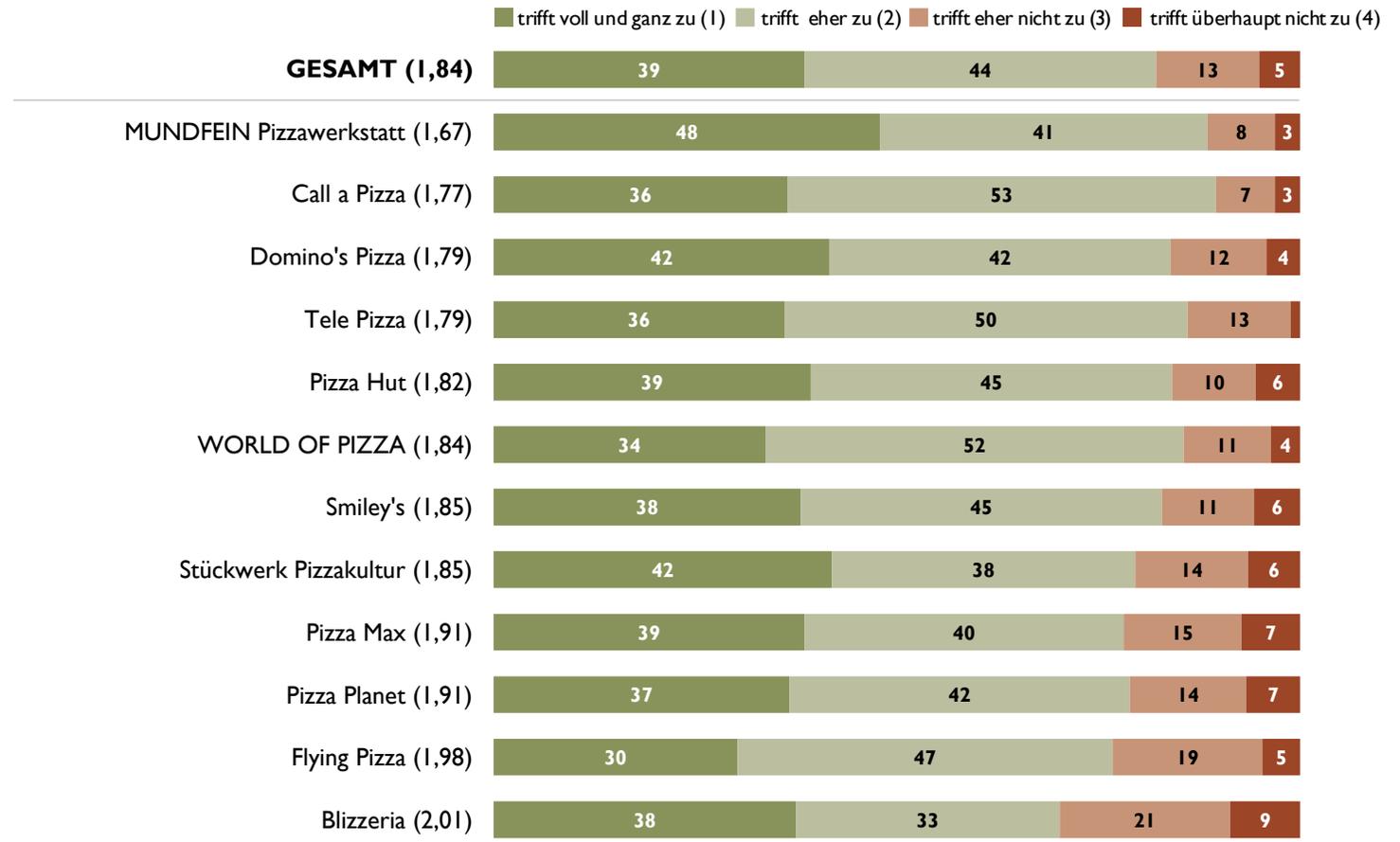
Emotionale Bindung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich fühle mich bei (...) gut aufgehoben.

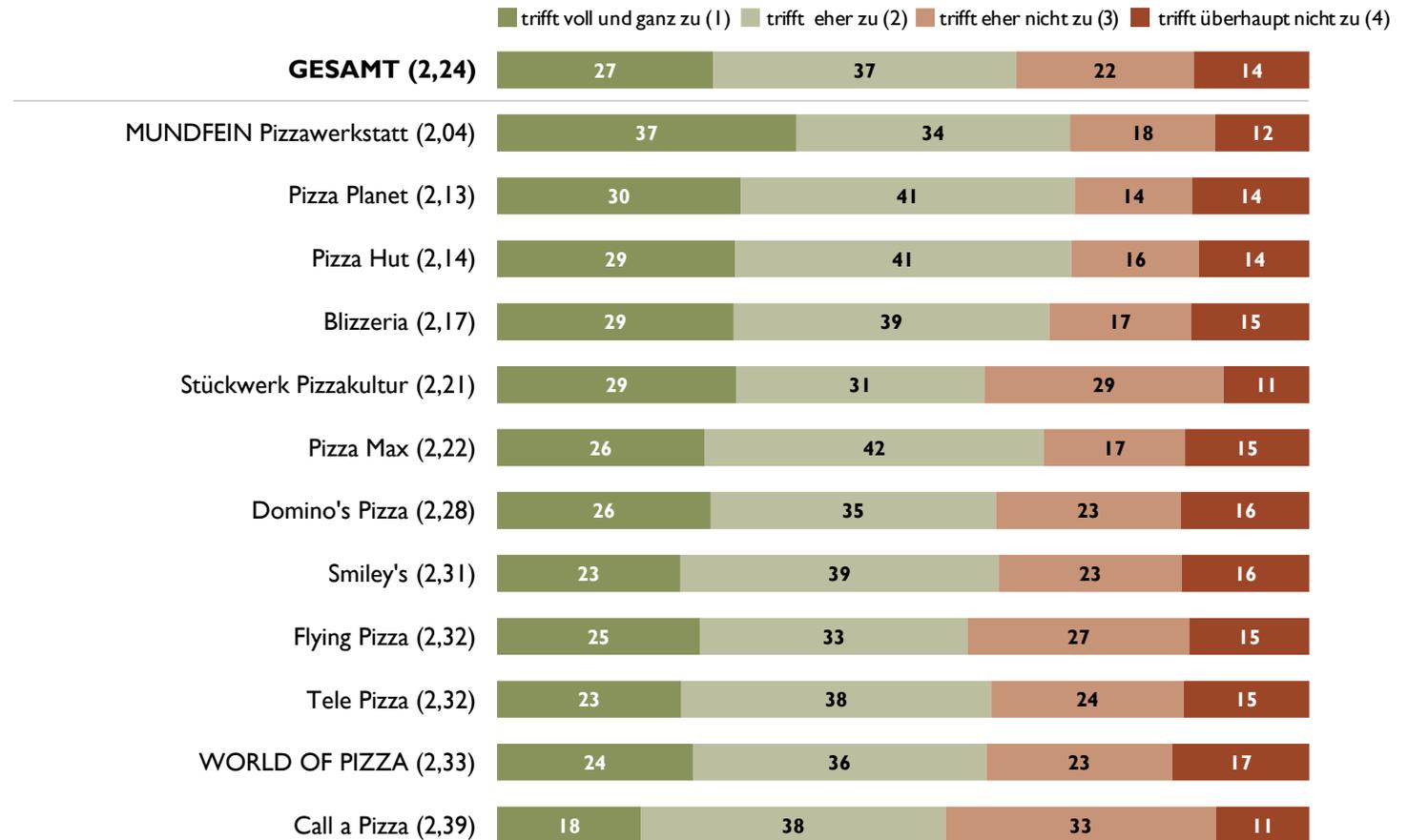
Treue



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich werde auch in zwei Jahren noch Kunde bei (...) sein.

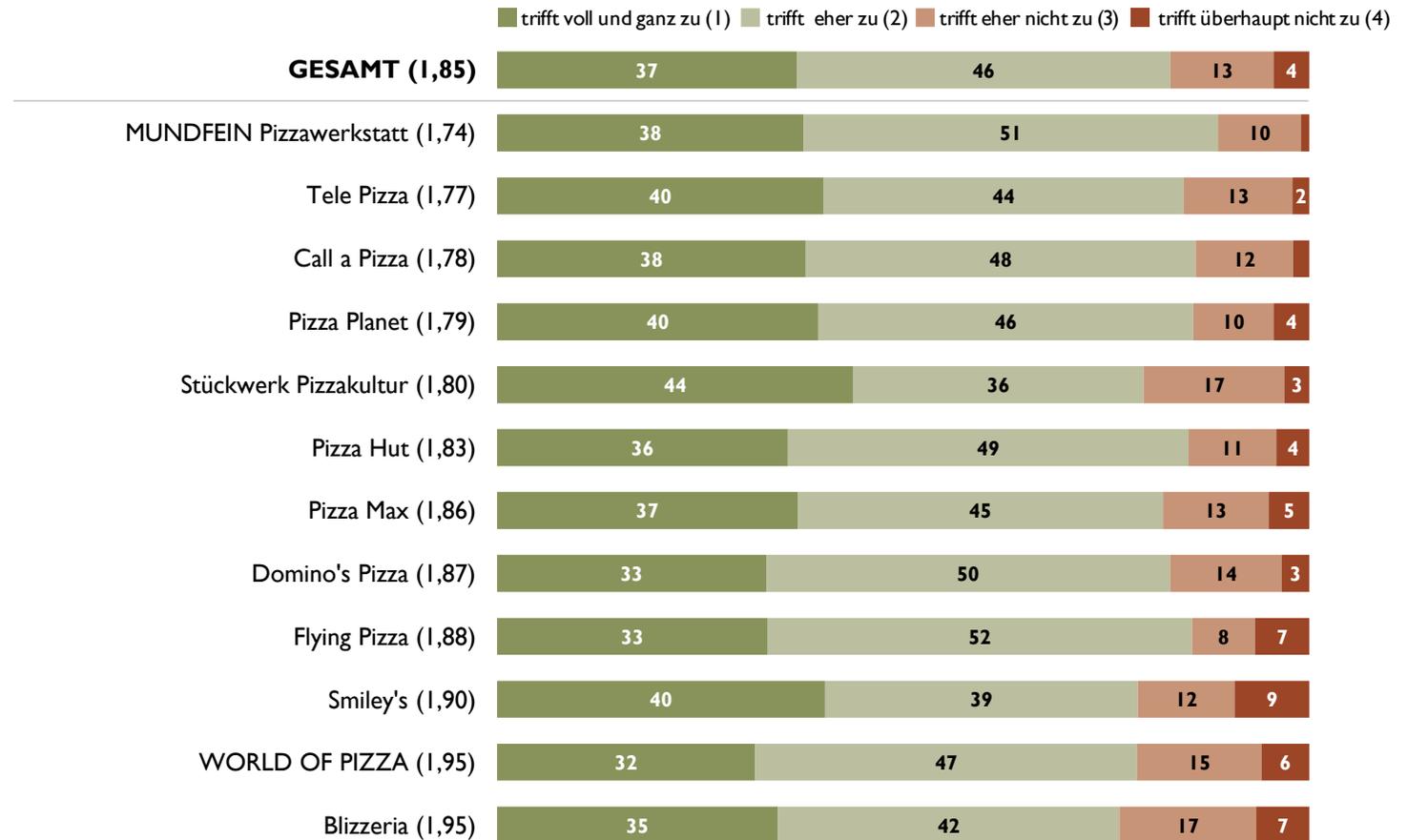
Loyalität



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Bei Pizza-Lieferdiensten kommt für mich nur (...) infrage.

Weiterempfehlung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Ich empfehle (...) auch meinen Freunden und Bekannten.

Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (I)

Direkte Messung und Verzerrungseffekte

Viele verschiedene Leistungs- und Serviceaspekte beeinflussen die Kundenbindung positiv oder negativ – aber nicht alle in dem gleichen Maße. Welchen Einfluss hat nun aber ein einzelnes Leistungsmerkmal? Den Kunden direkt danach zu fragen, ist in einem solchen Fall sicher nur die zweitbeste Lösung, tragen doch eine Vielzahl von Effekten zu einer Verzerrung der Ergebnisse bei:

- **Anspruchsinflation:** Dem Befragten sind bei direkter Abfrage nahezu alle Aspekte gleichermaßen wichtig.
- **Selbstwerterhöhung:** Der Befragte will durch seine Antworten „besser dastehen“.
- **Soziale Erwünschtheit:** Der Befragte antwortet so, wie er denkt, dass es von ihm erwartet wird.
- **Akquieszenz:** Befragte tendieren – unabhängig vom Inhalt der Fragen – dazu, Fragen eher mit „ja“, „stimmt“ oder „richtig“ zu beantworten.
- **Antwortstrategie:** Der Befragte will mit seinem Antwortverhalten gezielt die Ergebnisse in eine bestimmte Richtung lenken.

Die bei direkter Abfrage verbundene Rationalisierung der Antworten führt zudem häufig zu einer Überbewertung von Preis oder preisähnlichen Aspekten. Eher unterbewusst wirkende Kriterien finden dementsprechend keine oder nur eine unzureichende Berücksichtigung.

Alternative: Indirekte Ermittlung

ServiceValue verwendet zur Vermeidung solcher methodisch bedingter Verzerrungen daher einen indirekten Ansatz.

Diese indirekte Form der Messung basiert auf einer statistischen Ermittlung des Wirkungszusammenhangs der Leistungs- und Servicemerkmale mit der zentralen Messgröße, dem Kundenbindungsindex. Je stärker dabei der Zusammenhang zwischen einem Aspekt und dem Kundenbindungsindex ist, desto höher ist der potenzielle Einfluss dieses Merkmals auf die Kundenbindung und somit auch auf den Kunden- und Unternehmenswert.

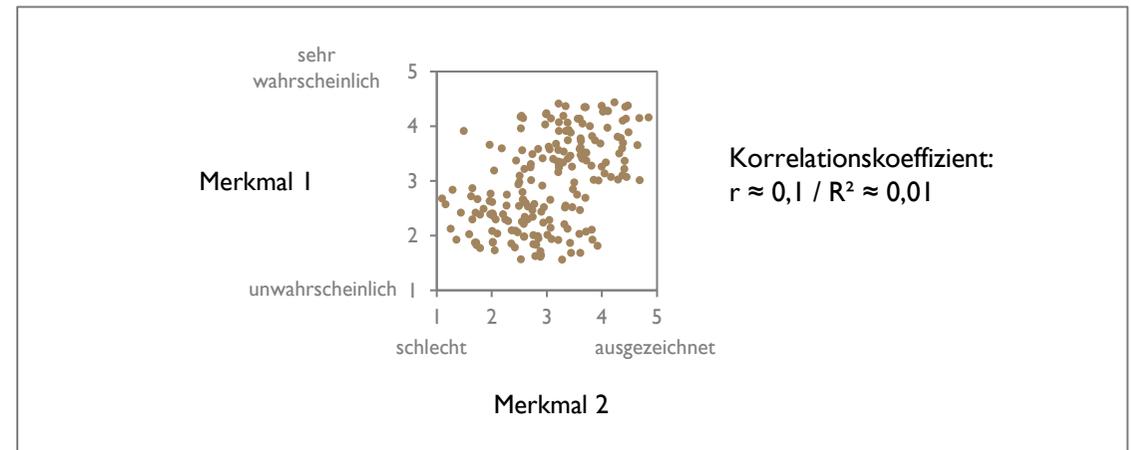
Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II)

Theoretischer Hintergrund der Relevanzanalyse

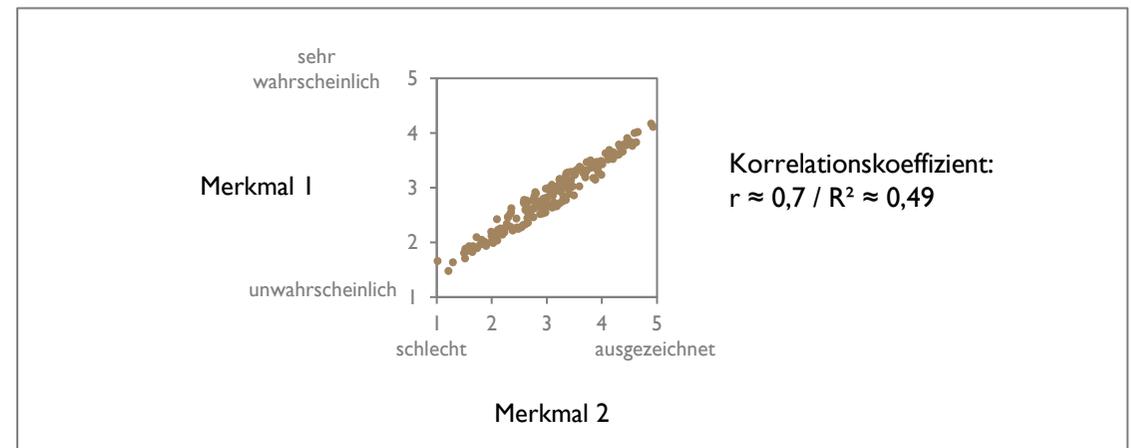
Die Relevanzanalyse ist eine statistische Berechnungsmethode zur Ermittlung des Zusammenhangs zwischen zwei Merkmalen.

Dabei wird untersucht, wie stark dieser Zusammenhang ist und welche „Richtung“ er hat. Das Ergebnis wird als Korrelationskoeffizient r ausgedrückt. Dieser ist absolut betrachtet umso größer (und liegt also näher bei +1 oder bei -1), je dichter die Datenpunkte an einer gedachten Geraden liegen.

Bewertung	Korrelationskoeffizient r	R-Quadrat
perfekt	1 / -1	1 (100%)
hoch	0,7 / -0,7	0,49 (49%)
mittel	0,5 / -0,5	0,25 (25%)
niedrig	0,3 / -0,3	0,09 (9%)



Grafik 1: Beispielhafte Darstellung einer niedrigen Korrelation zwischen zwei Merkmalen.



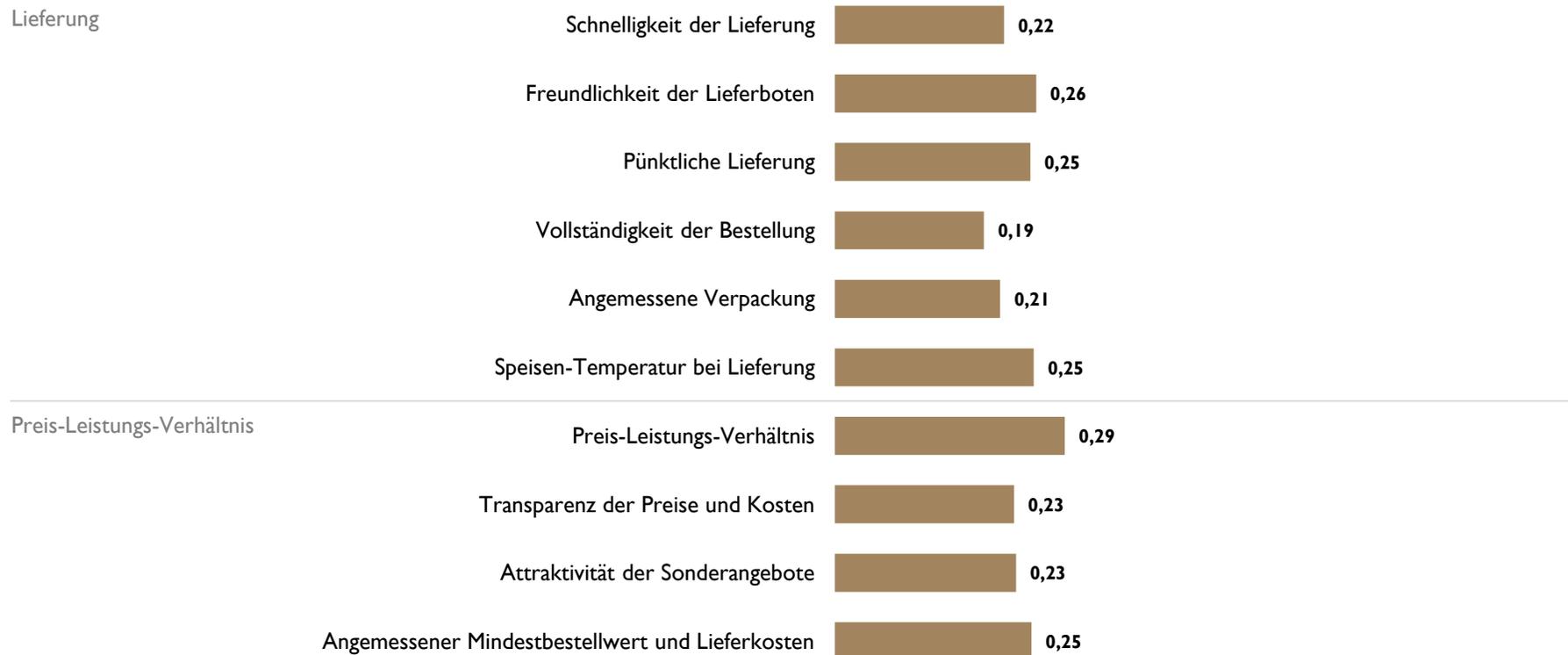
Grafik 2: Beispielhafte Darstellung einer hohen Korrelation zwischen zwei Merkmalen.

Kundenbindungstreiber – Pizza-Lieferdienste (I)



Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Pizza-Lieferdienste (II)



Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Inhalt

1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Leistungsprofil – Pizza-Lieferdienste (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

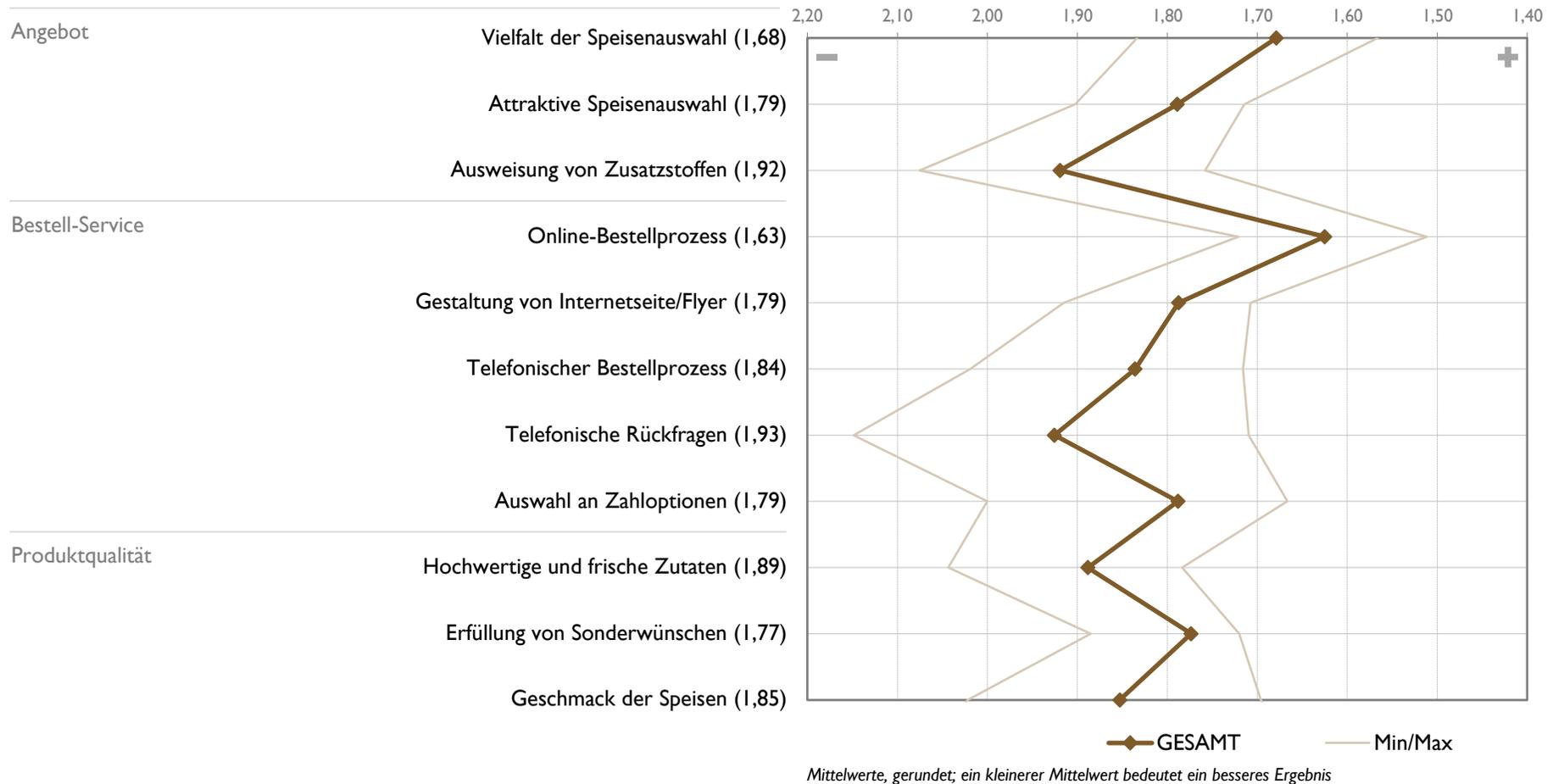
Leistungsprofil – Pizza-Lieferdienste (II)



Angaben in Prozent, gerundet

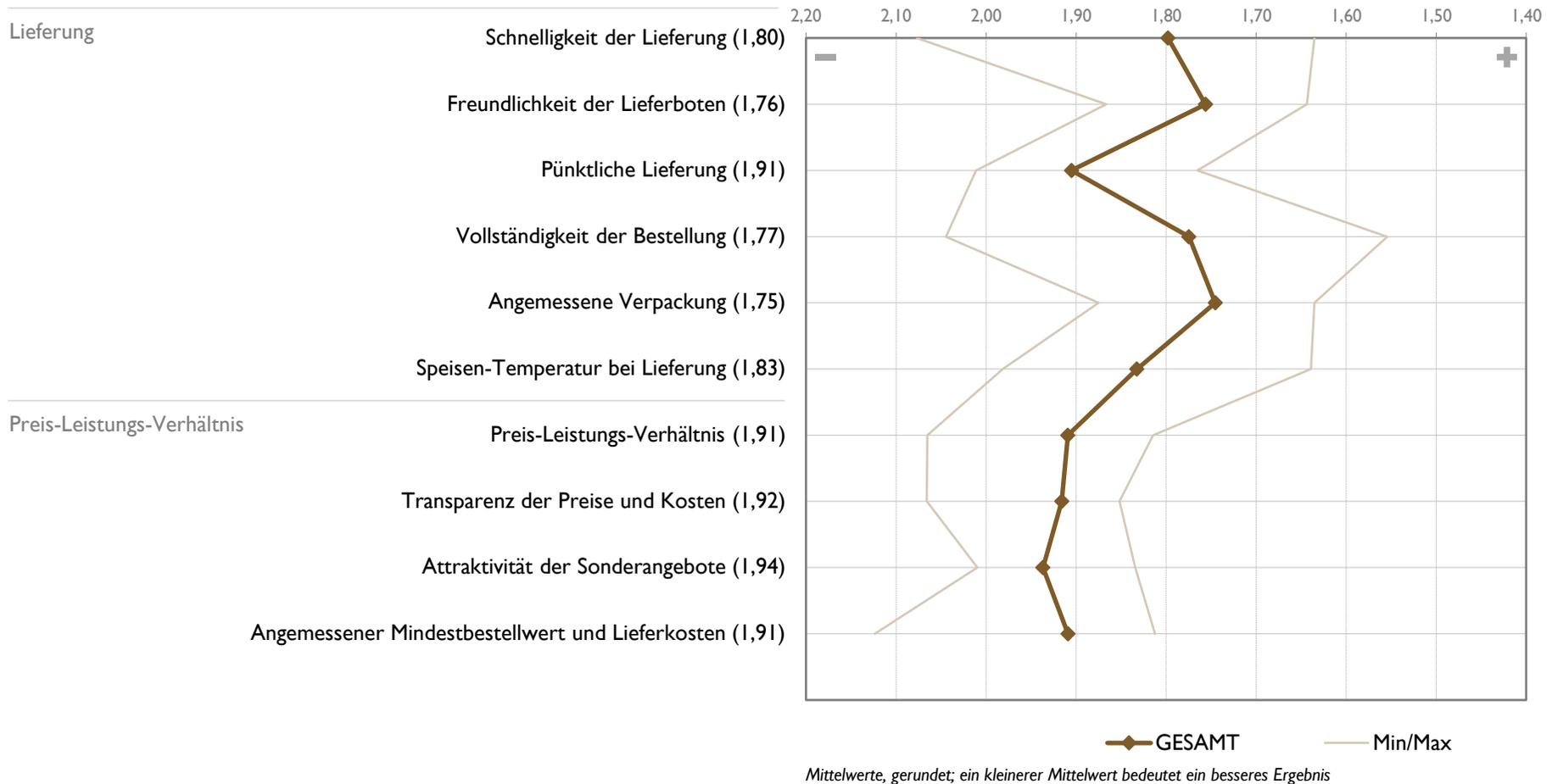
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

Leistungsprofil – Pizza-Lieferdienste (III)



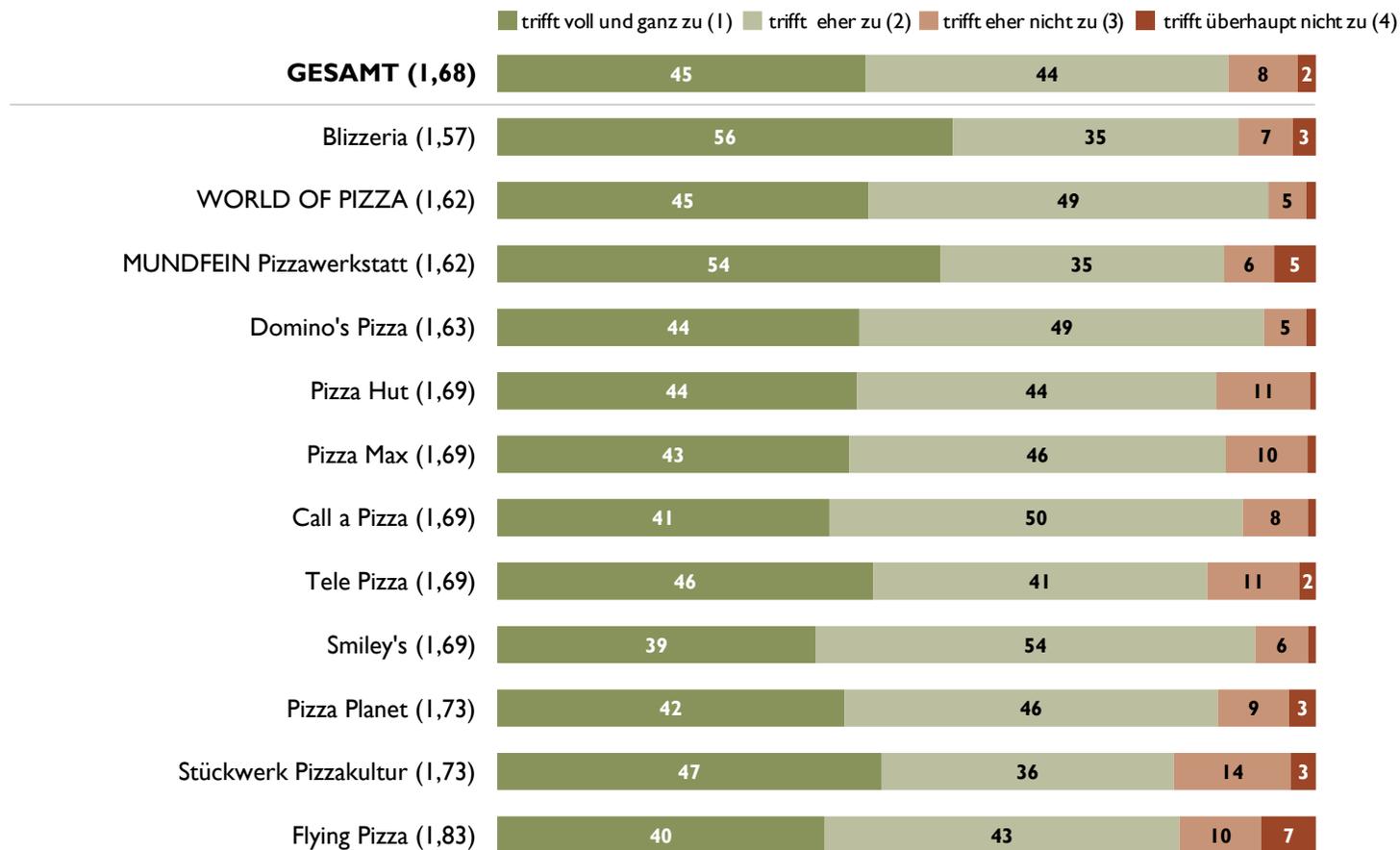
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

Leistungsprofil – Pizza-Lieferdienste (IV)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen:

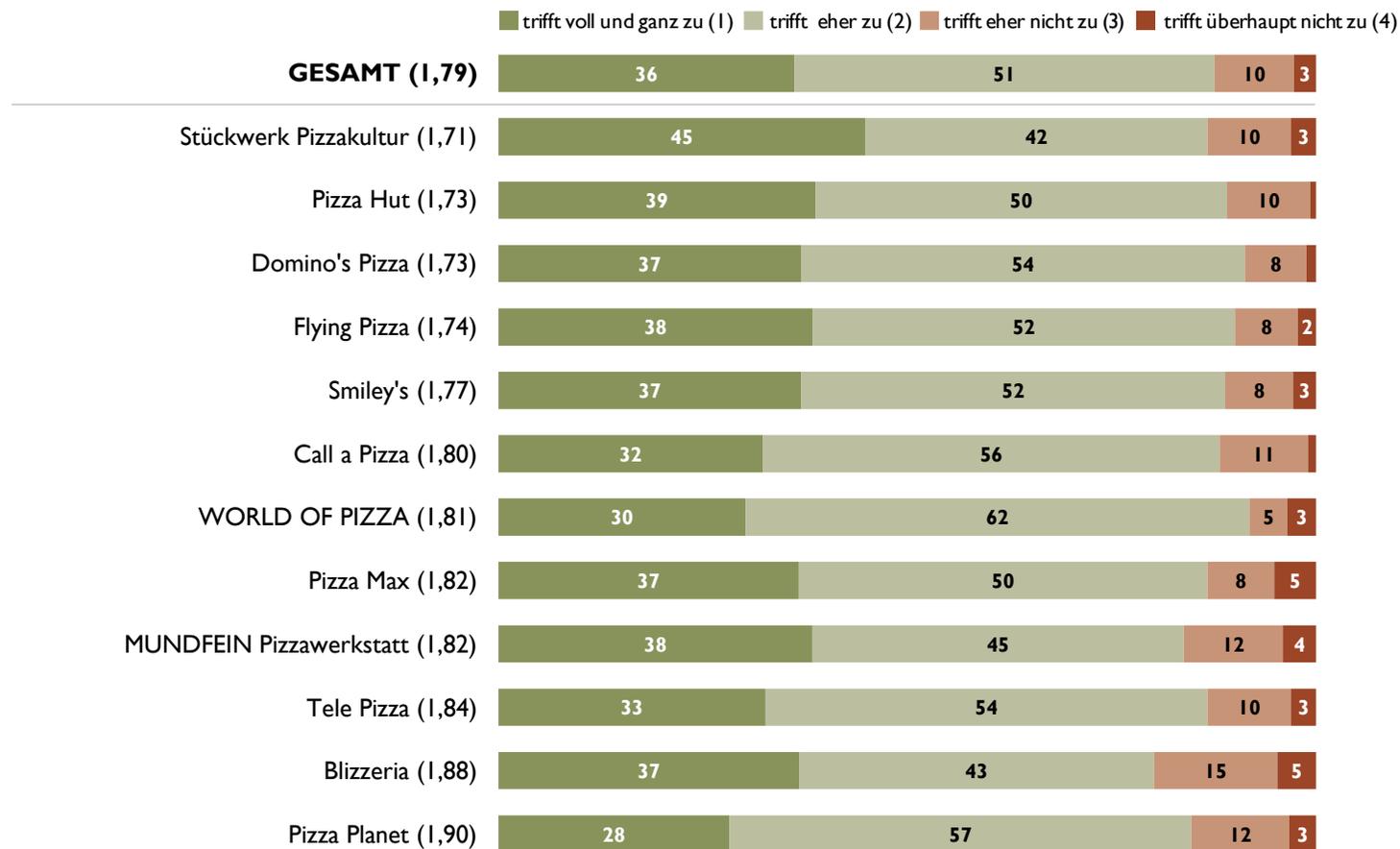
Vielfalt der Speisenauswahl



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisenauswahl bei (...) ist vielfältig.

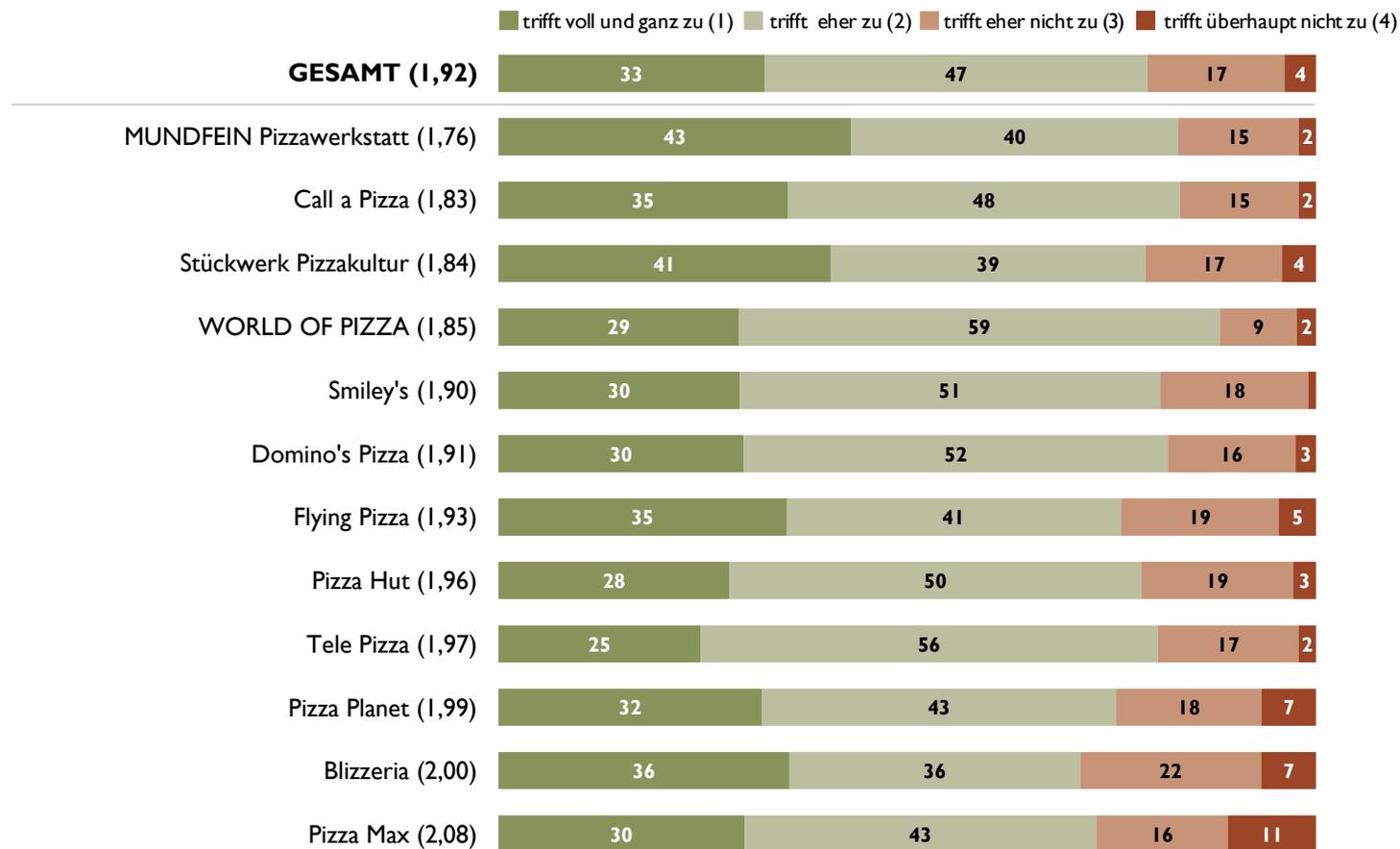
Attraktive Speisenauswahl



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisenauswahl bei (...) ist attraktiv.

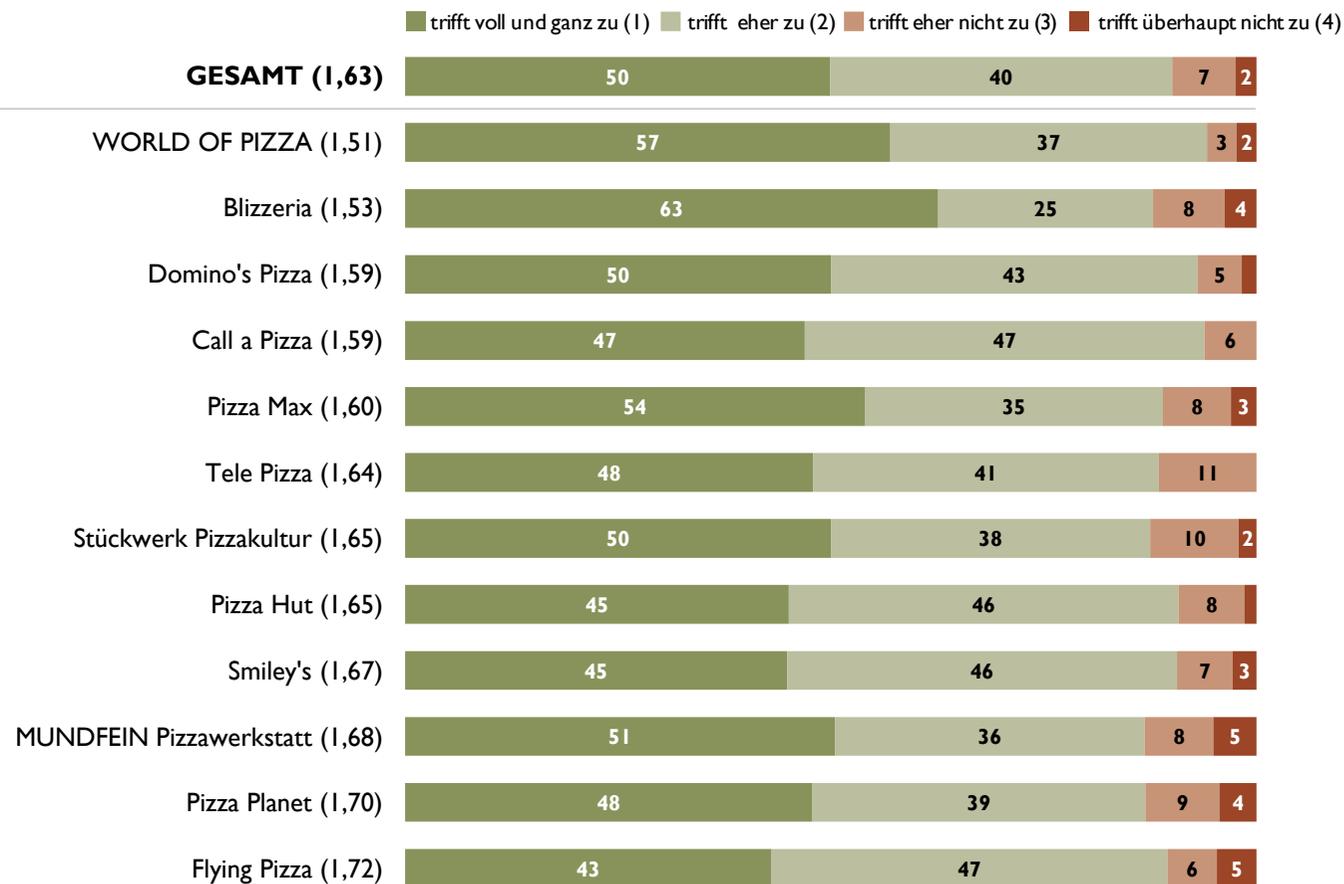
Ausweisung von Zusatzstoffen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Verwendete Zusatzstoffe werden bei (...) übersichtlich ausgewiesen.

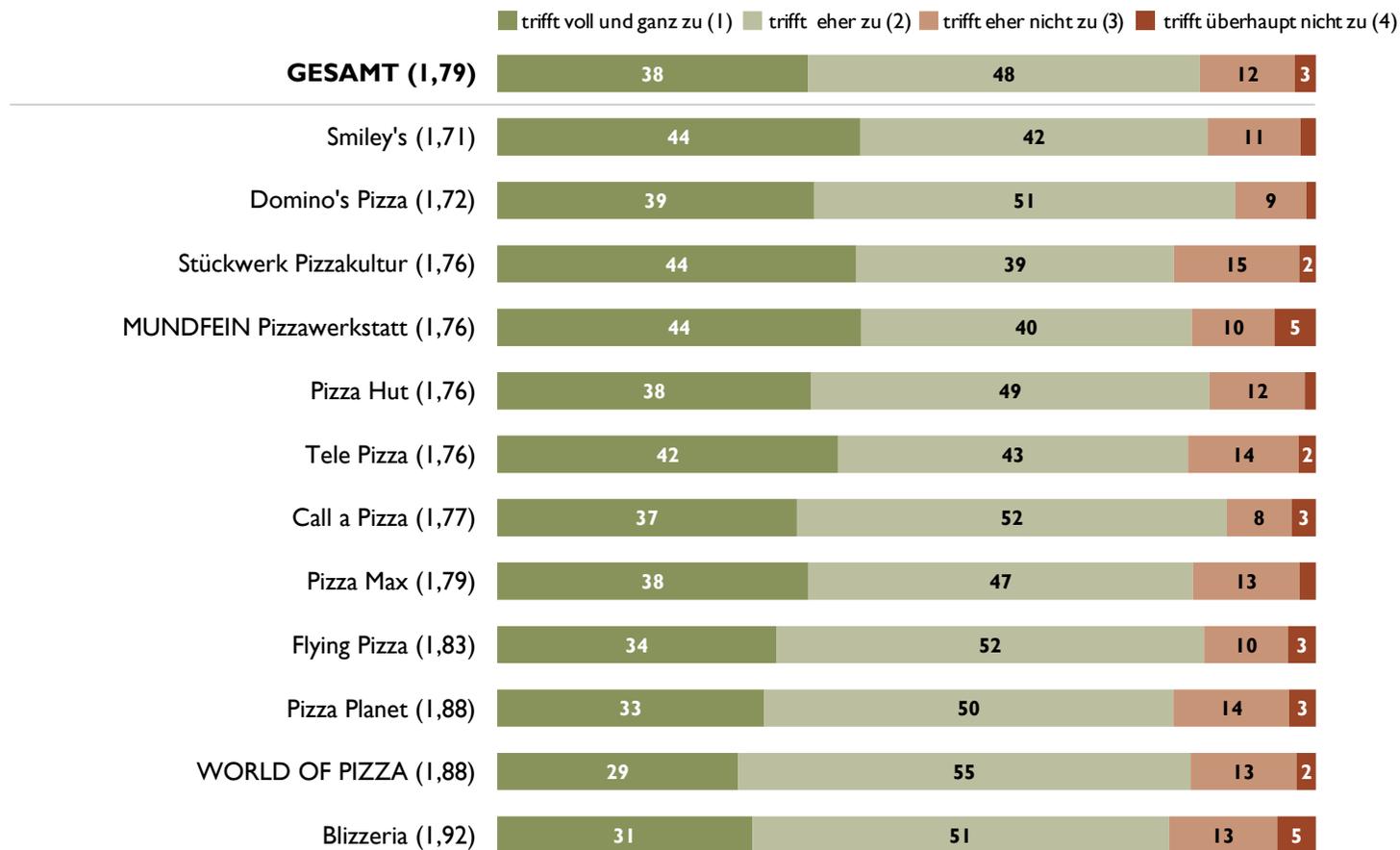
Online-Bestellprozess



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Der (Online-)Bestellprozess bei (...) ist nutzerfreundlich.

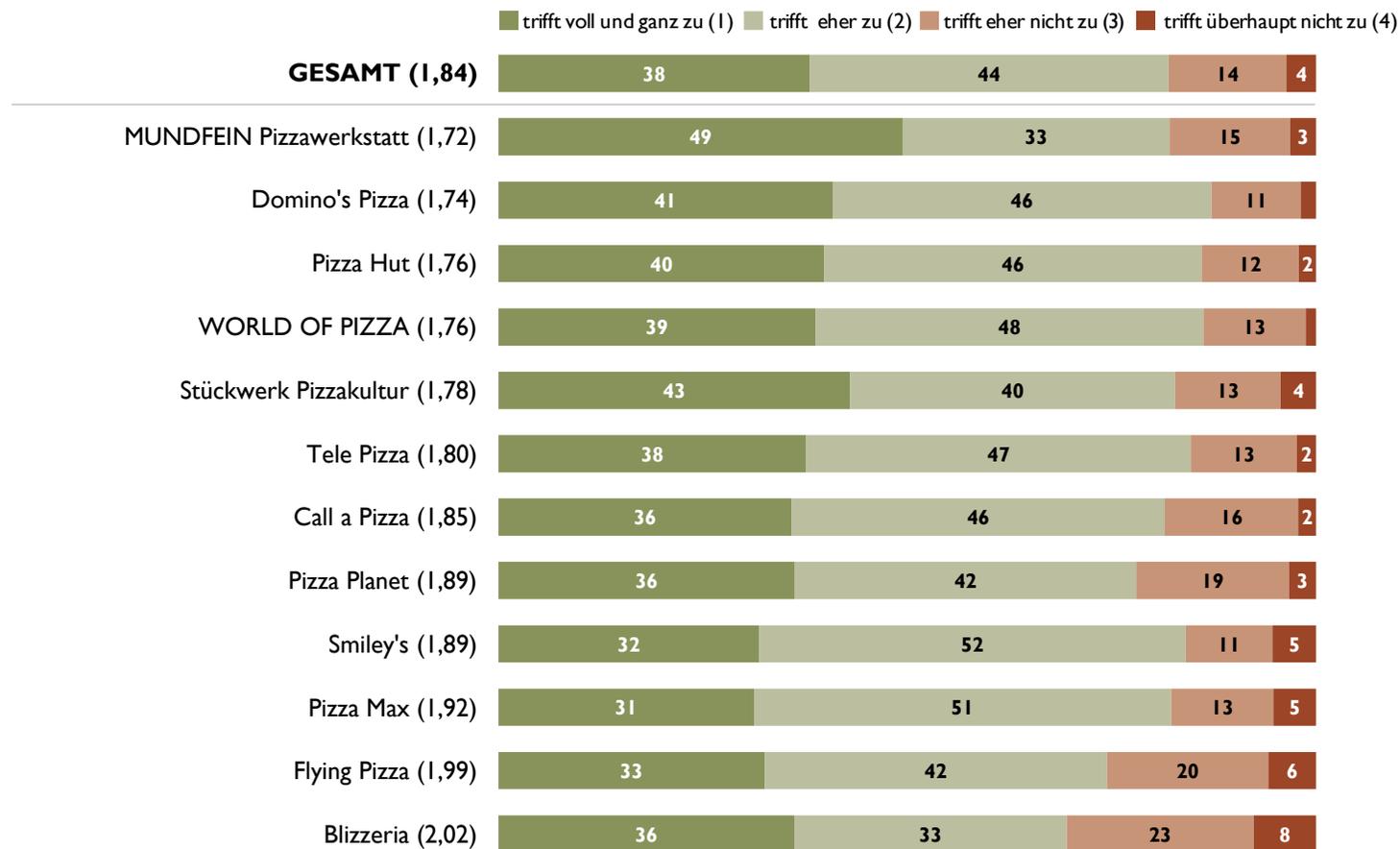
Gestaltung von Internetseite/Flyer



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Internetseite / Flyer sind bei (...) anschaulich gestaltet.

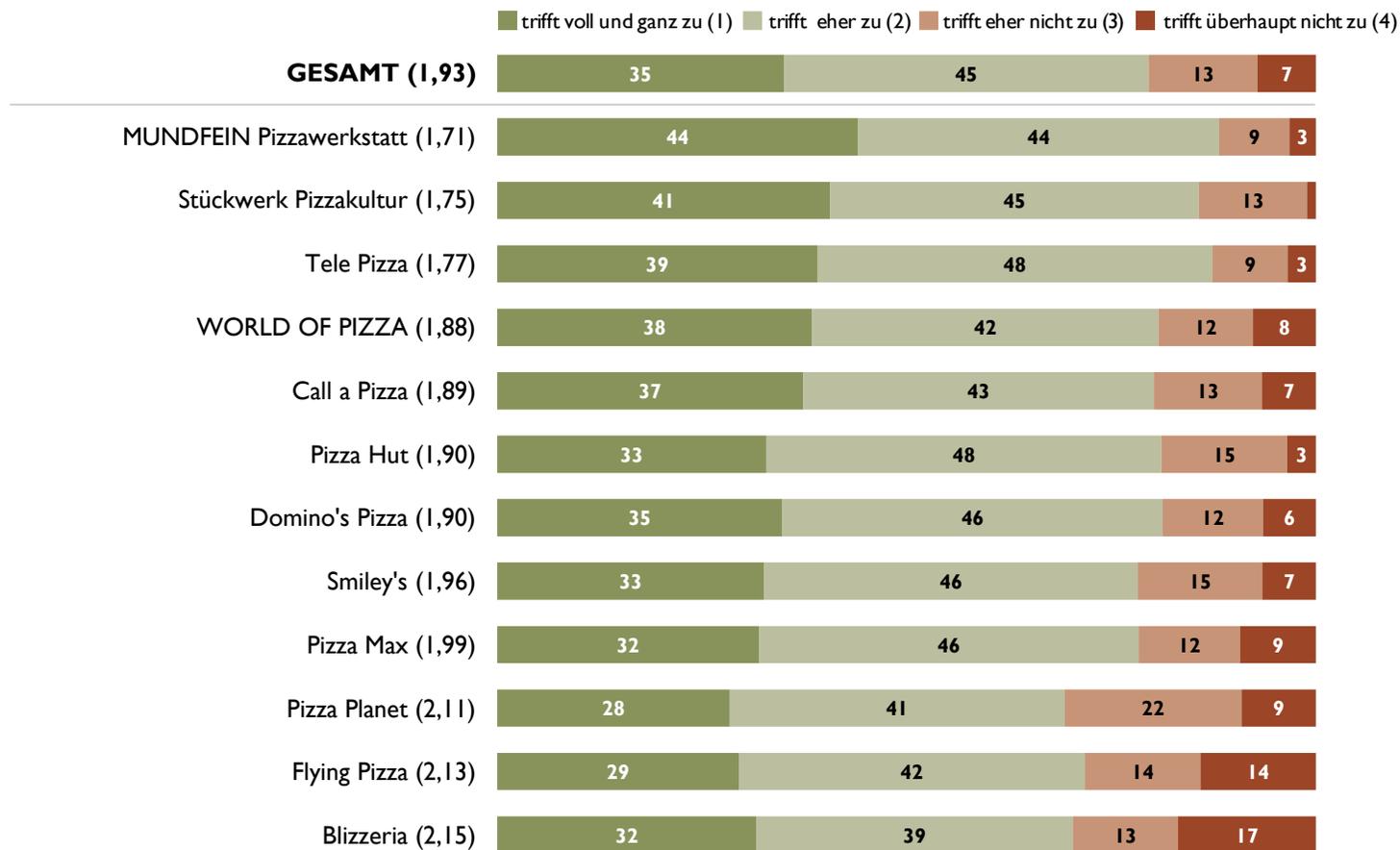
Telefonischer Bestellprozess



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Der telefonische Bestellprozess bei (...) ist nutzerfreundlich.

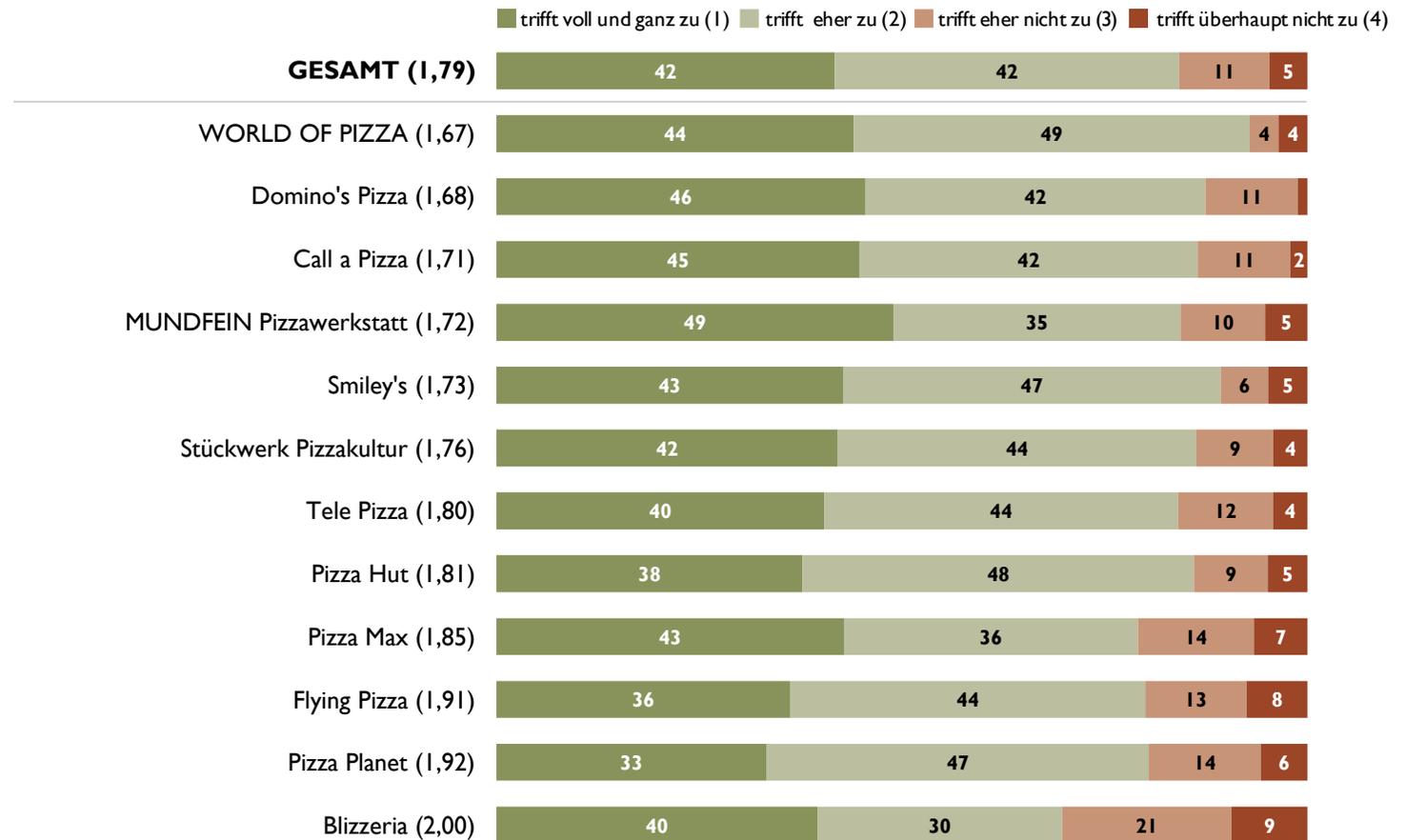
Telefonische Rückfragen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Telefonische Rückfragen sind bei (...) jederzeit möglich.

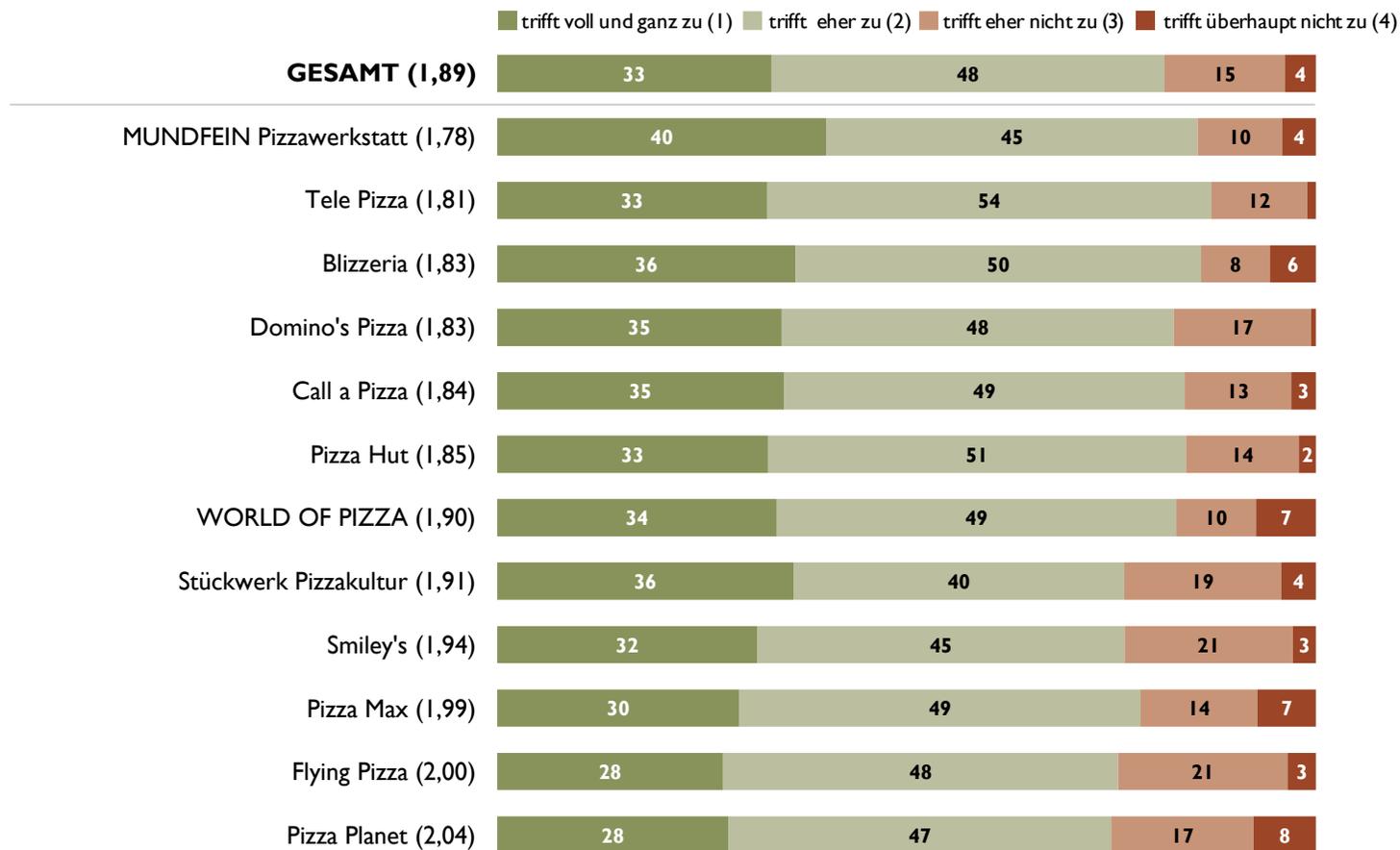
Auswahl an Zahloptionen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: (...) bietet verschiedene Zahloptionen an.

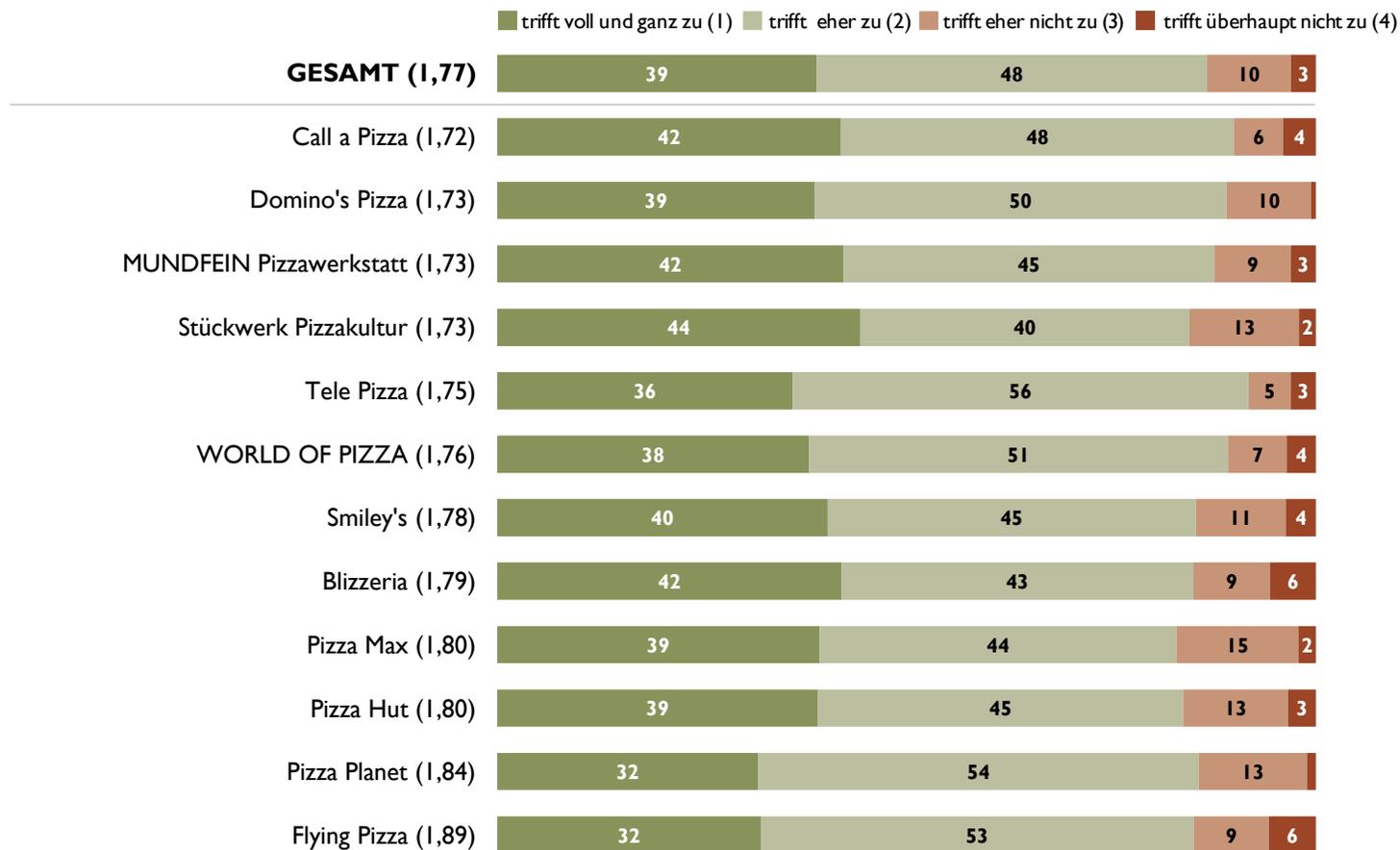
Hochwertige und frische Zutaten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: (...) verwendet immer frische und hochwertige Zutaten.

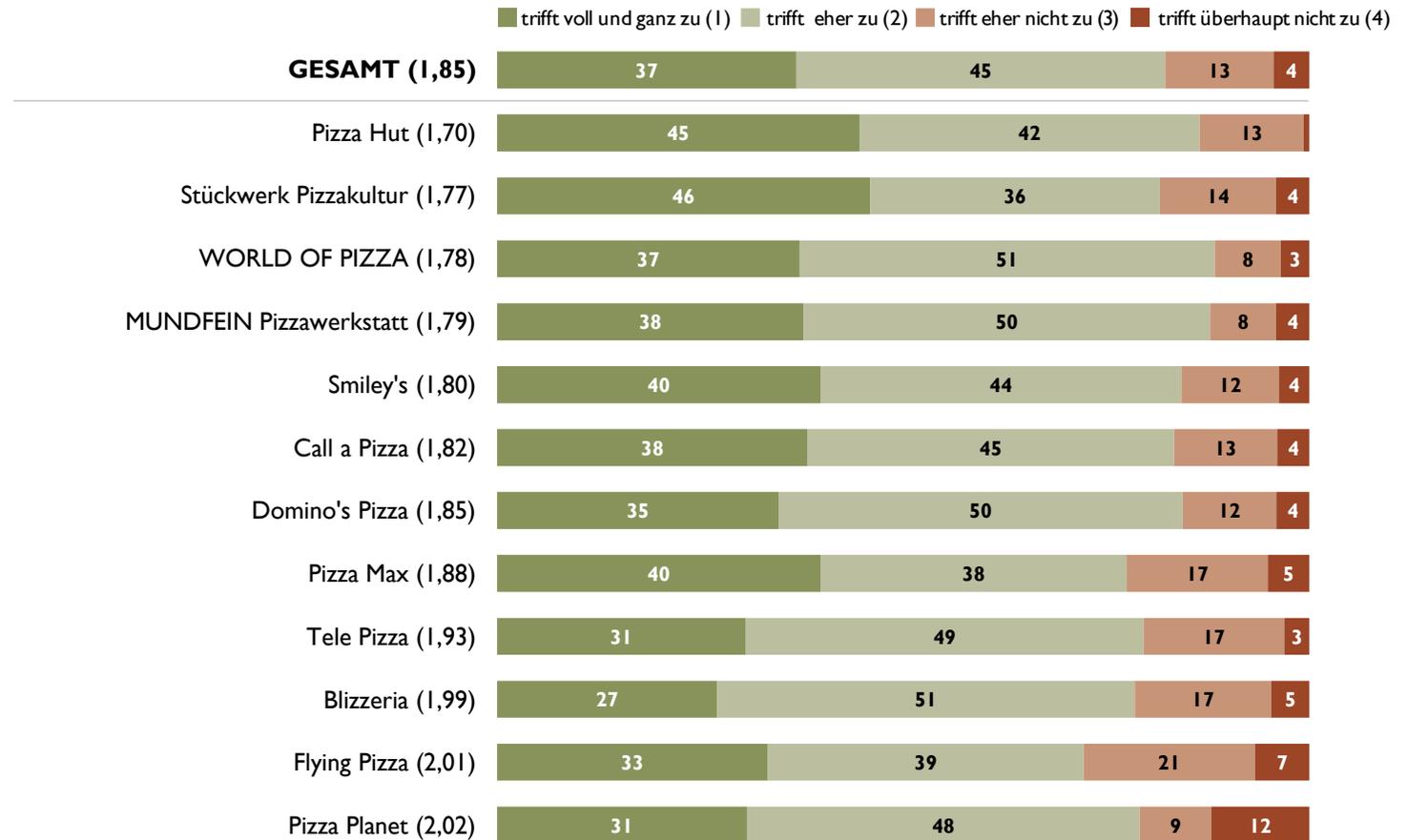
Erfüllung von Sonderwünschen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Bei (...) werden Sonderwünsche (Extrazutaten etc.) erfüllt.

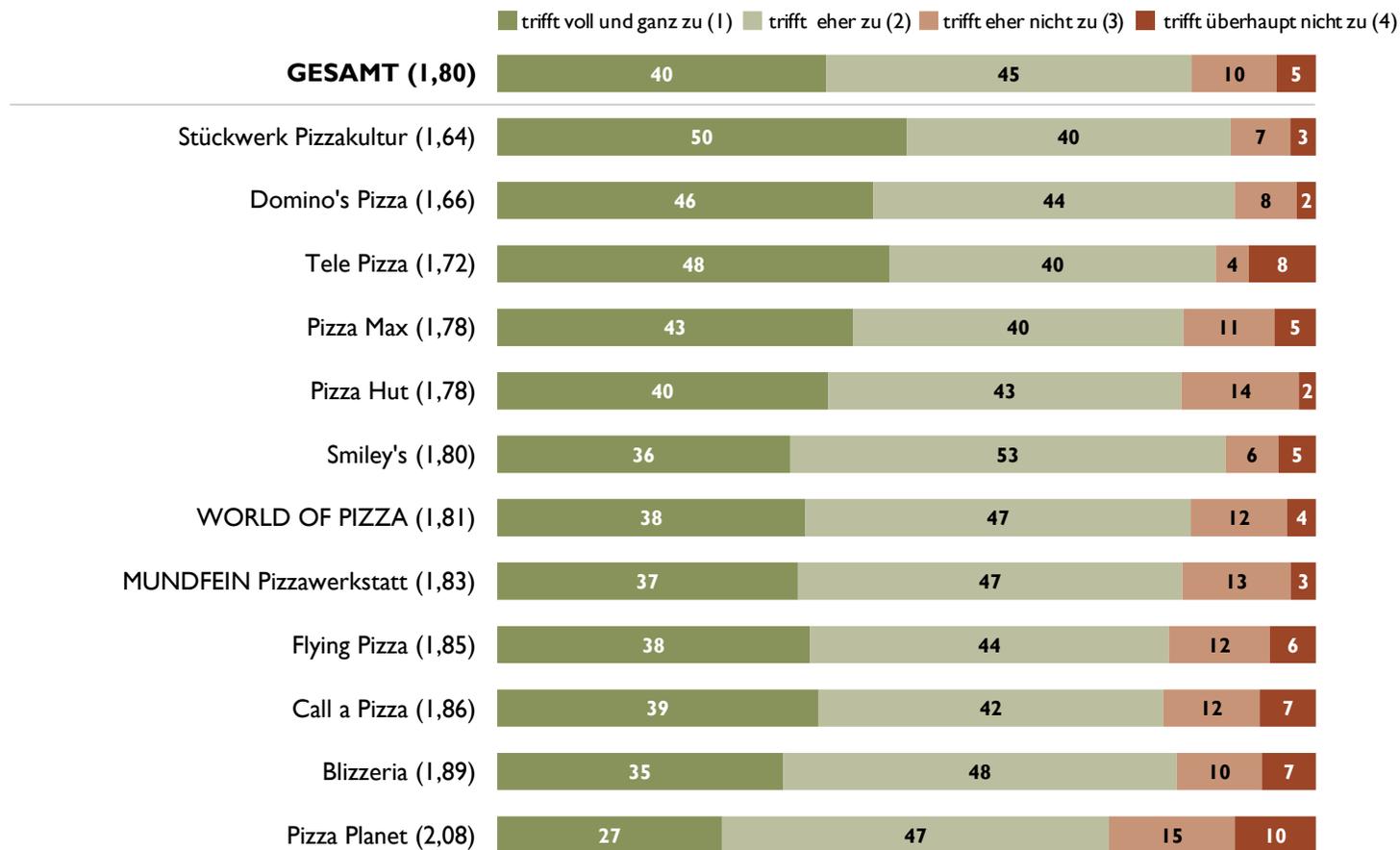
Geschmack der Speisen



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Qualität und Geschmack der Speisen bei (...) sind sehr gut.

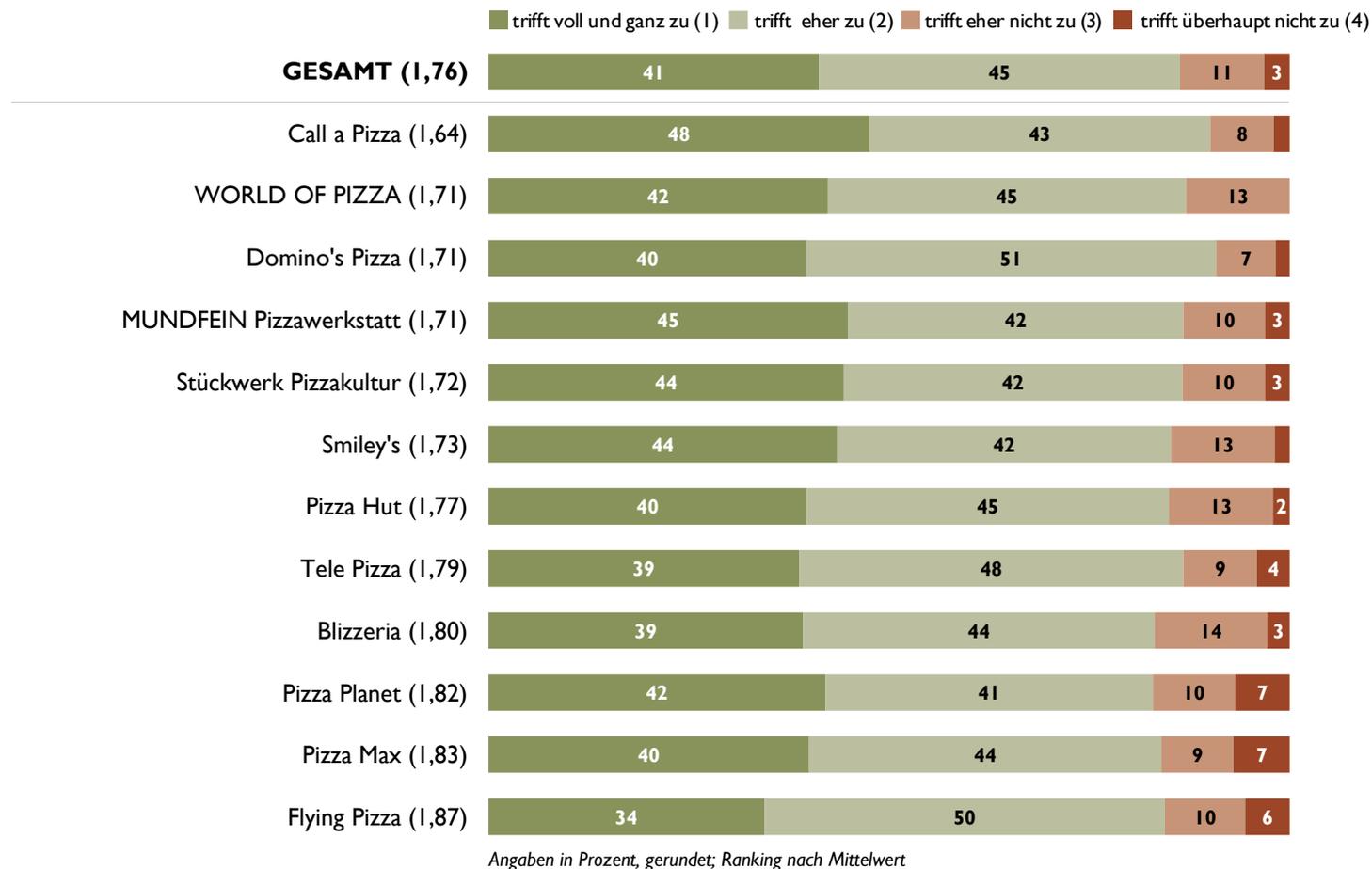
Schnelligkeit der Lieferung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

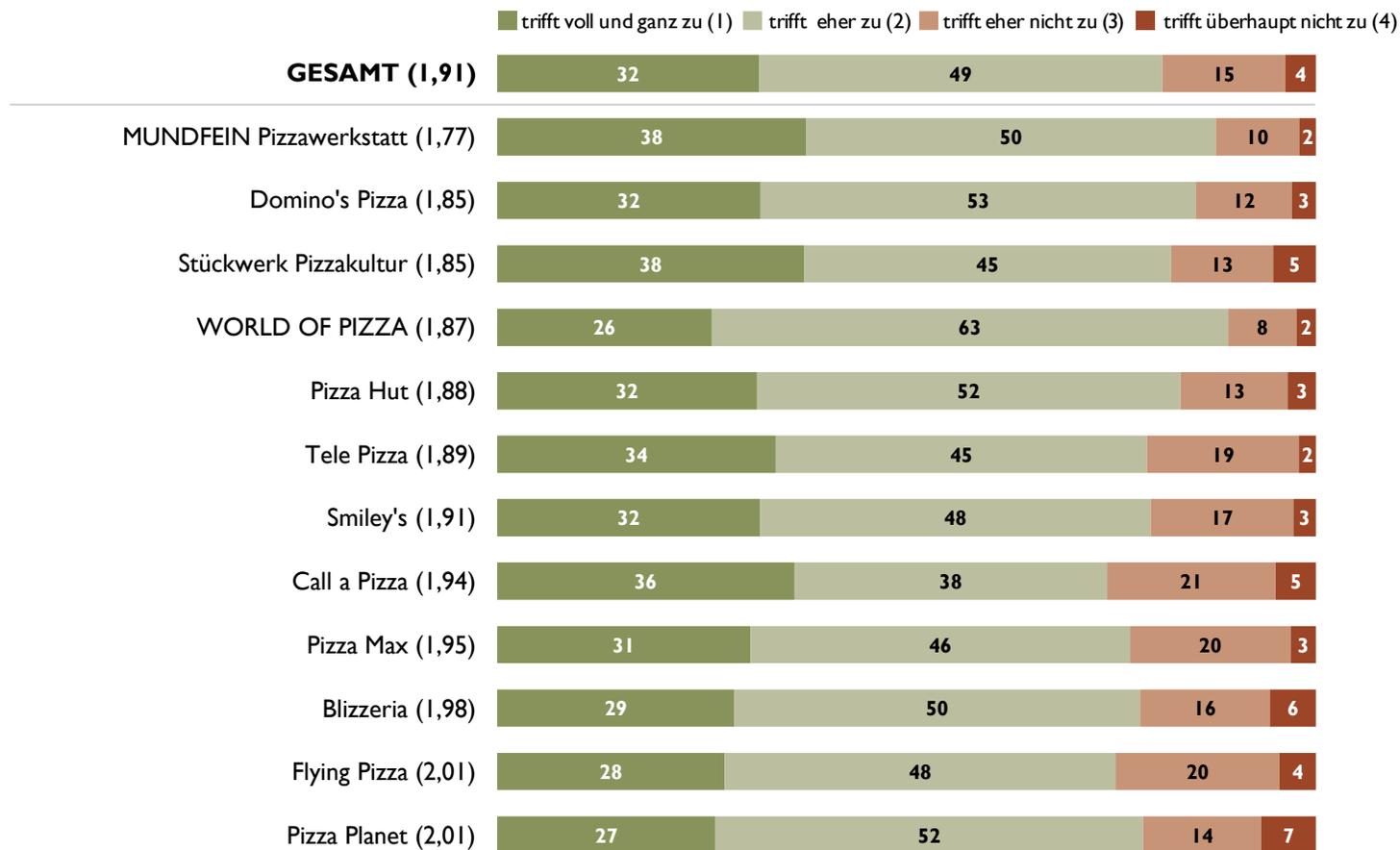
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Lieferung von (...) erfolgt schnell und zuverlässig.

Freundlichkeit der Lieferboten



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Lieferboten bei (...) sind freundlich.

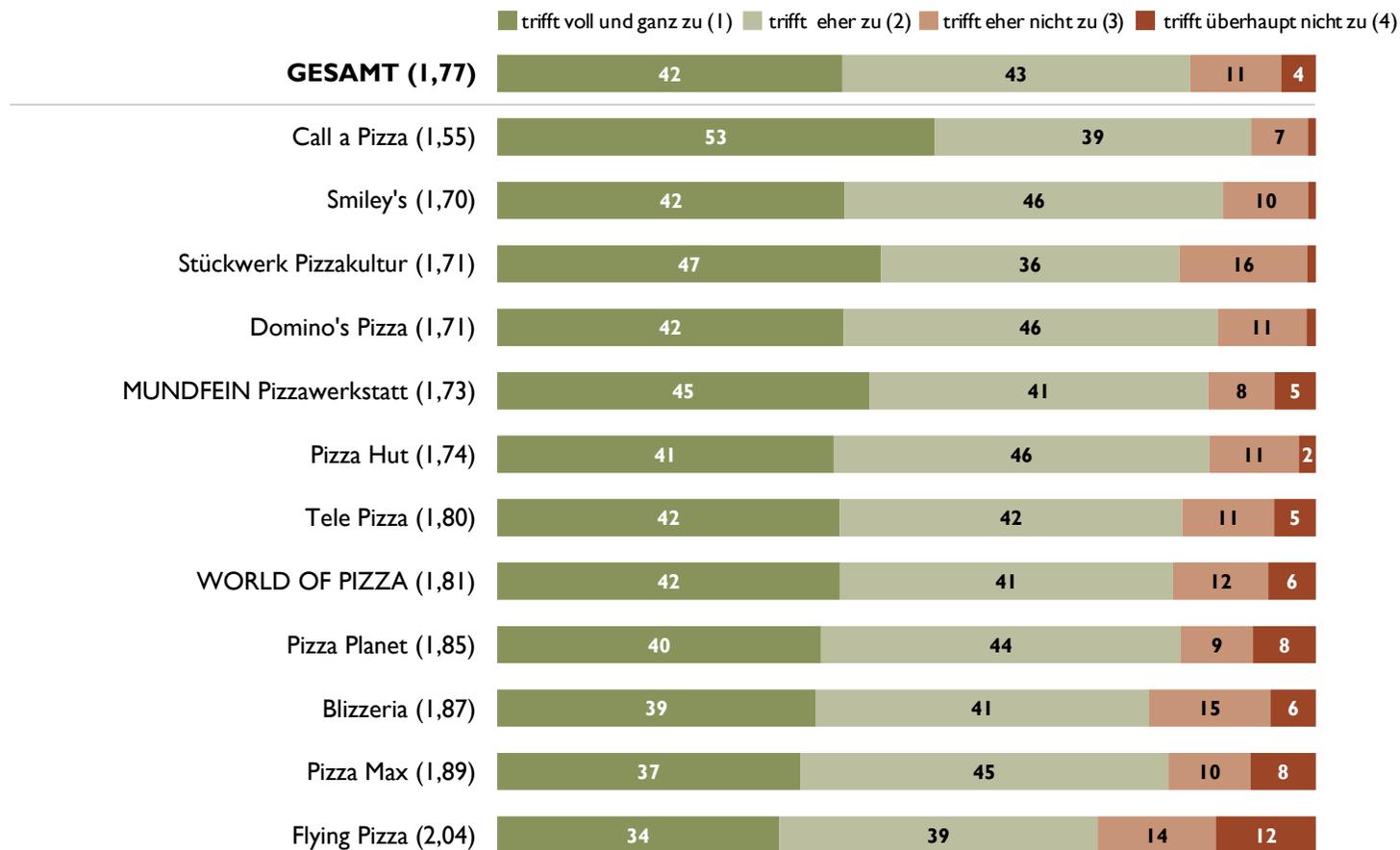
Pünktliche Lieferung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Zeitangabe von (...) stimmt mit dem Lieferzeitpunkt überein.

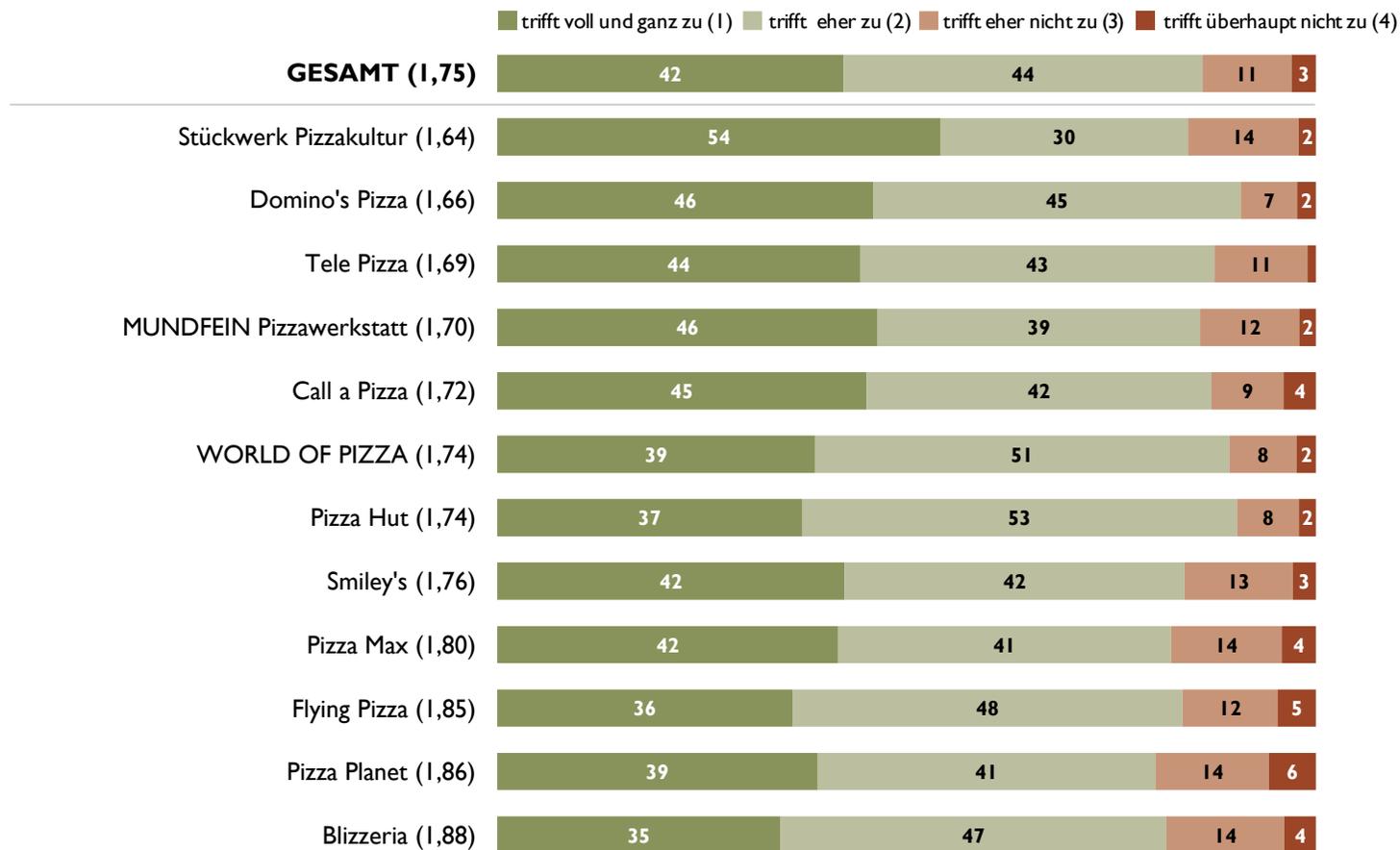
Vollständigkeit der Bestellung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die gelieferte Bestellung bei (...) ist vollständig.

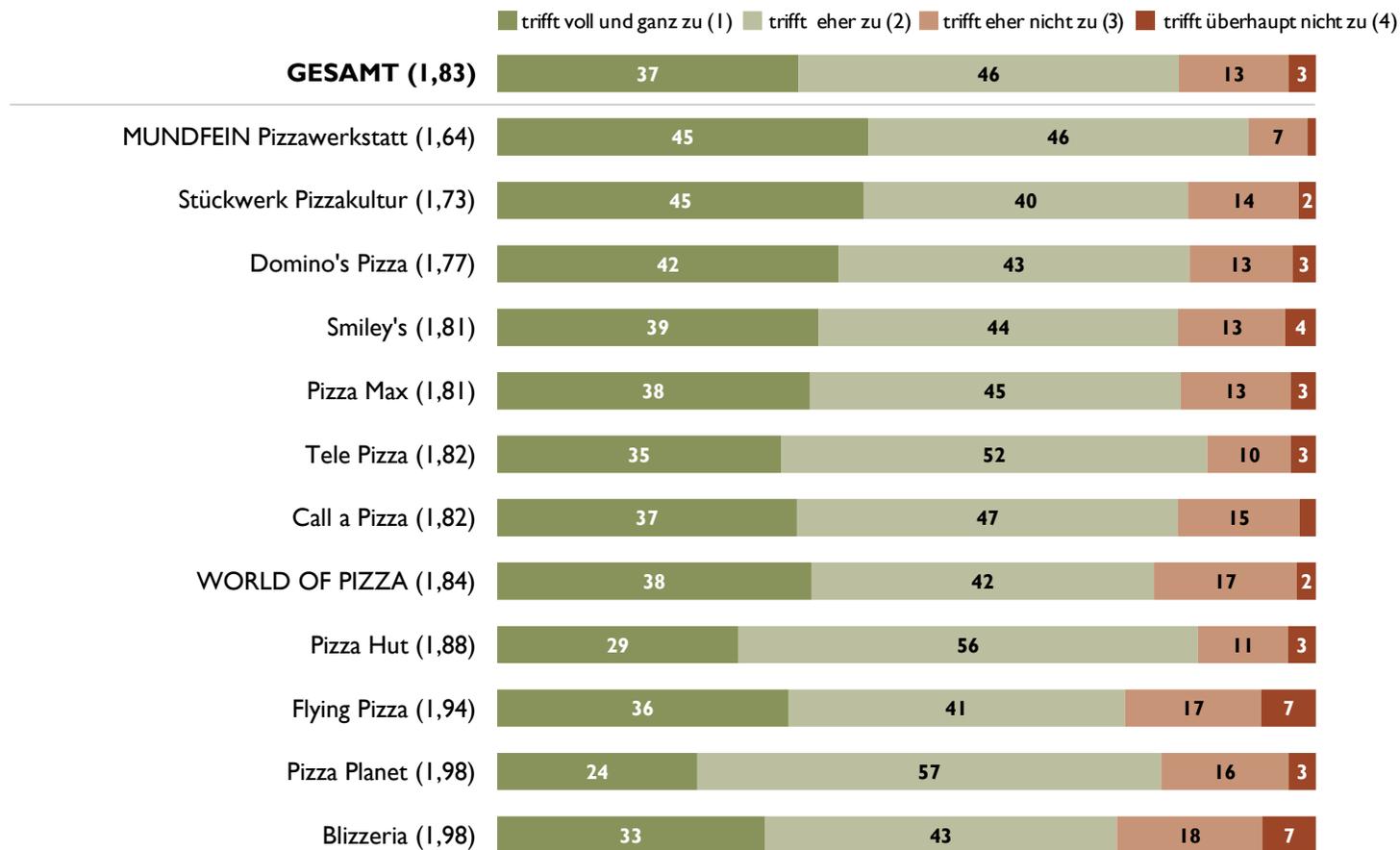
Angemessene Verpackung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die gelieferten Speisen von (...) sind angemessen verpackt.

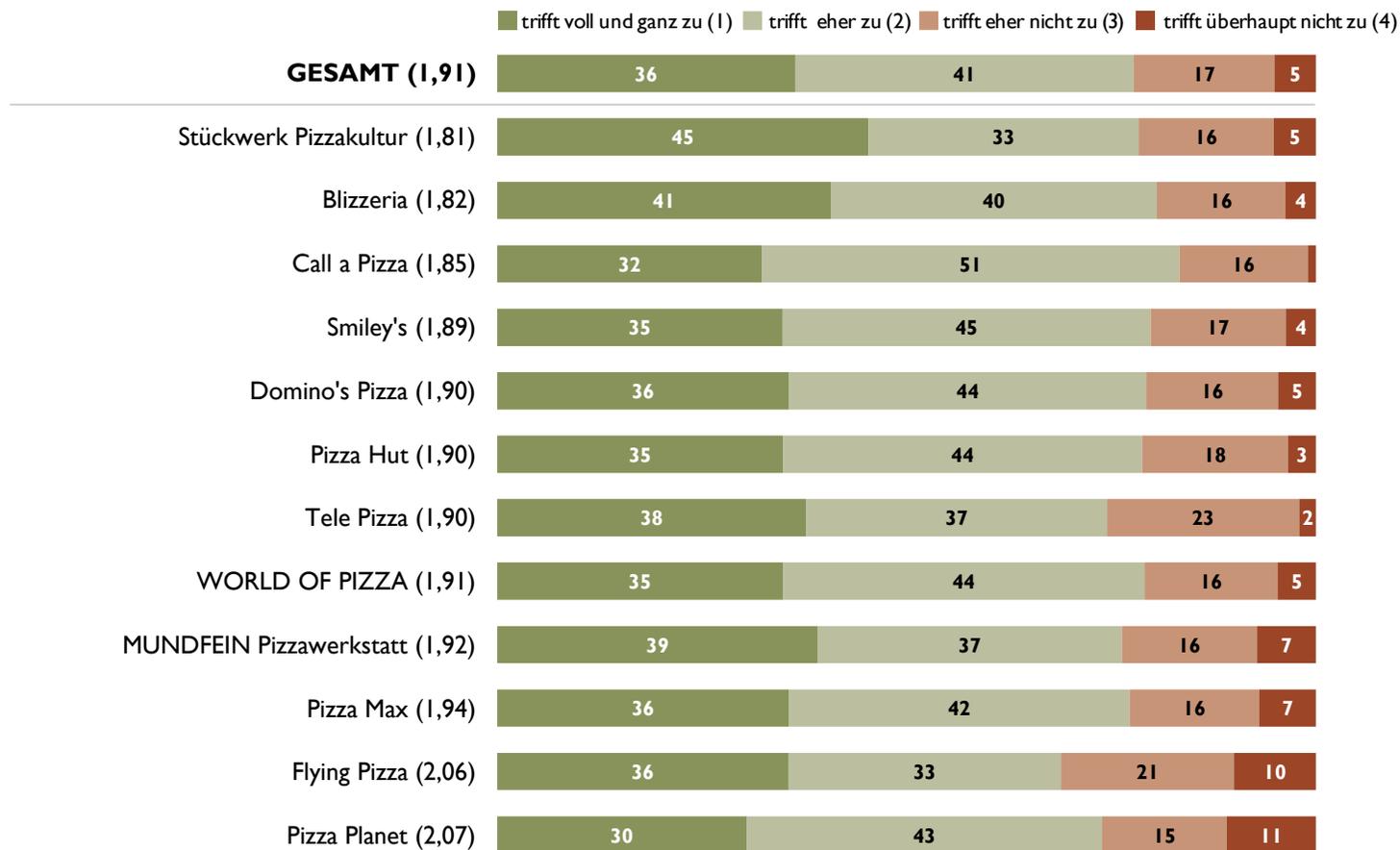
Speisen-Temperatur bei Lieferung



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Speisen von (...) kommen mit angemessener Temperatur an.

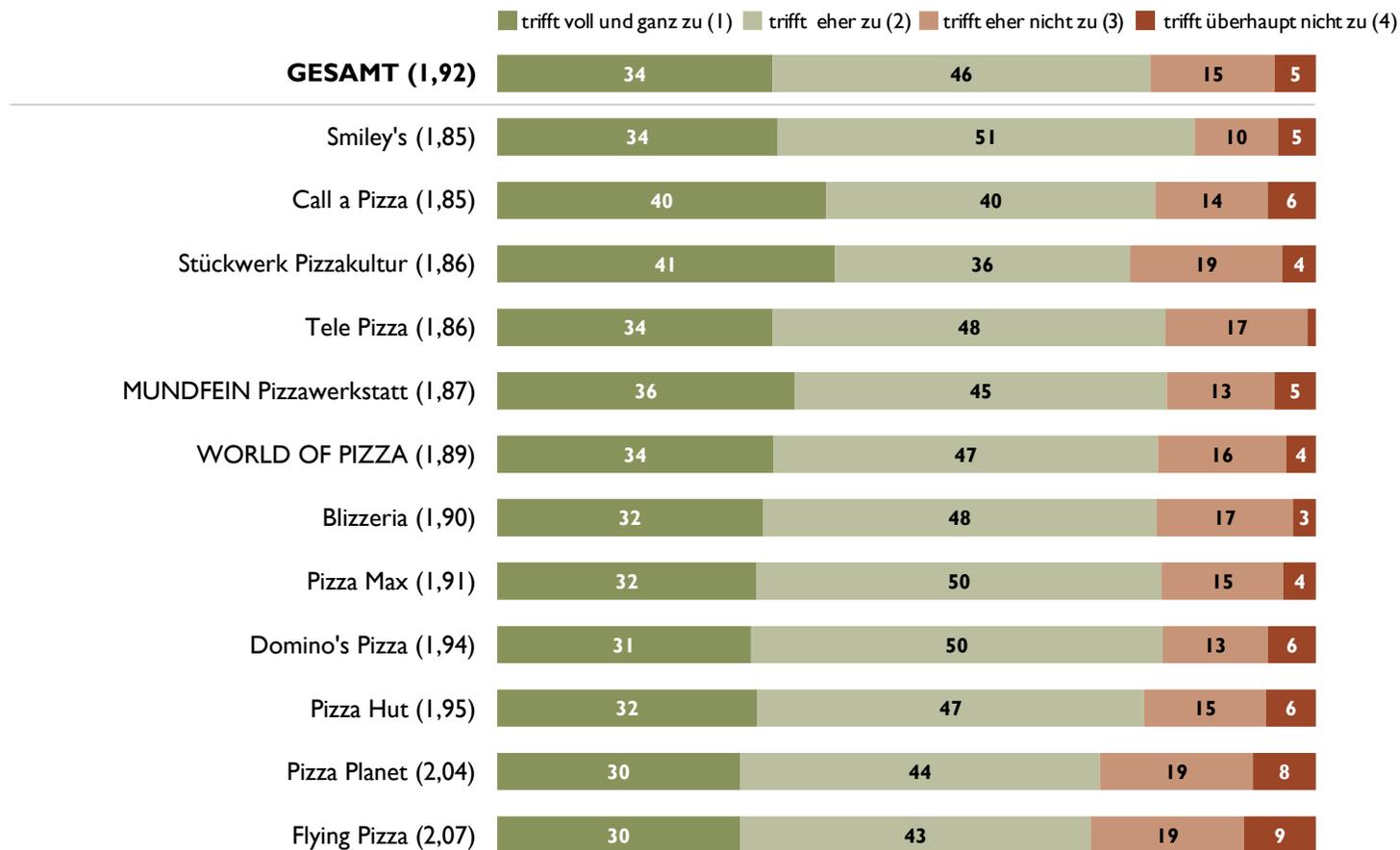
Preis-Leistungs-Verhältnis



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Für mein Geld bekomme ich bei (...) eine angemessene Leistung.

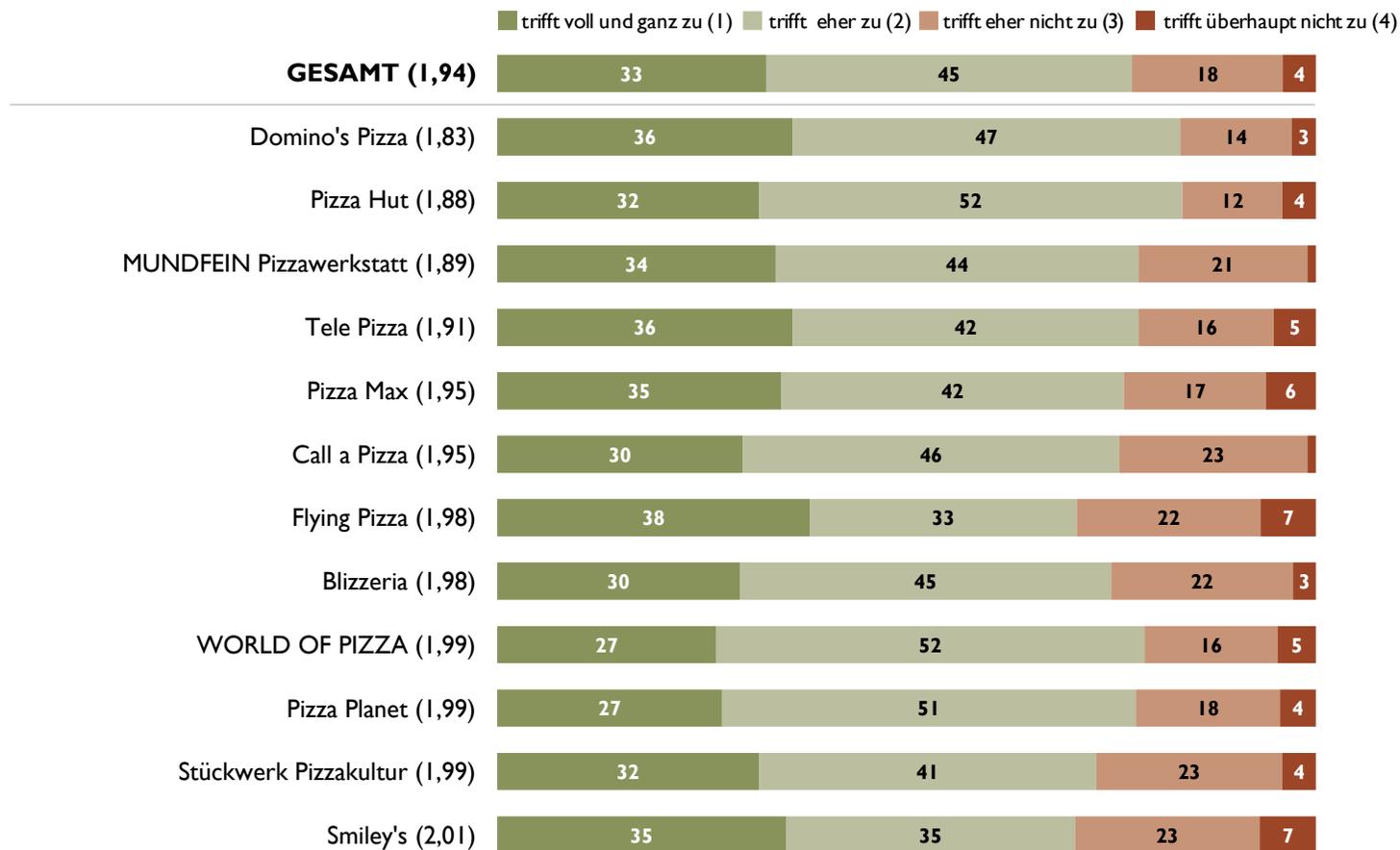
Transparenz der Preise und Kosten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Die Preise und Kosten bei (...) werden transparent dargestellt.

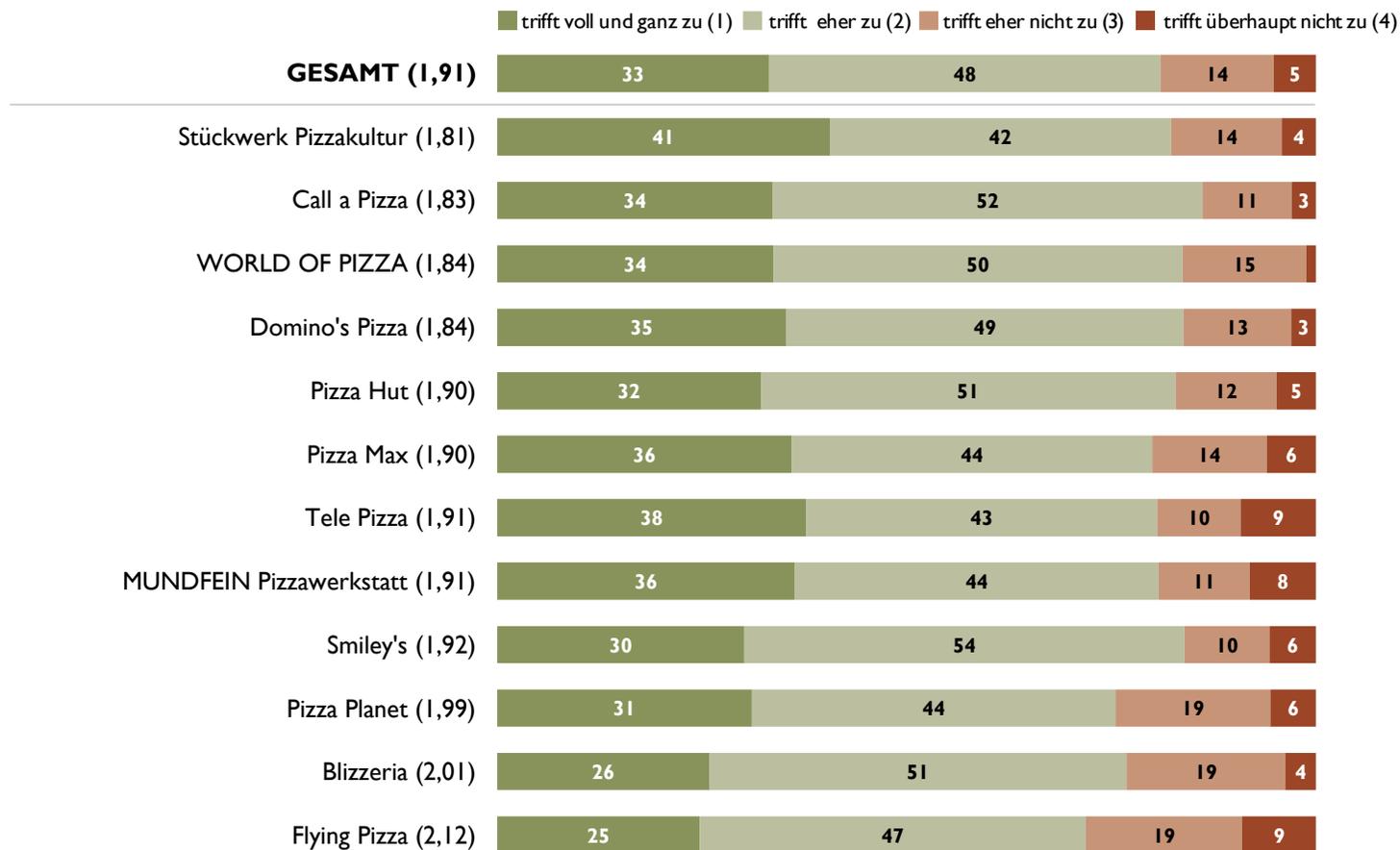
Attraktivität der Sonderangebote



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: (...) bietet attraktive Sonderangebote und Aktionen.

Angemessener Mindestbestellwert und Lieferkosten



Angaben in Prozent, gerundet; Ranking nach Mittelwert

Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf (...) zutreffen: Mindestbestellwert und Lieferkosten sind bei (...) angemessen.

Inhalt

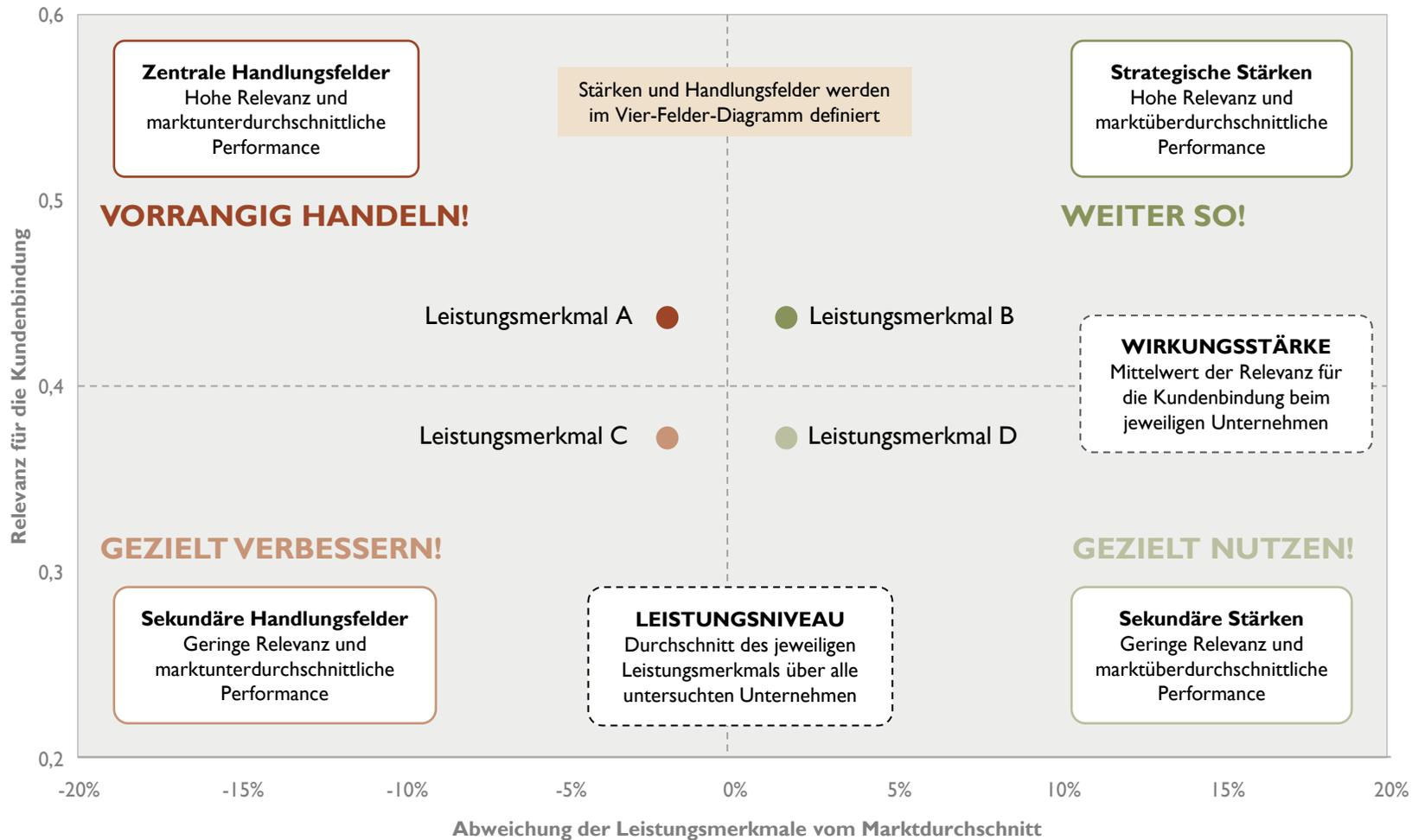
1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Leistungsprofile einzelner Anbieter

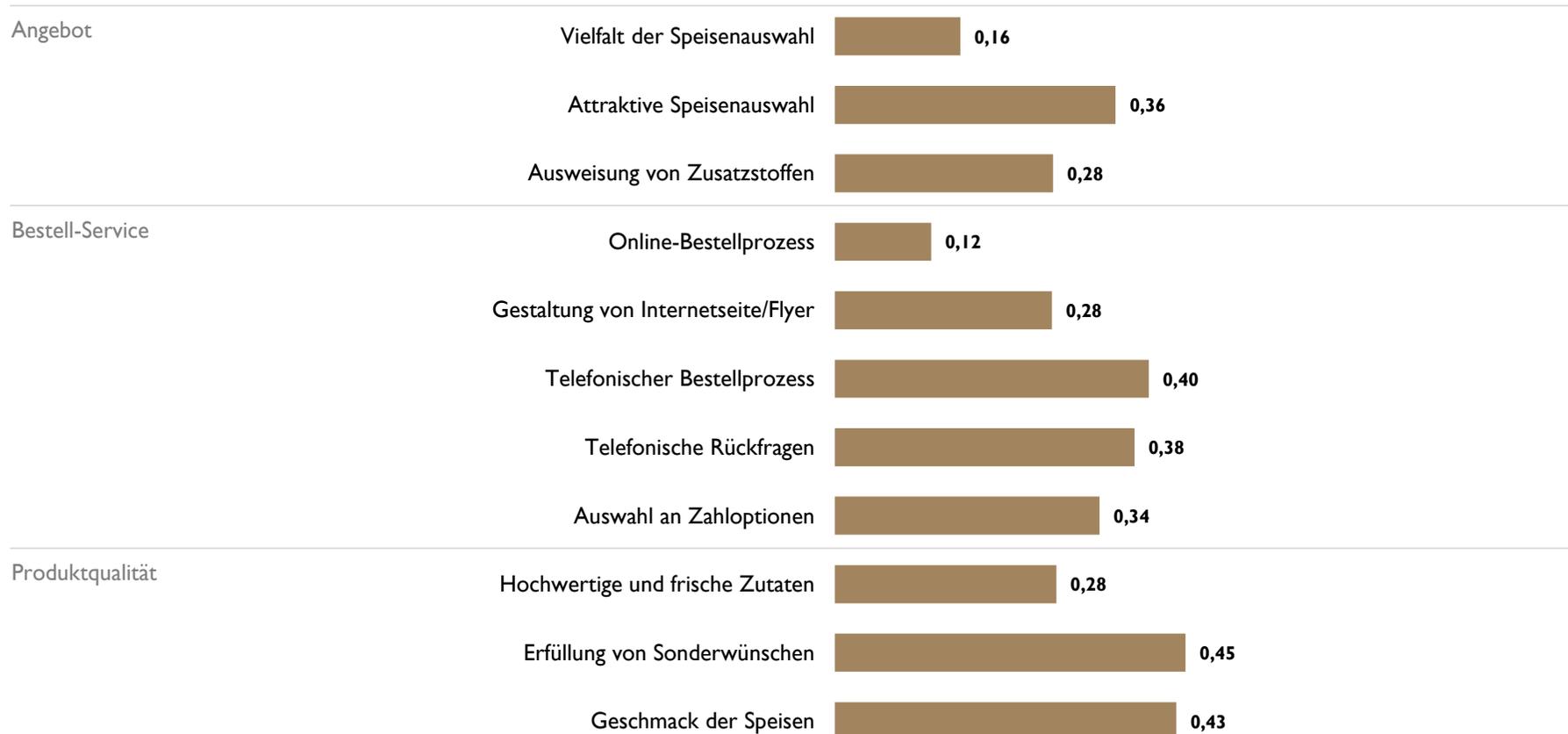
Auf den folgenden Seiten sind die Ergebnisse zu den einzelnen Unternehmen in alphabetischer Reihenfolge aufgeführt. Dargestellt werden dabei die folgenden Aspekte:

- **Kundenbindungstreiber:** Einfluss der Service- und Leistungsmerkmale auf die individuelle Kundenbindung (= Korrelationsanalyse)
- **Leistungsprofil:** Gestützte Kunden-Beurteilung der untersuchten Leistungen
- **Leistungsprofil im Marktvergleich:** Positionierung jedes Anbieters hinsichtlich der Service- und Leistungsattribute im Verhältnis zum Gesamtmarkt
- **Handlungs-Relevanz-Matrix:** Abweichungen der Beurteilungen vom Marktdurchschnitt, unter Berücksichtigung der Relevanz für die Kundenbindung

Lesebeispiel zur Handlungs-Relevanz-Matrix

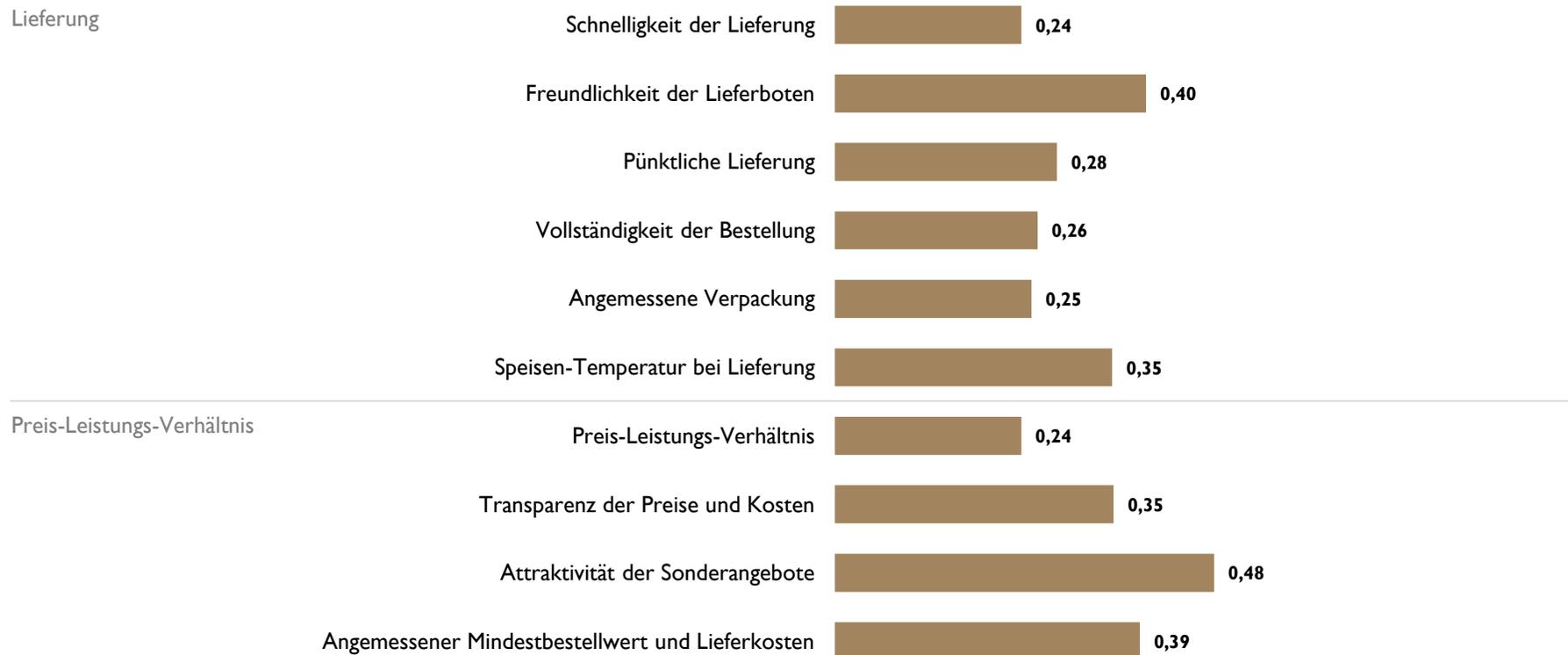


Kundenbindungstreiber – Blizzera (I)



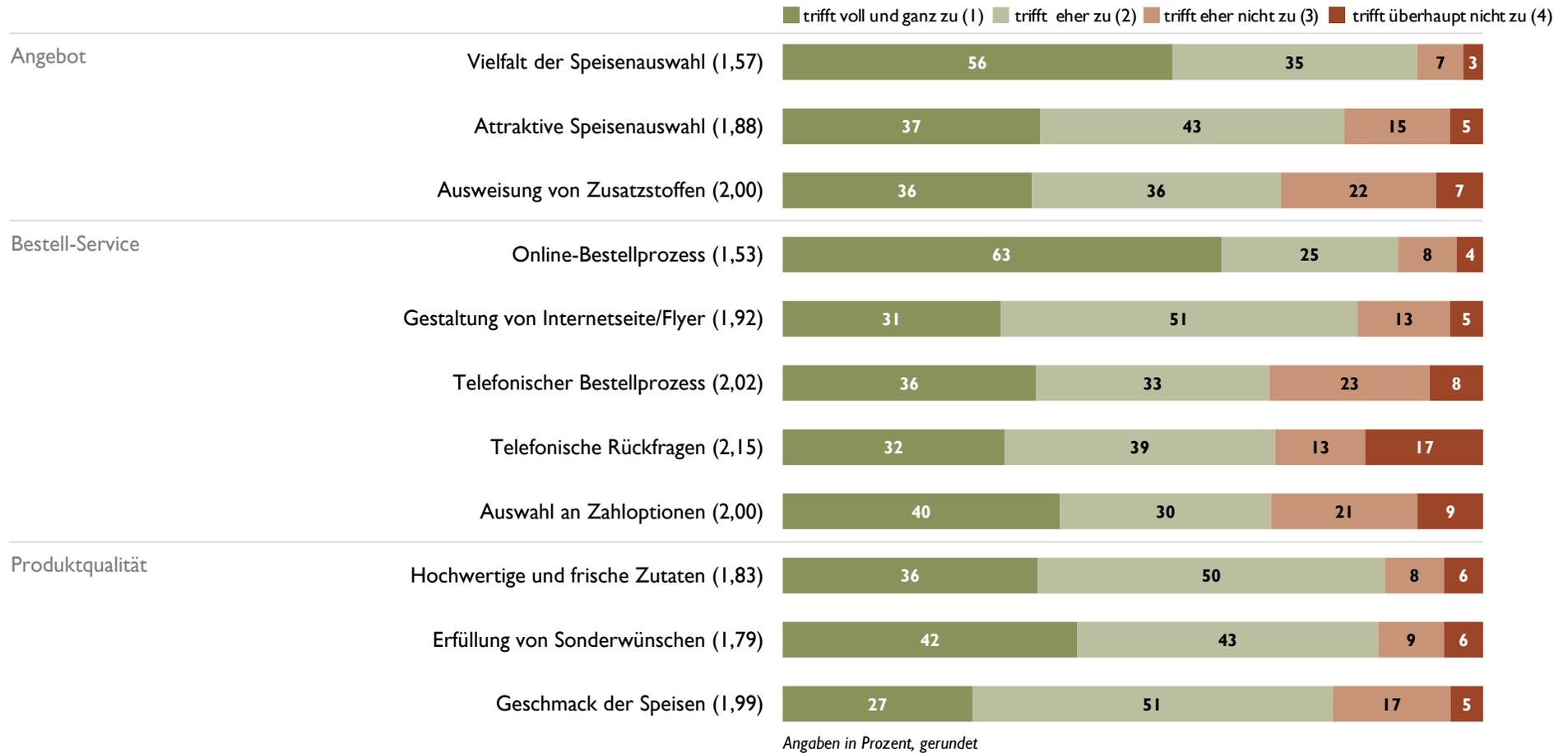
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Blizzera (II)



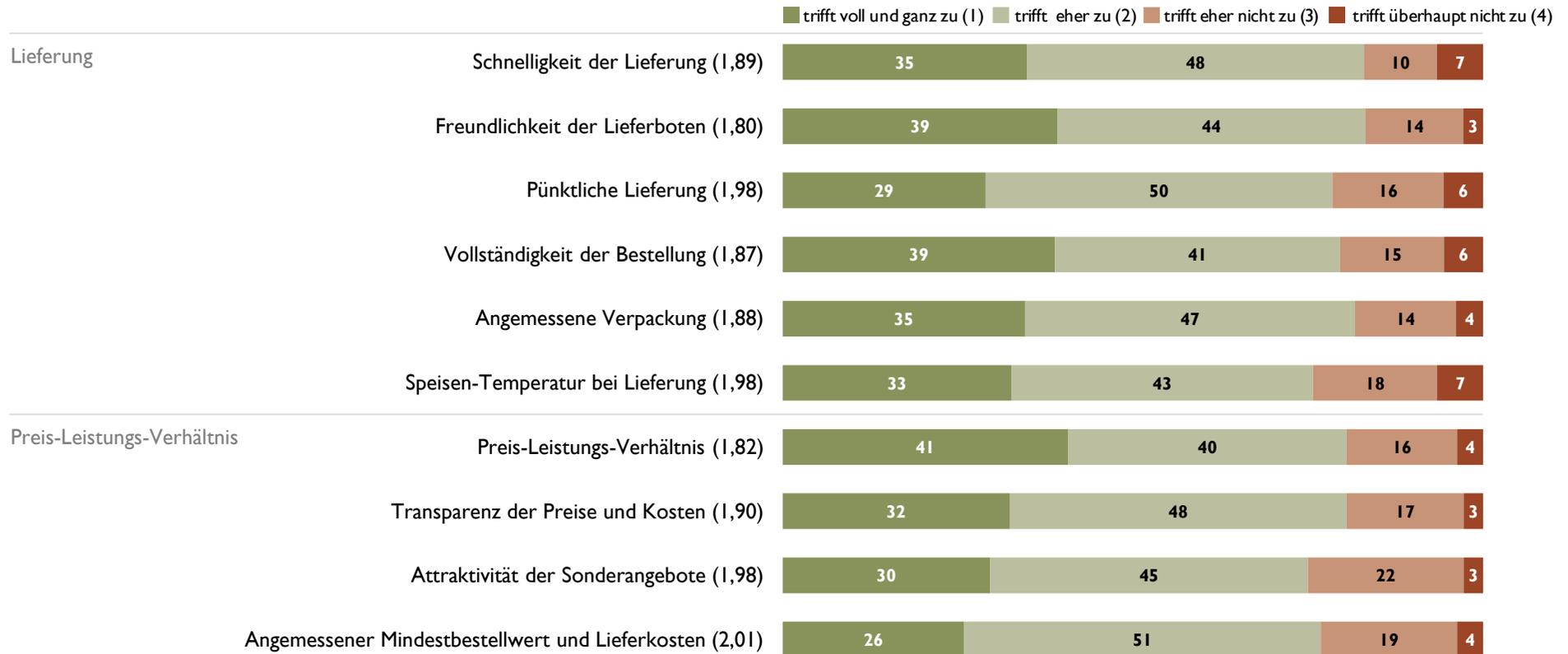
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Blizzera (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Blizzera zutreffen:

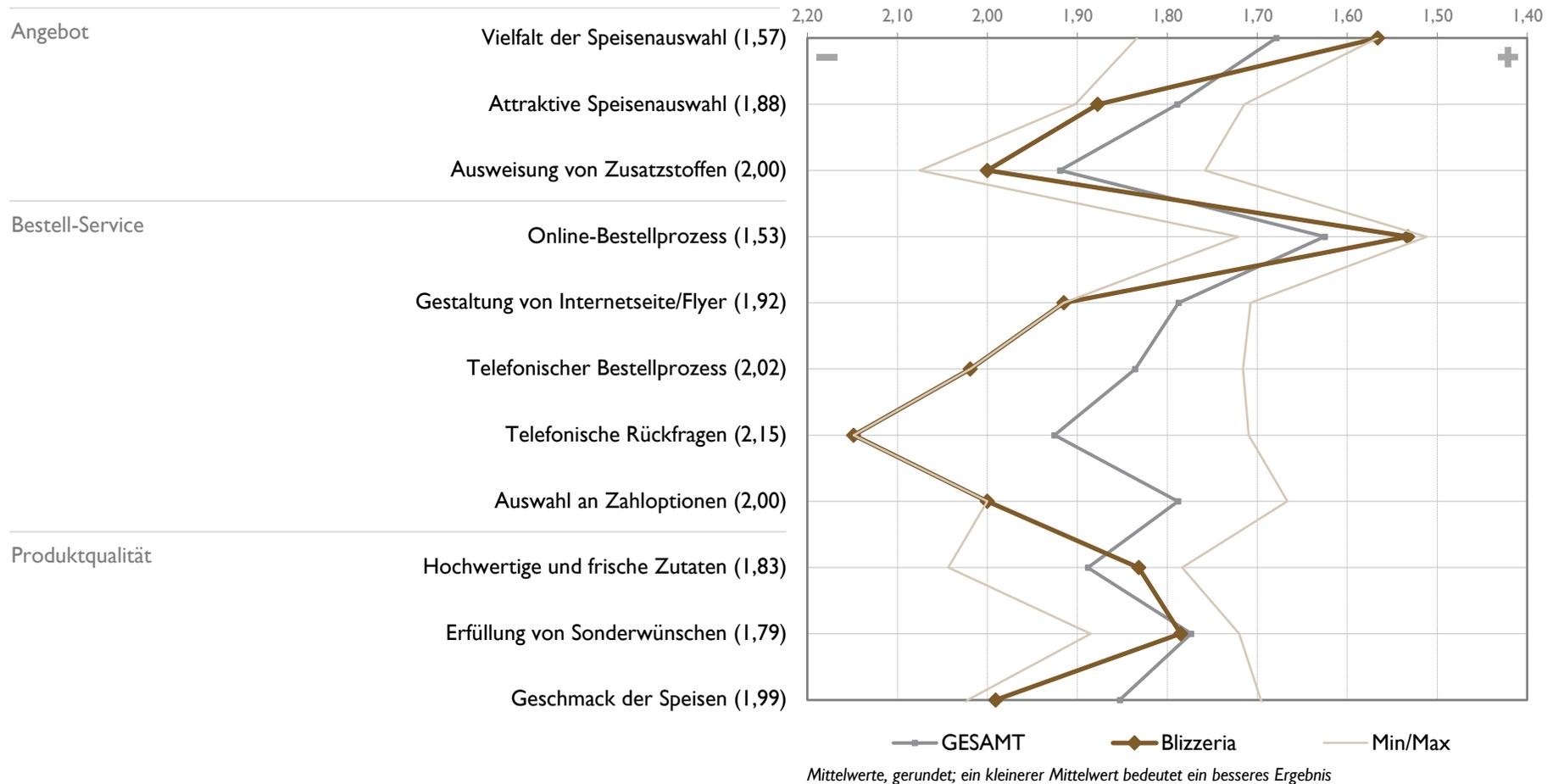
Leistungsprofil – Blizzera (II)



Angaben in Prozent, gerundet

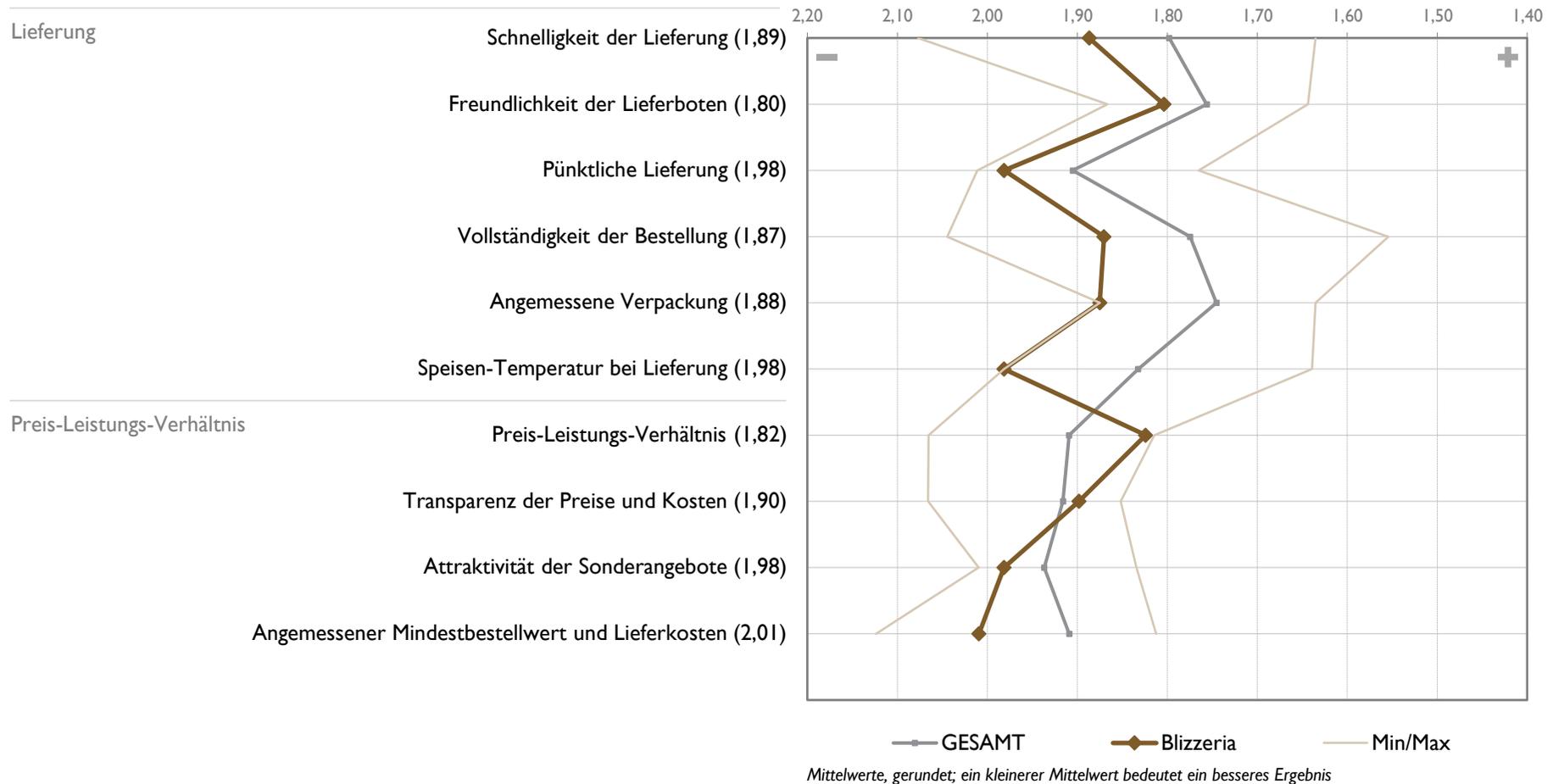
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Blizzera zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Blizzera (I)



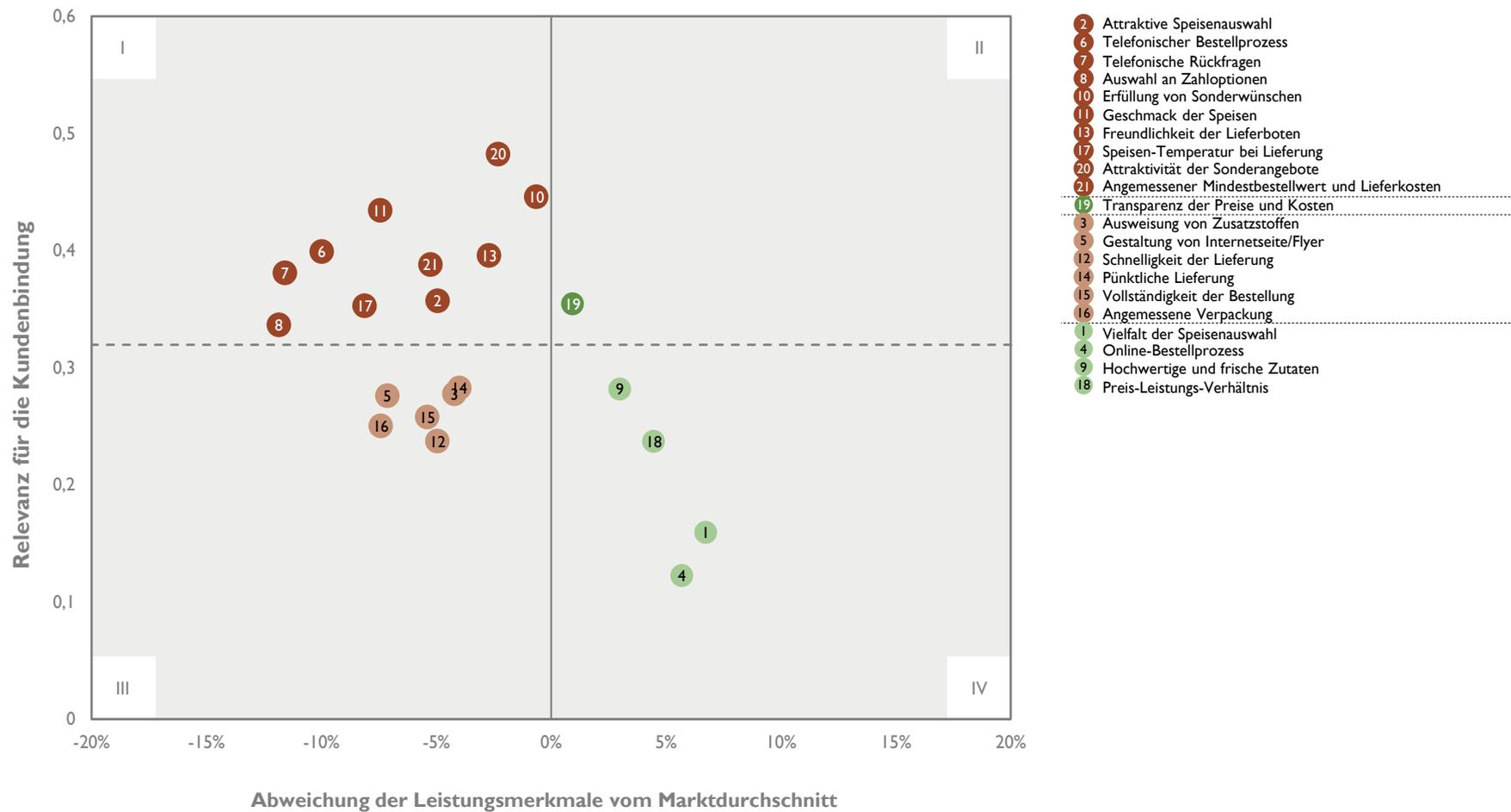
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Blizzera zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Blizzera (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Blizzera zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Blizzzeria

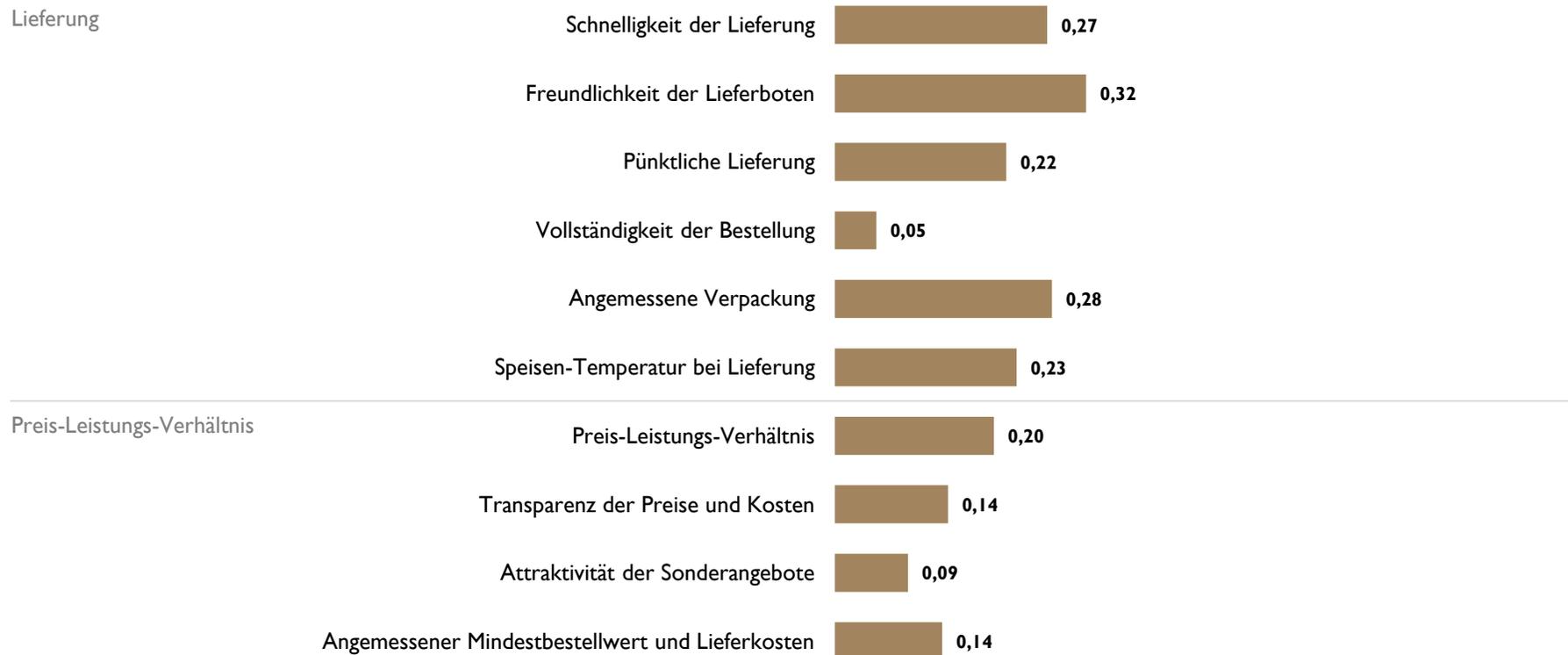


Kundenbindungstreiber – Call a Pizza (I)



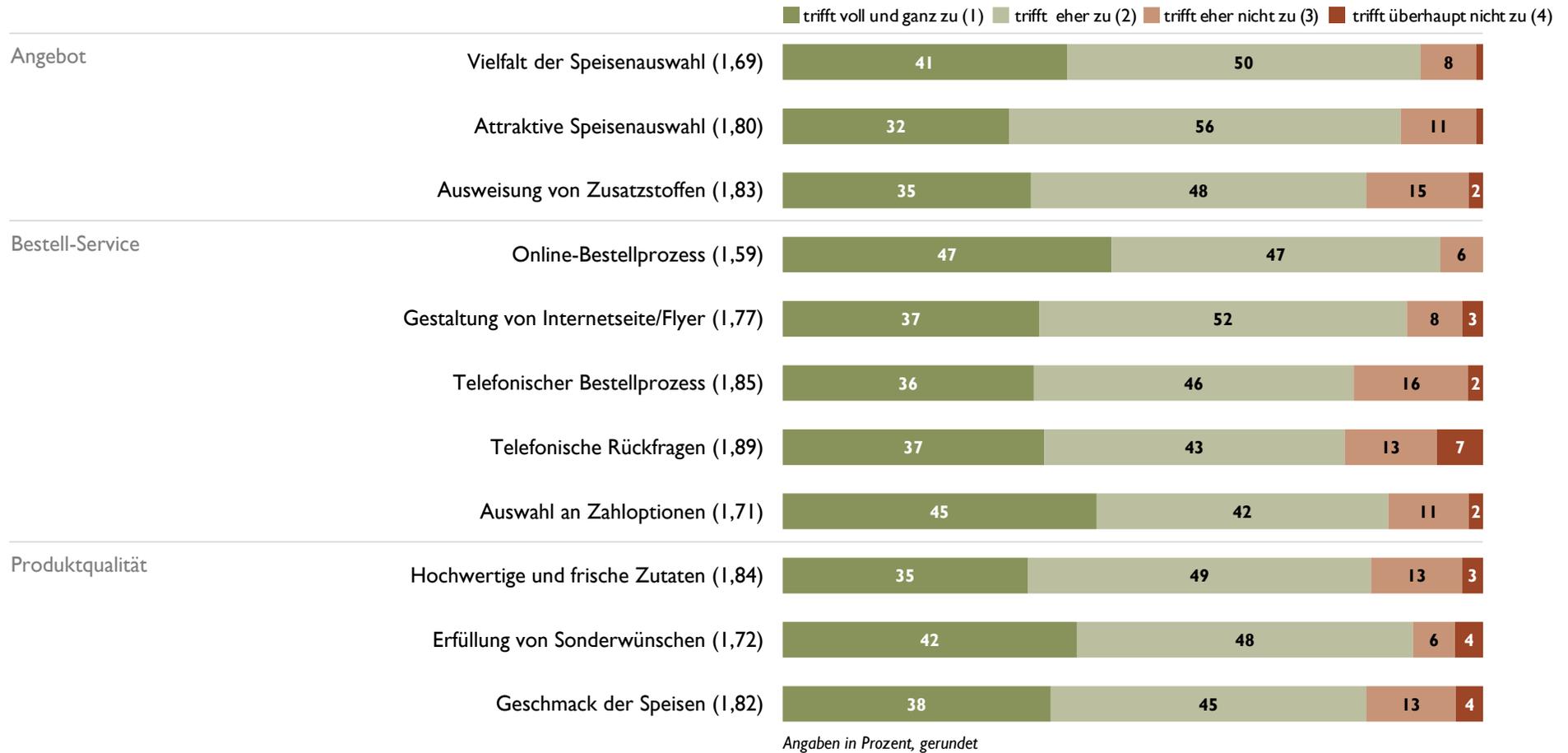
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Call a Pizza (II)



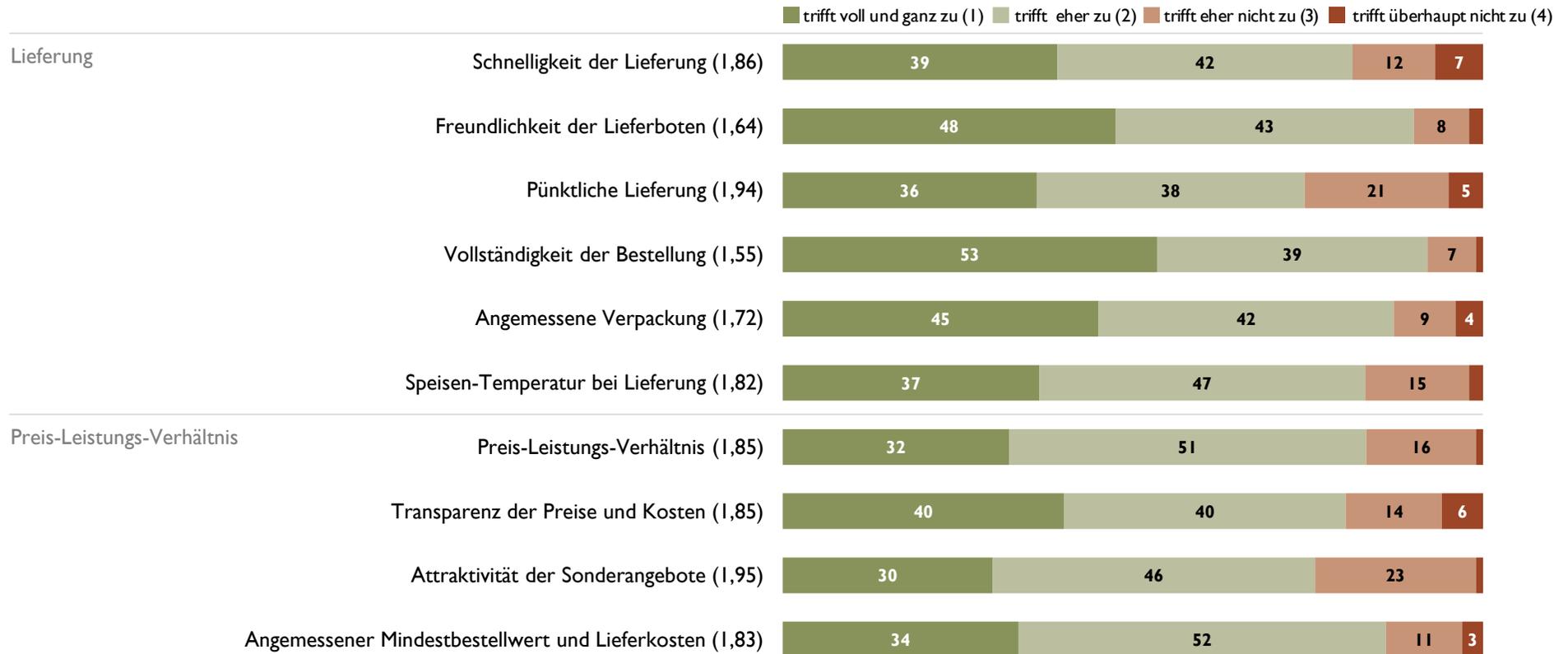
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Call a Pizza (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Call a Pizza zutreffen:

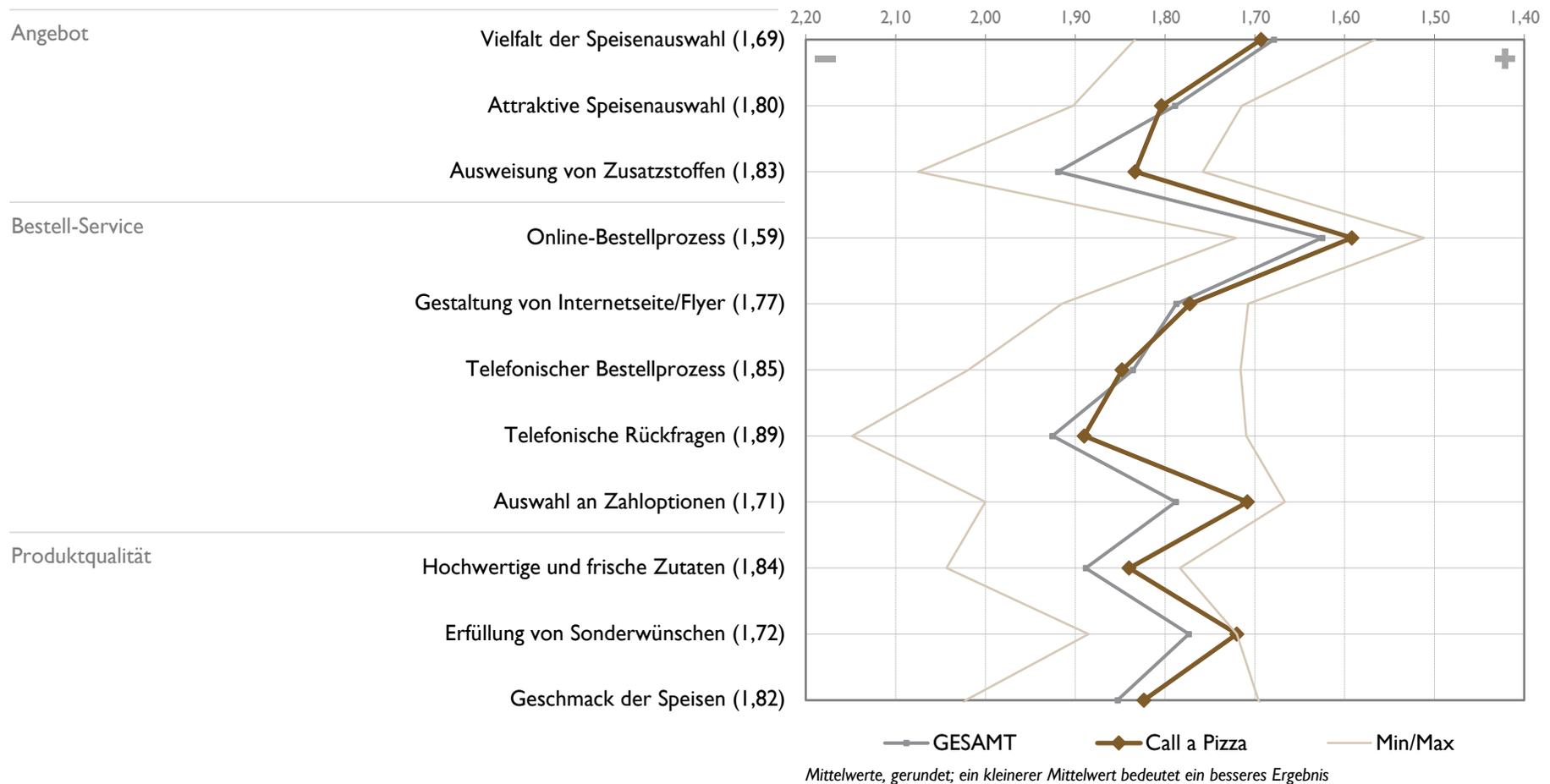
Leistungsprofil – Call a Pizza (II)



Angaben in Prozent, gerundet

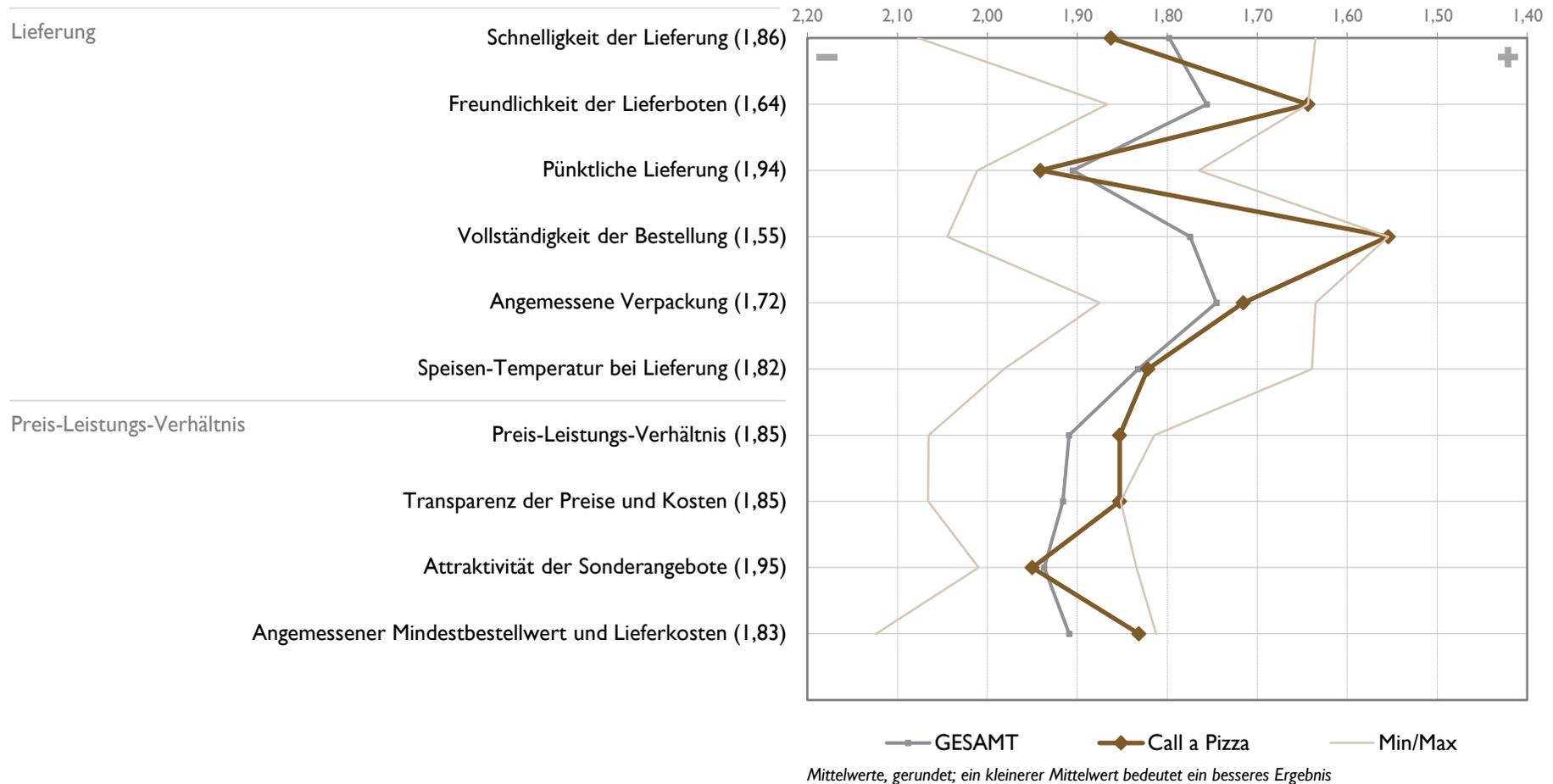
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Call a Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Call a Pizza (I)



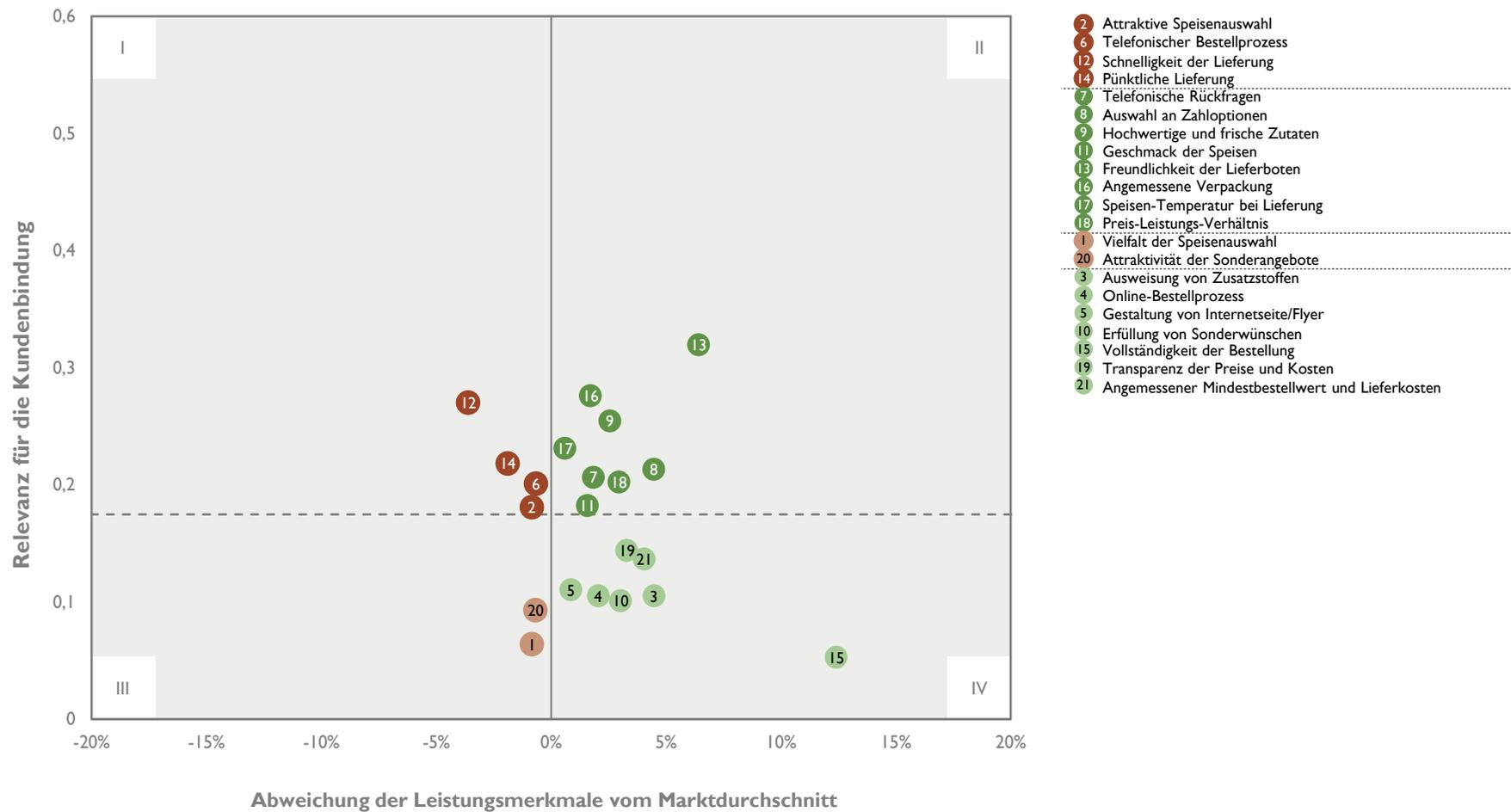
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Call a Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Call a Pizza (II)

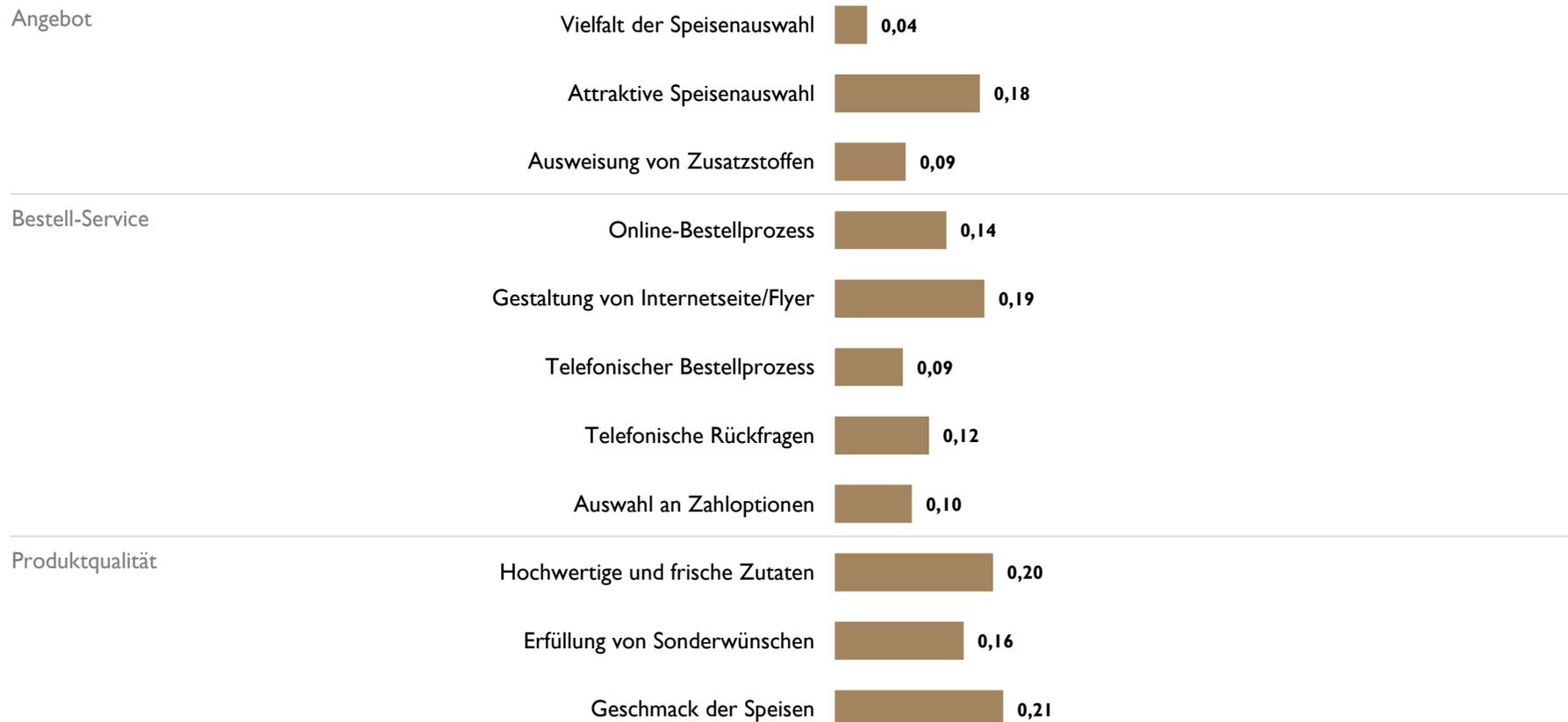


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Call a Pizza zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Call a Pizza

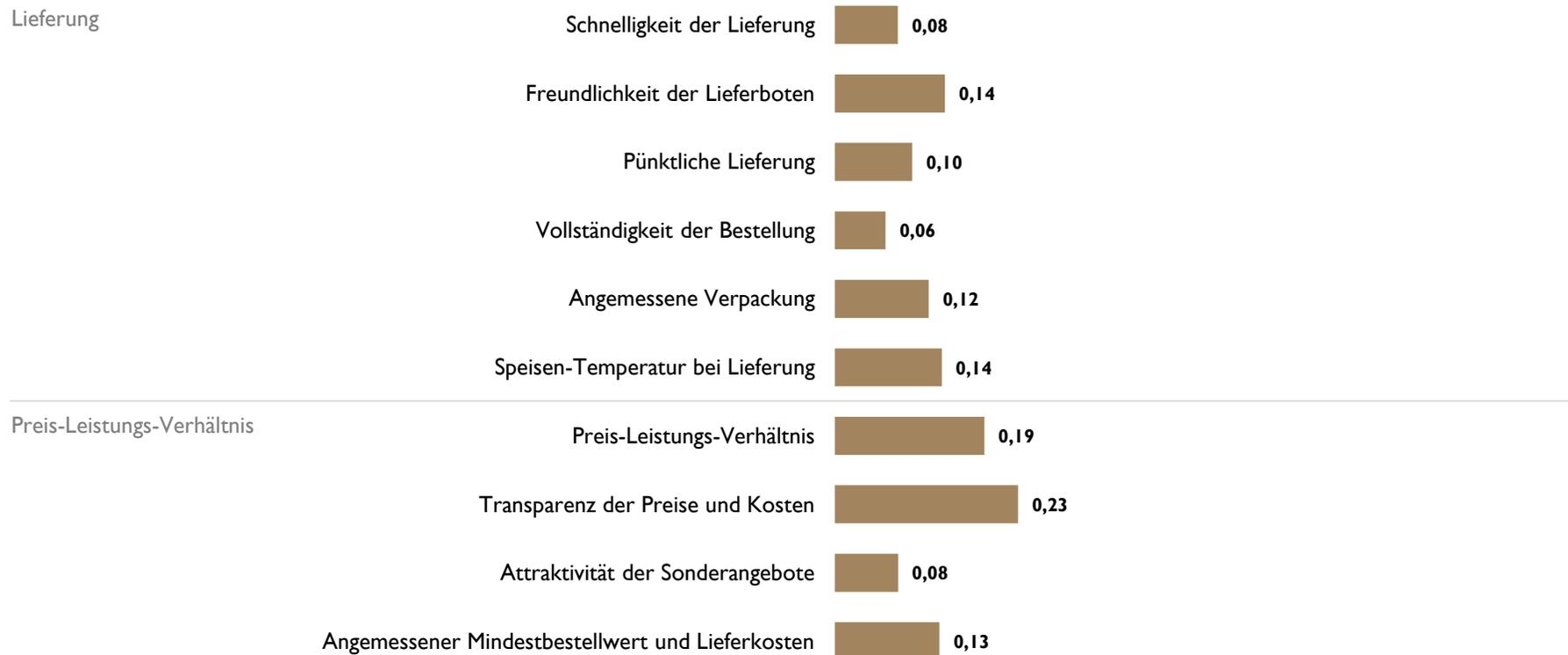


Kundenbindungstreiber – Domino's Pizza (I)



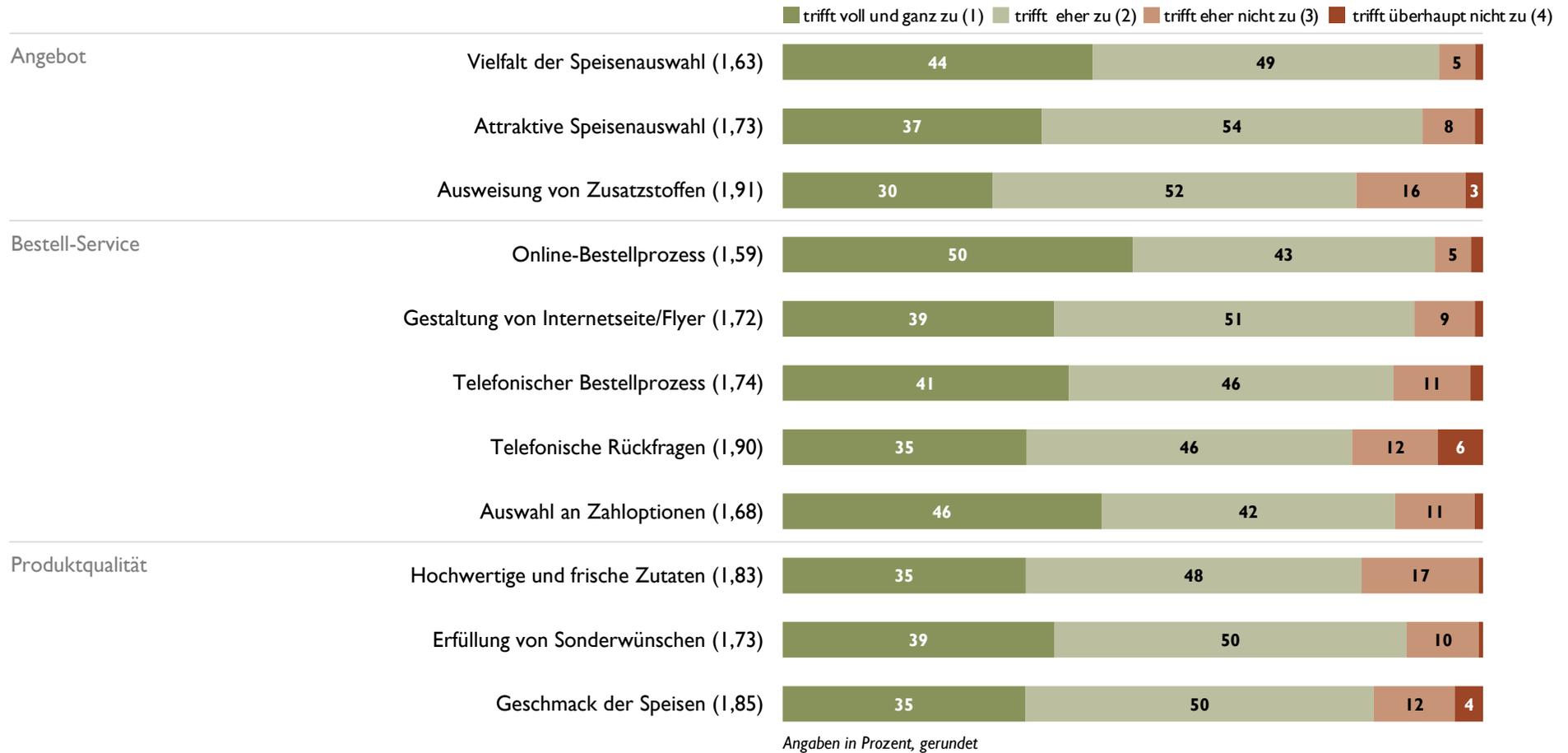
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Domino's Pizza (II)



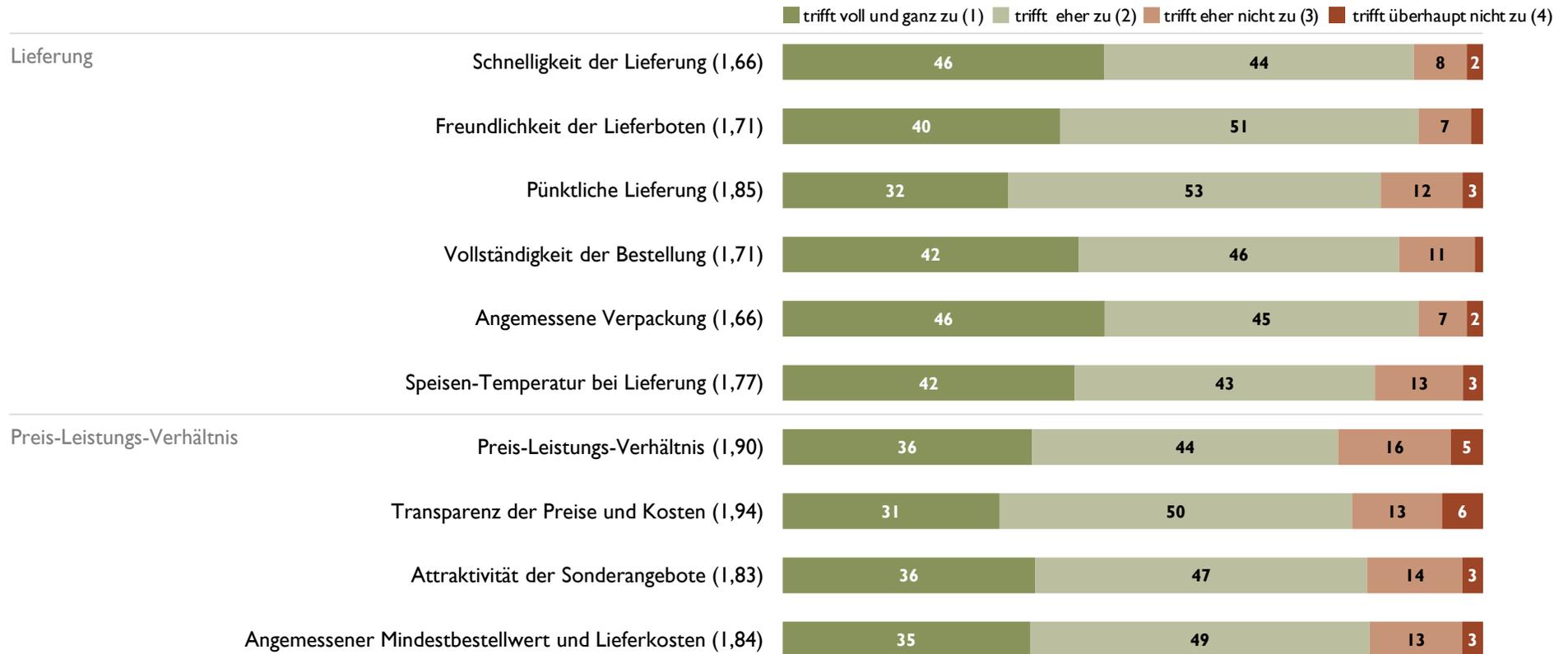
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Domino's Pizza (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Domino's Pizza zutreffen:

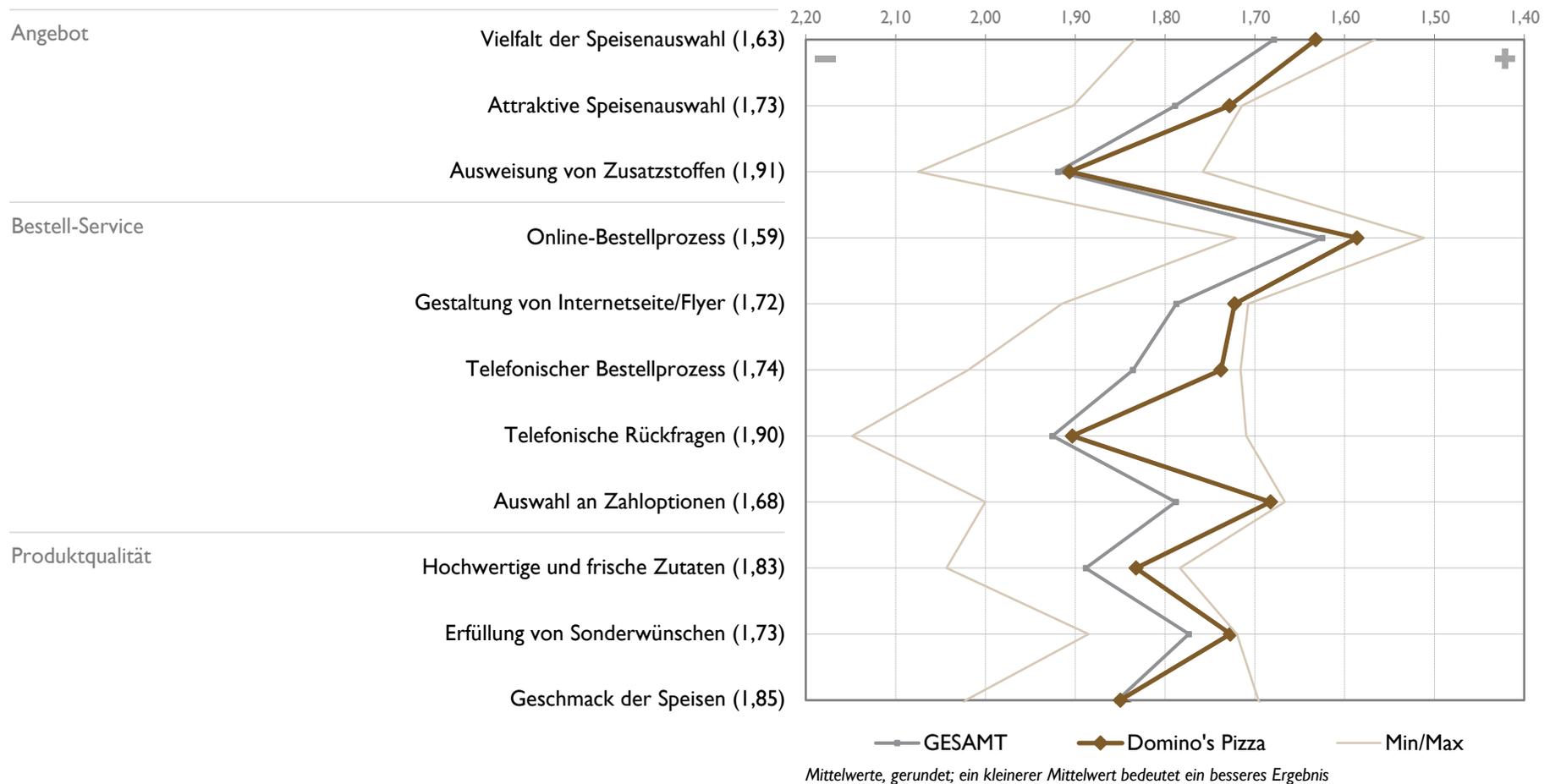
Leistungsprofil – Domino's Pizza (II)



Angaben in Prozent, gerundet

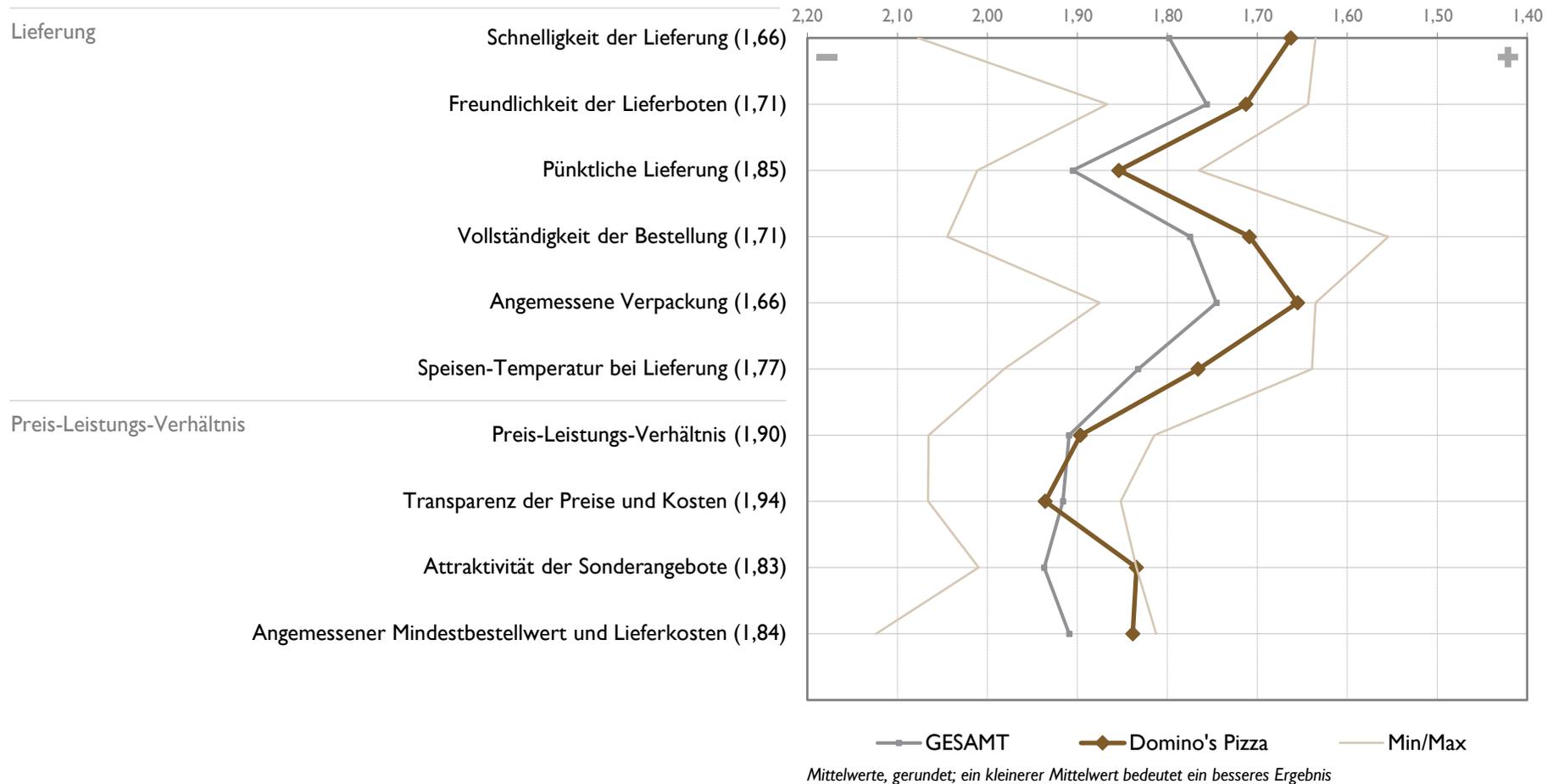
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Domino's Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Domino's Pizza (I)



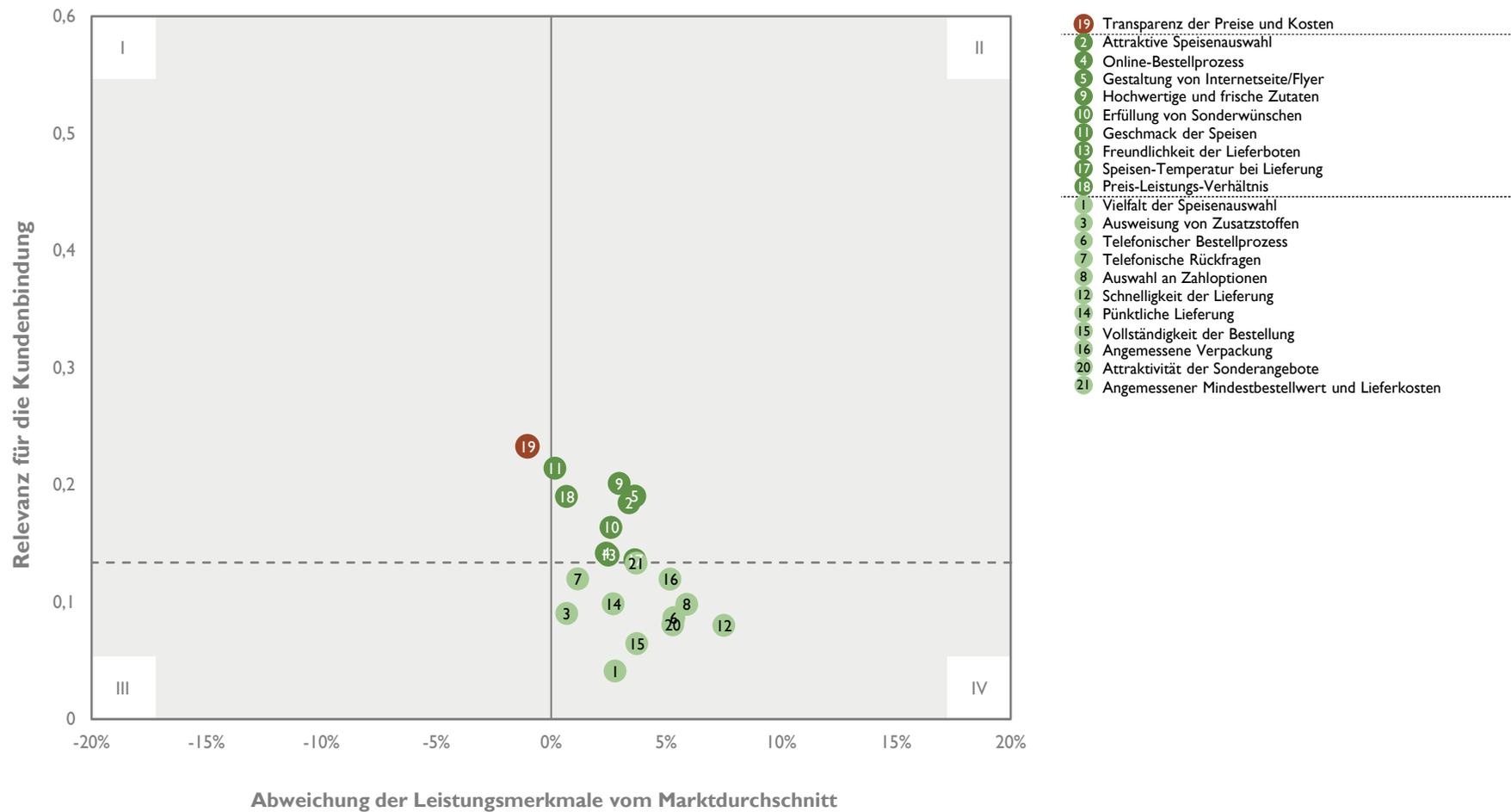
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Domino's Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Domino's Pizza (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Domino's Pizza zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Domino's Pizza

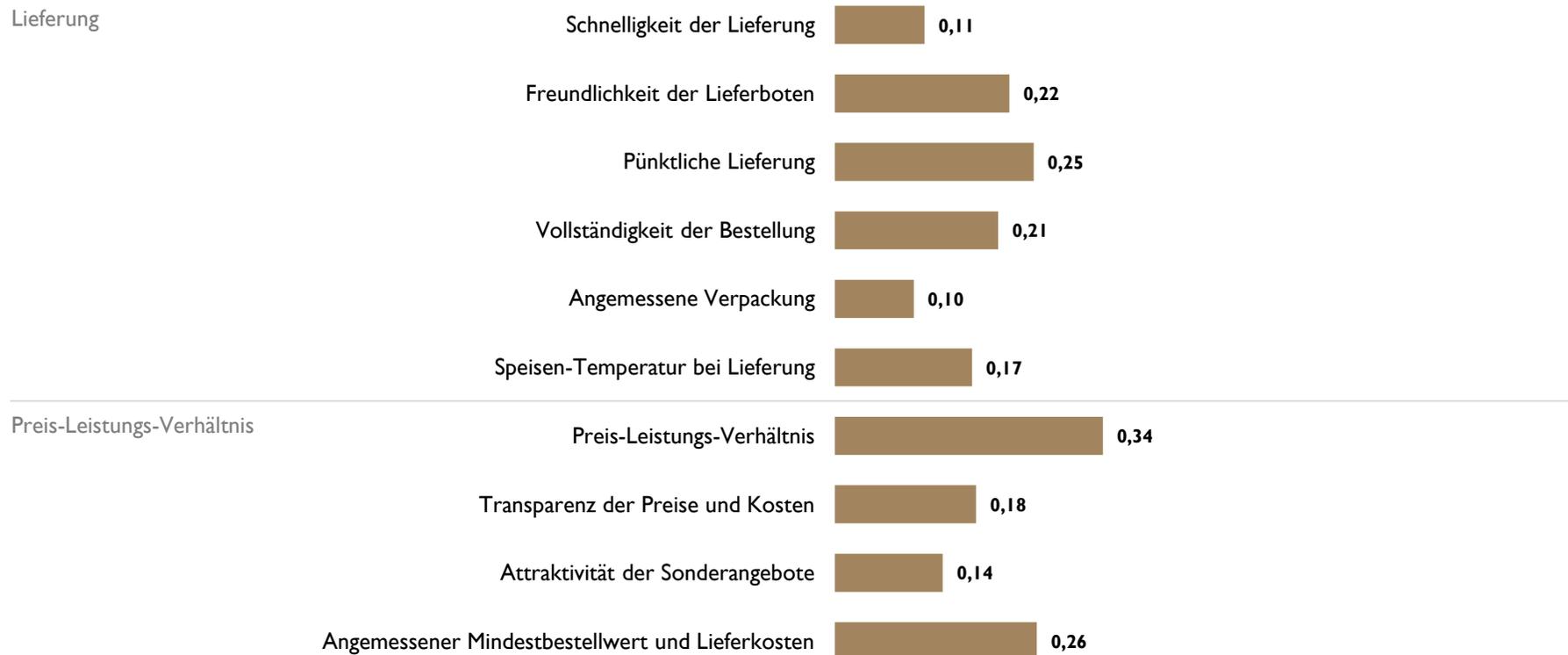


Kundenbindungstreiber – Flying Pizza (I)



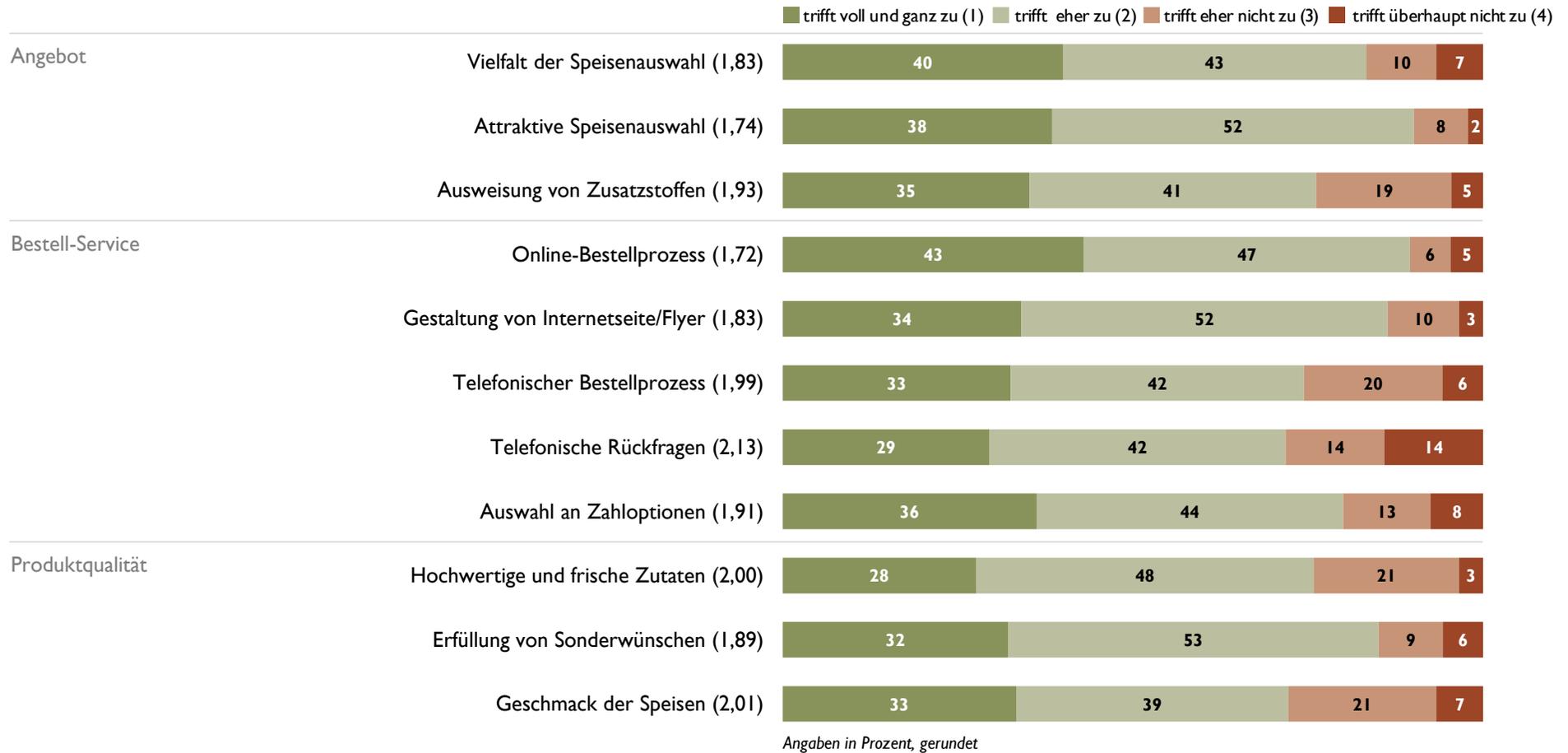
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Flying Pizza (II)



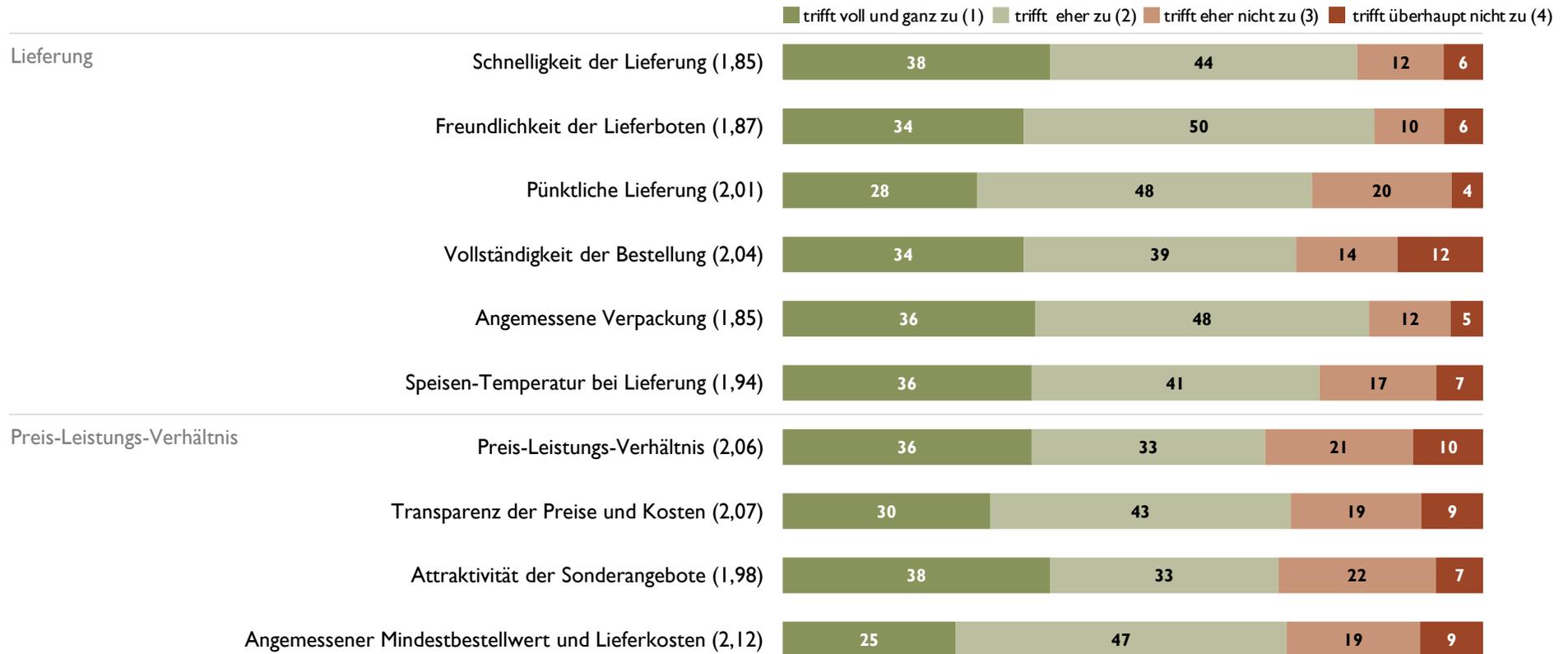
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Flying Pizza (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Flying Pizza zutreffen:

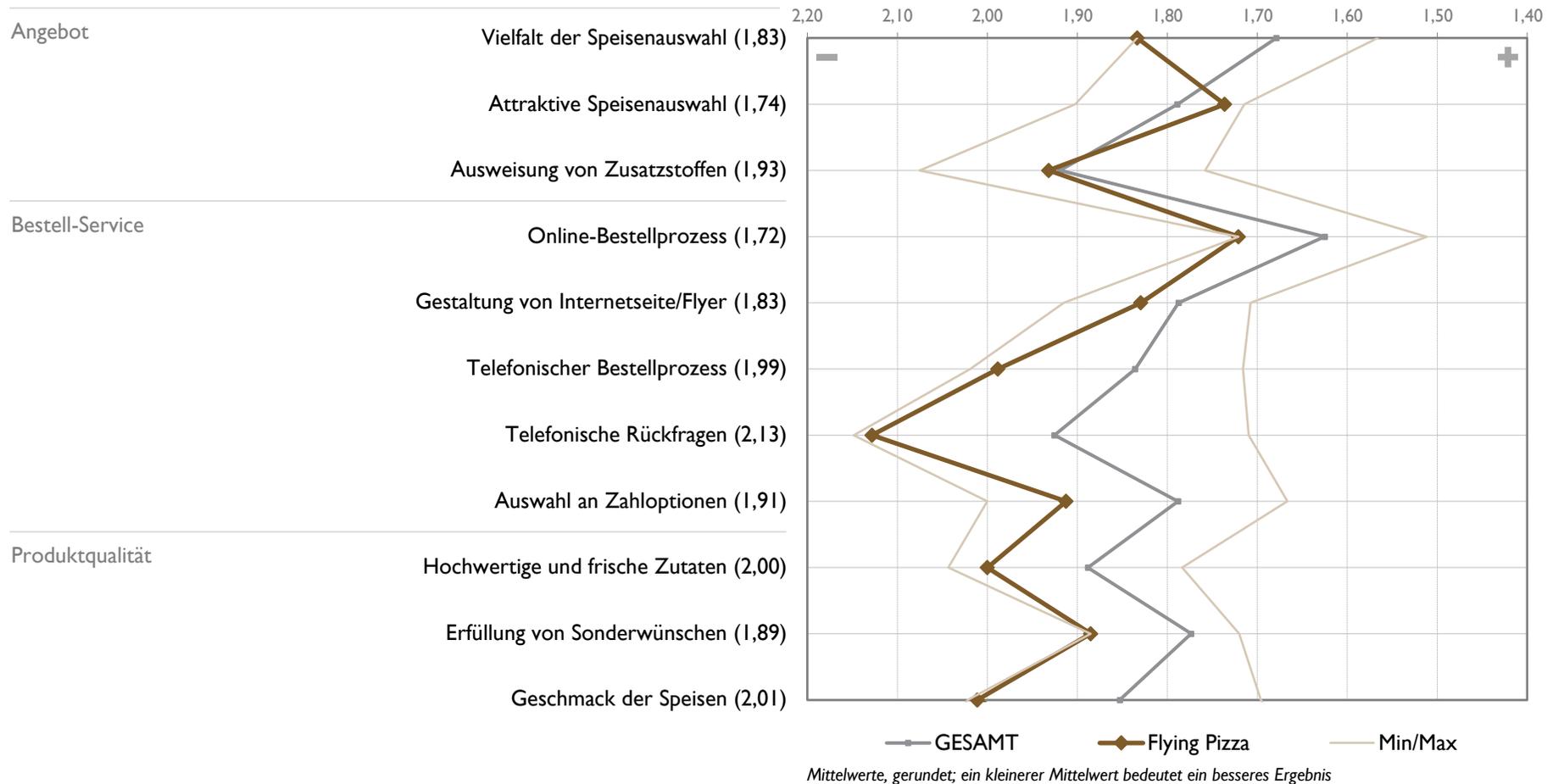
Leistungsprofil – Flying Pizza (II)



Angaben in Prozent, gerundet

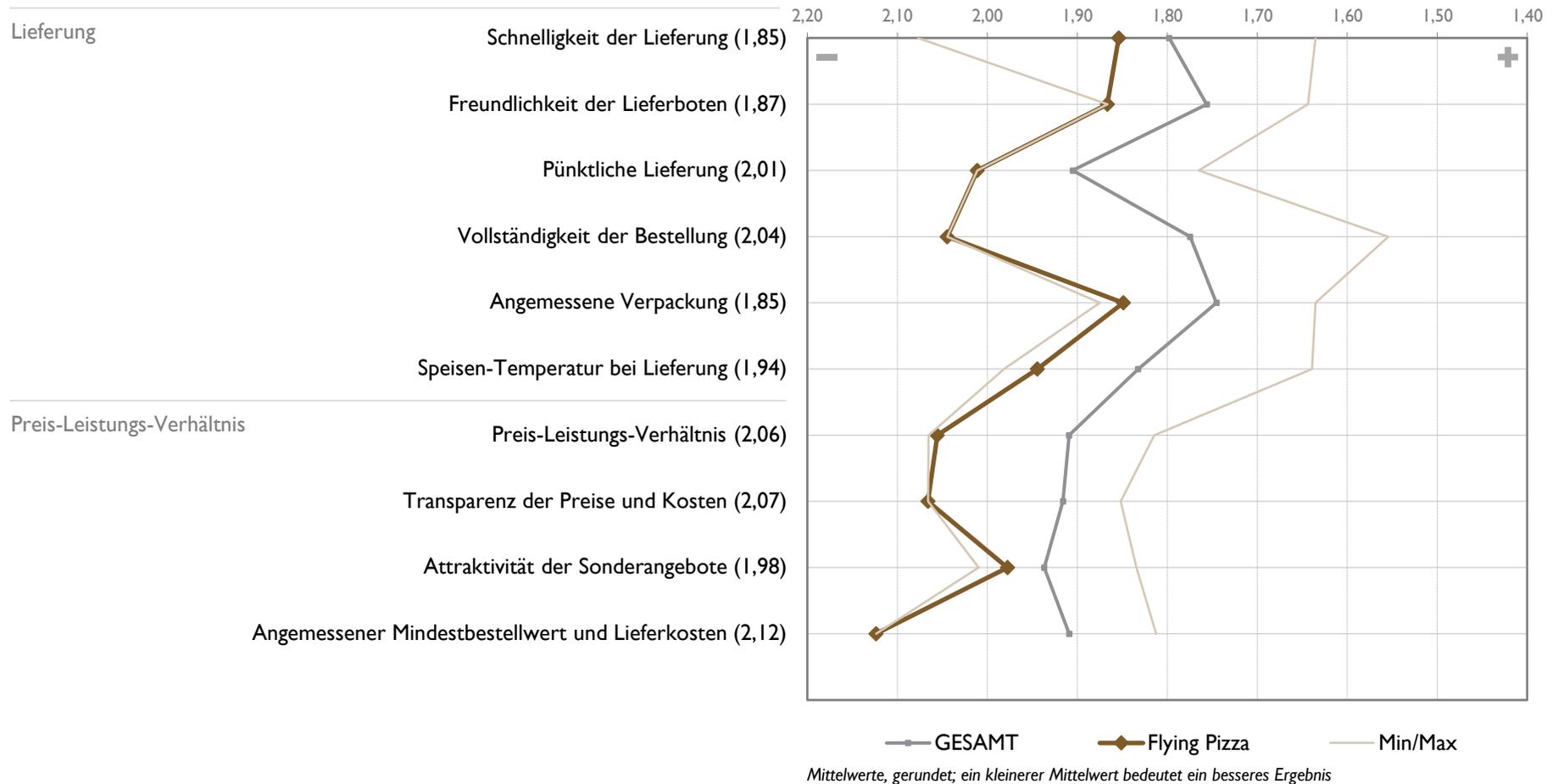
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Flying Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Flying Pizza (I)



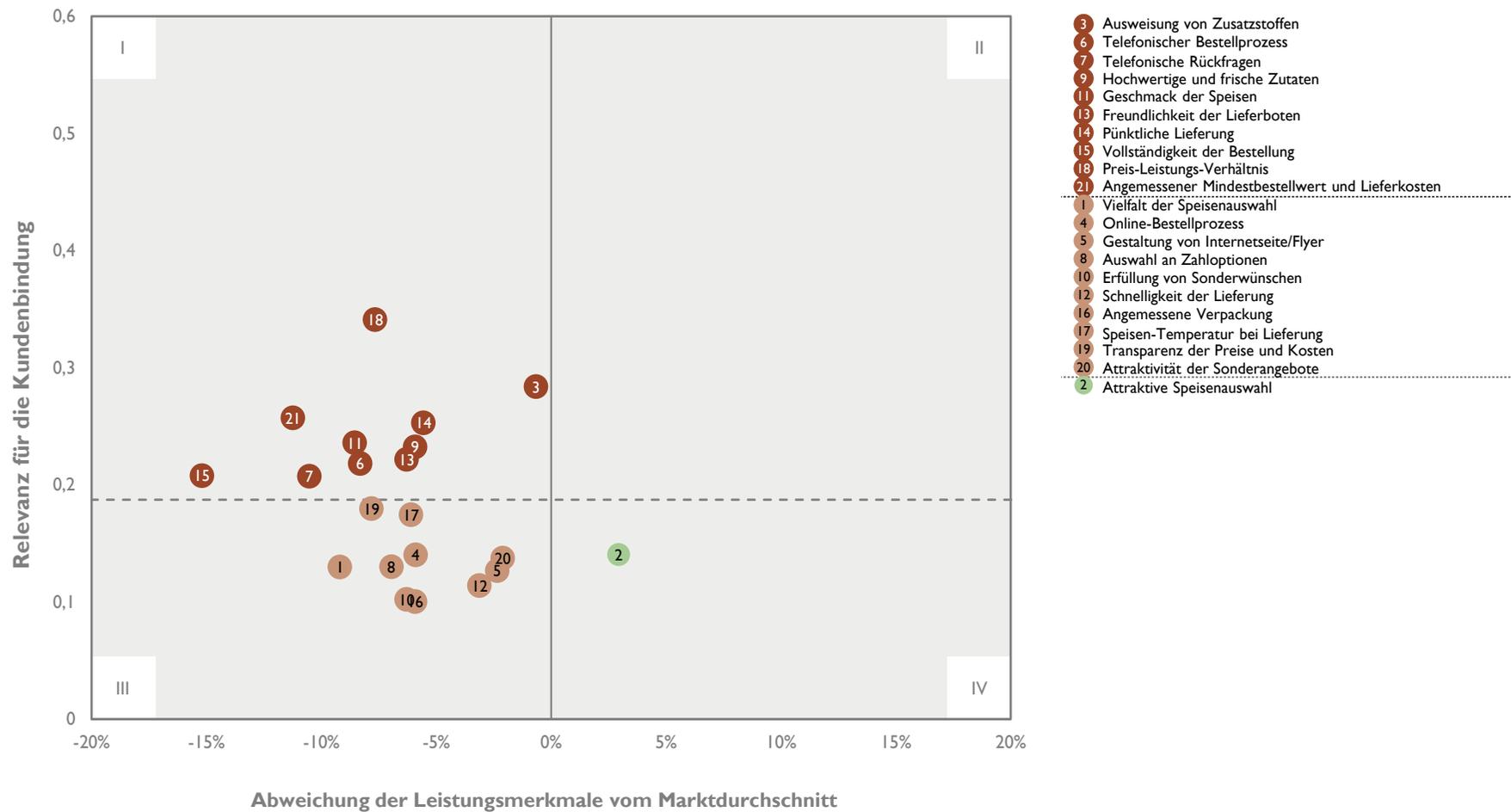
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Flying Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Flying Pizza (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Flying Pizza zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Flying Pizza

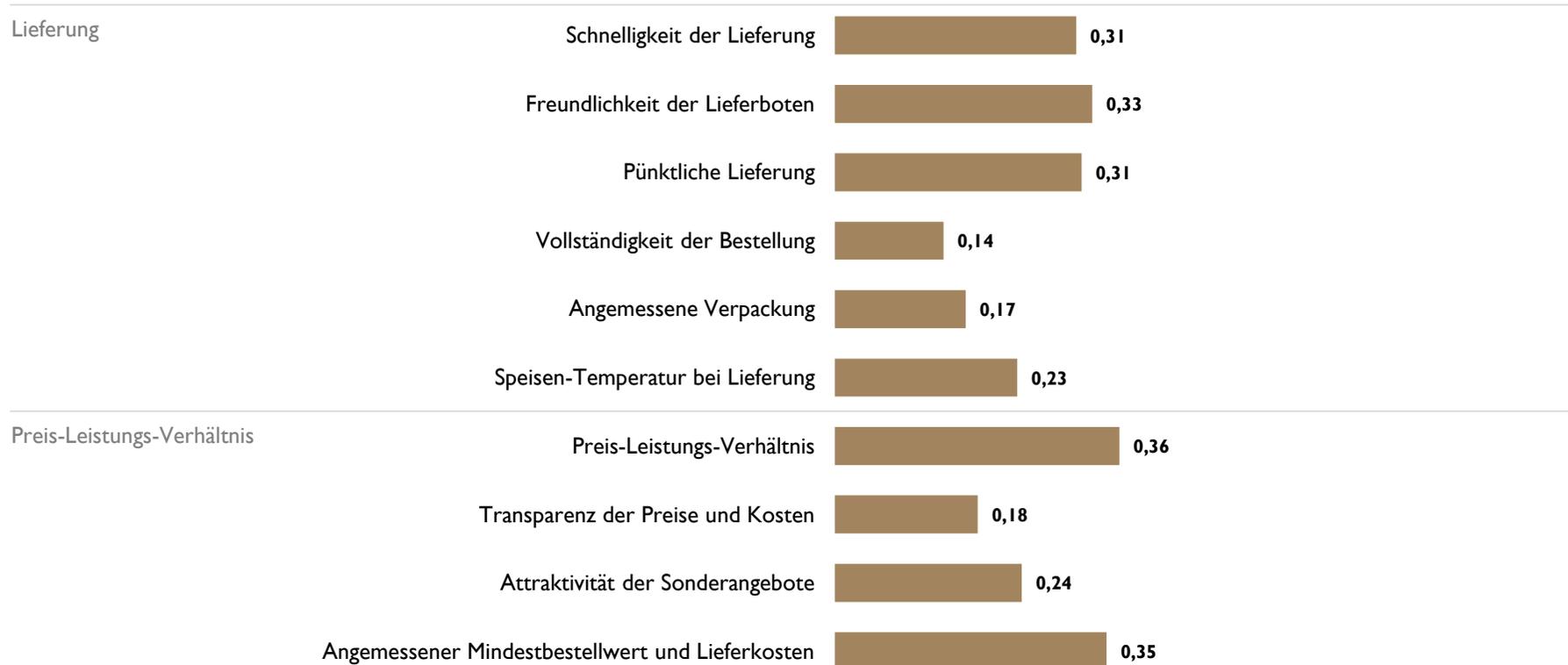


Kundenbindungstreiber – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (I)



Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (II)



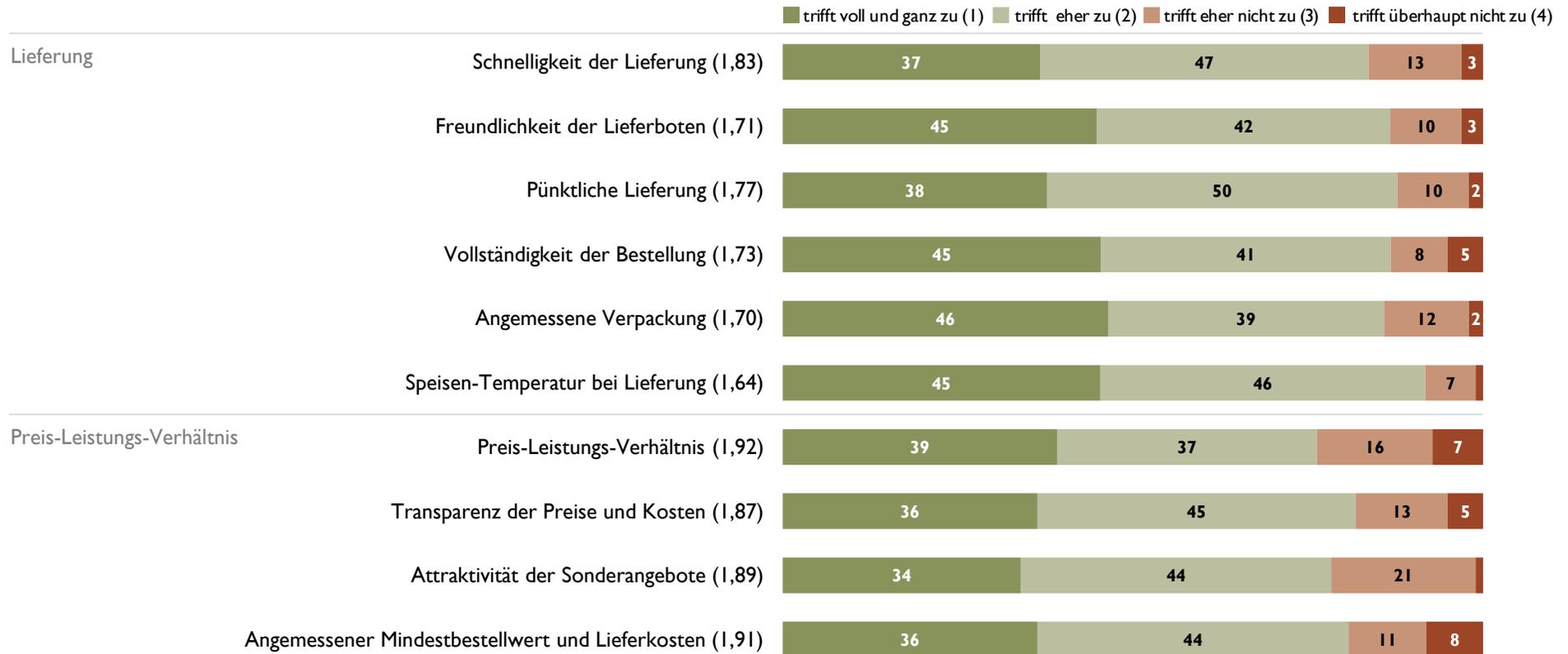
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf MUNDFEIN Pizzawerkstatt zutreffen:

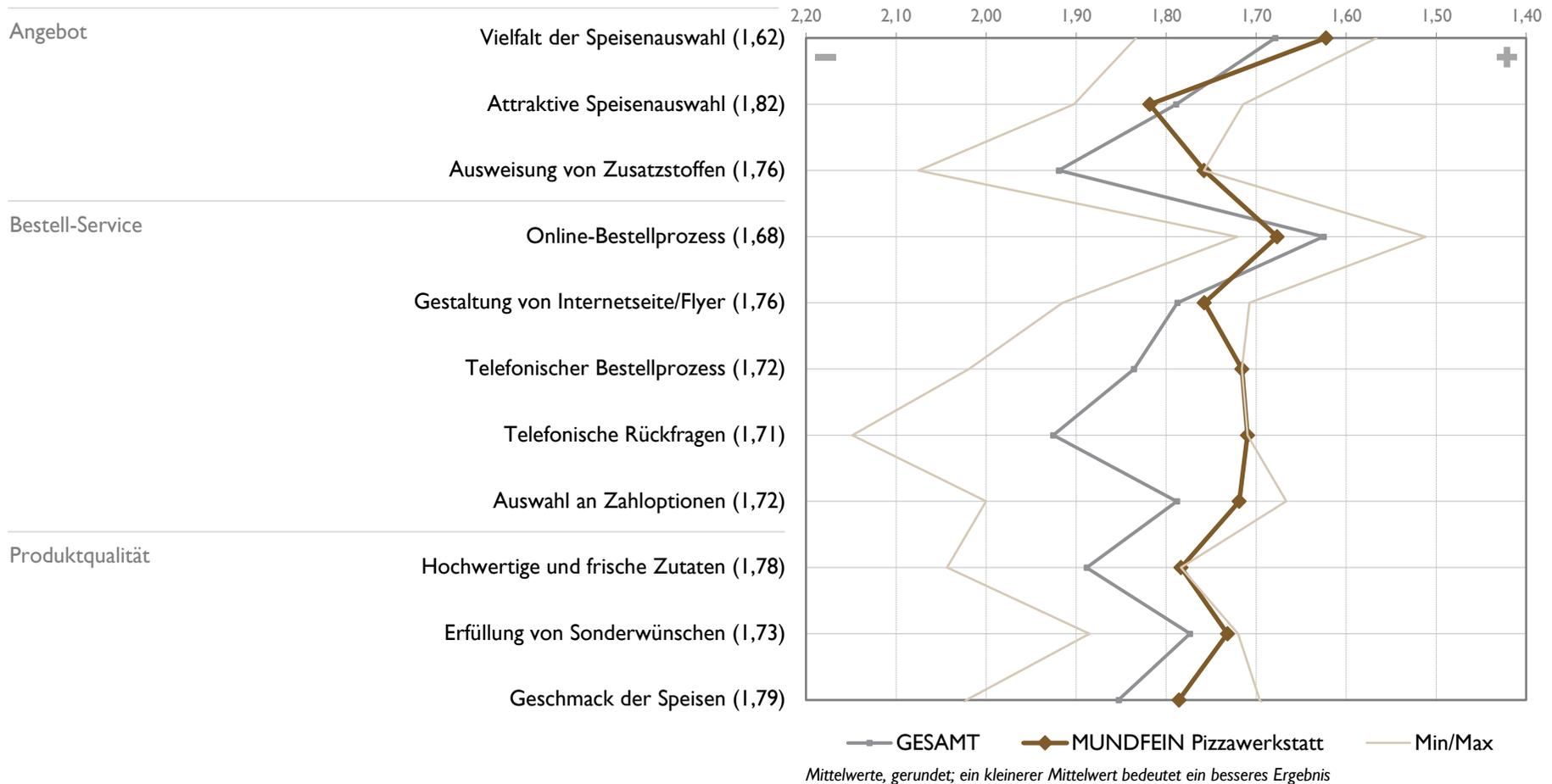
Leistungsprofil – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (II)



Angaben in Prozent, gerundet

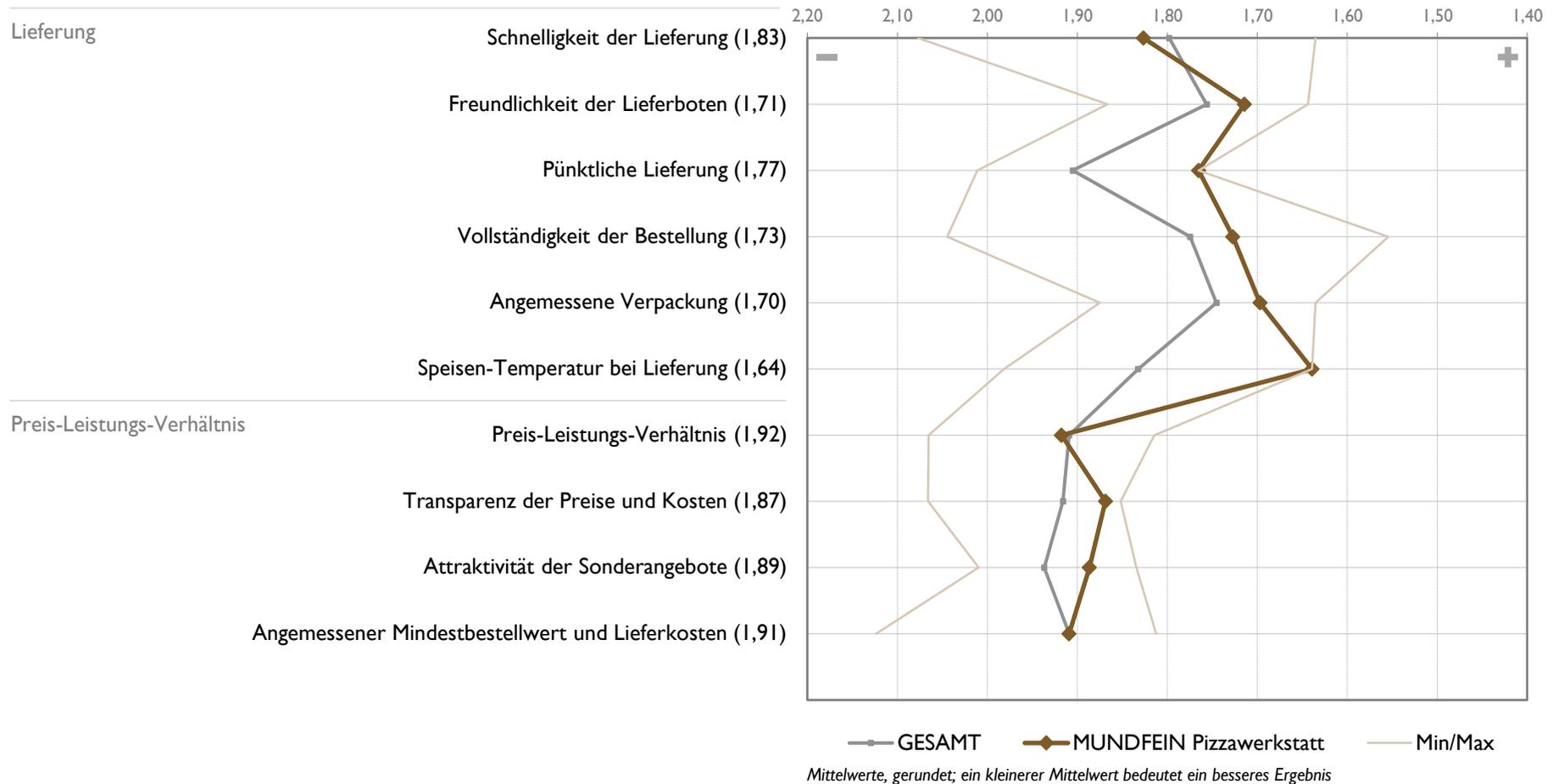
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf MUNDFEIN Pizzawerkstatt zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (I)



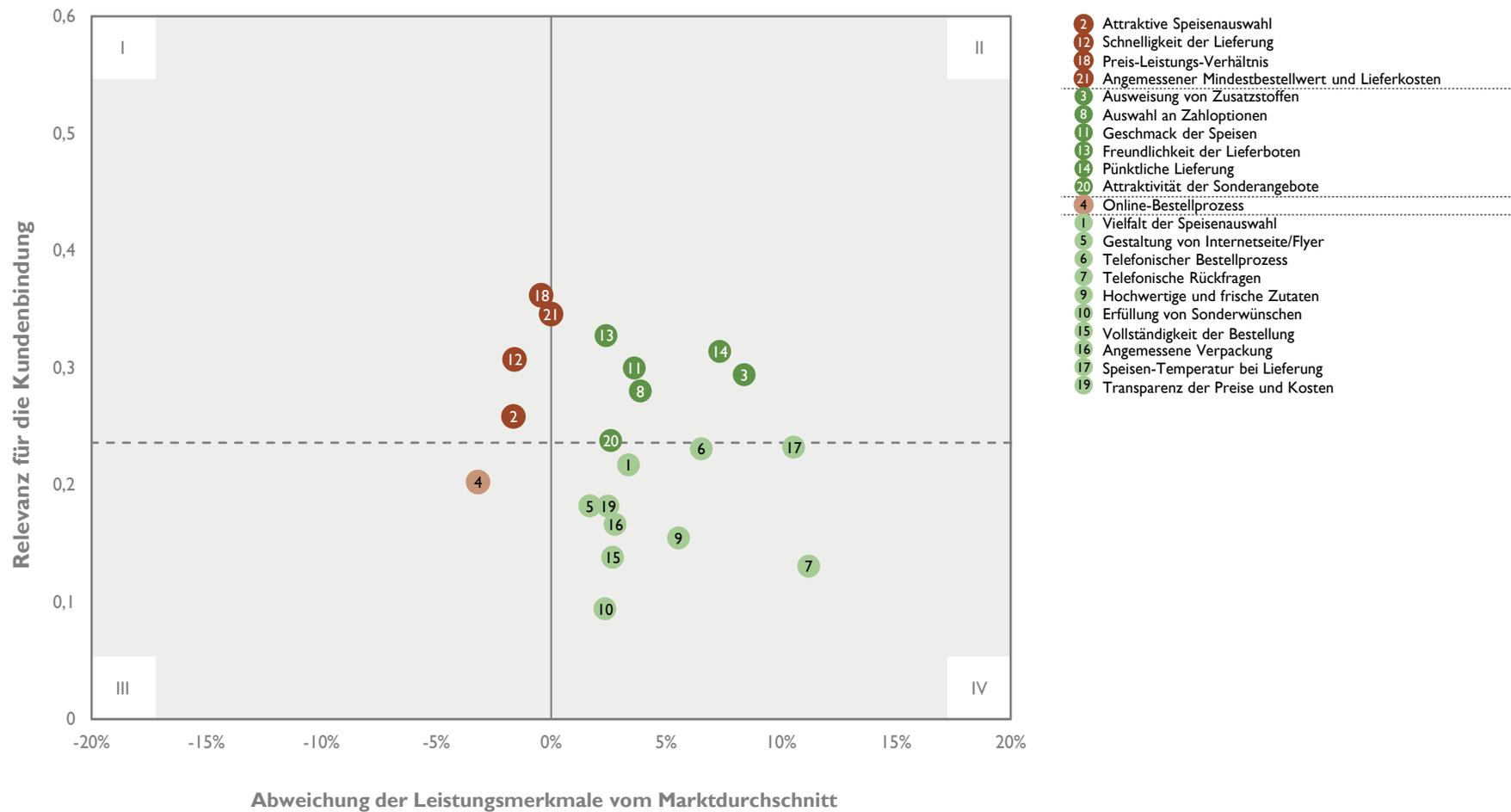
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf MUNDFEIN Pizzawerkstatt zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – MUNDFEIN Pizzawerkstatt (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf MUNDFEIN Pizzawerkstatt zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – MUNDFEIN Pizzawerkstatt

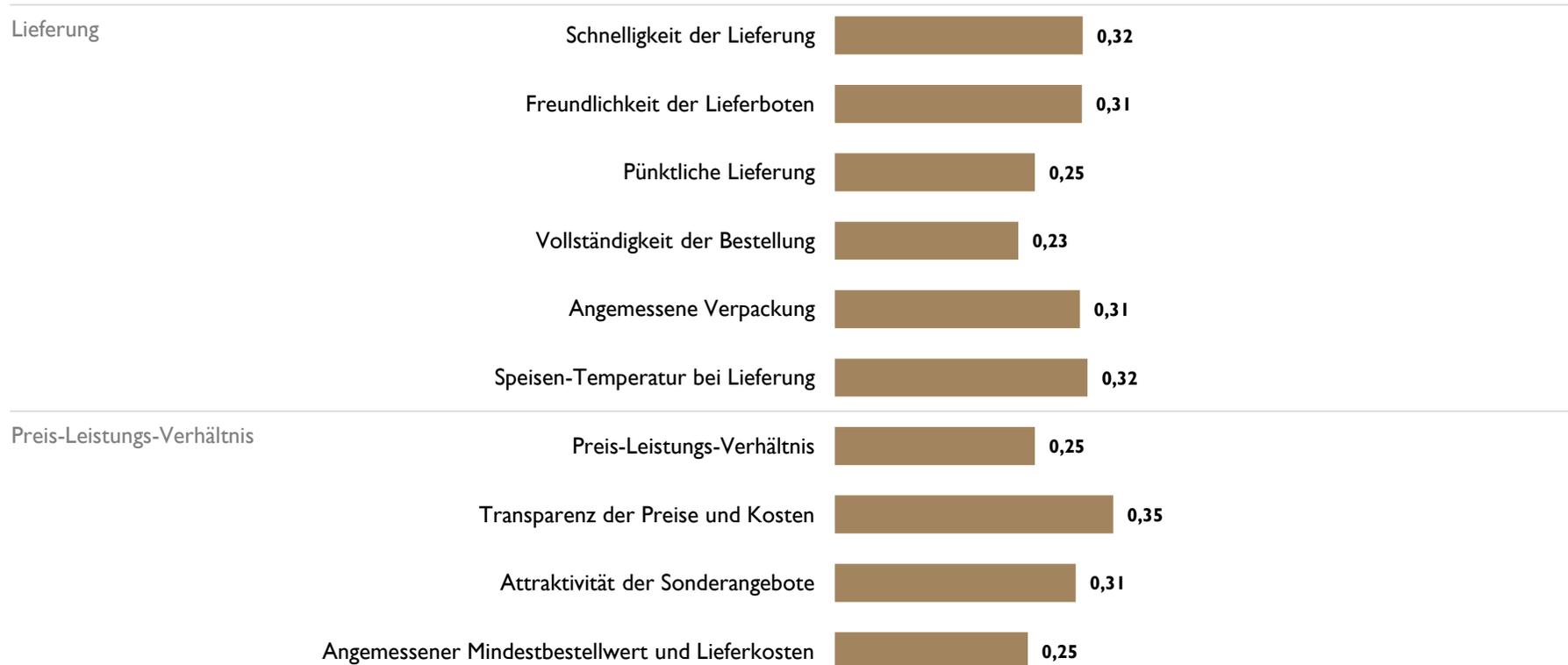


Kundenbindungstreiber – Pizza Hut (I)



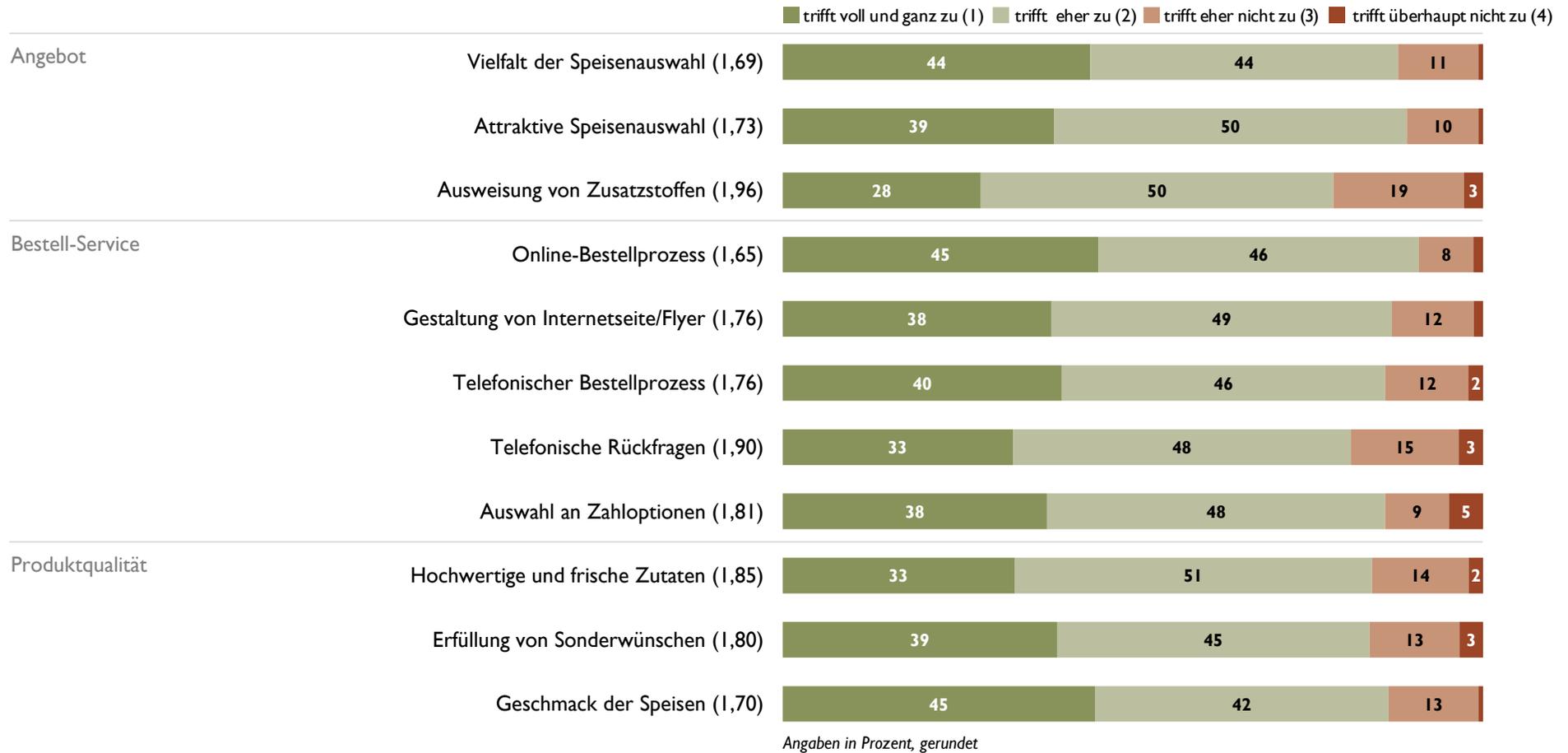
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Pizza Hut (II)



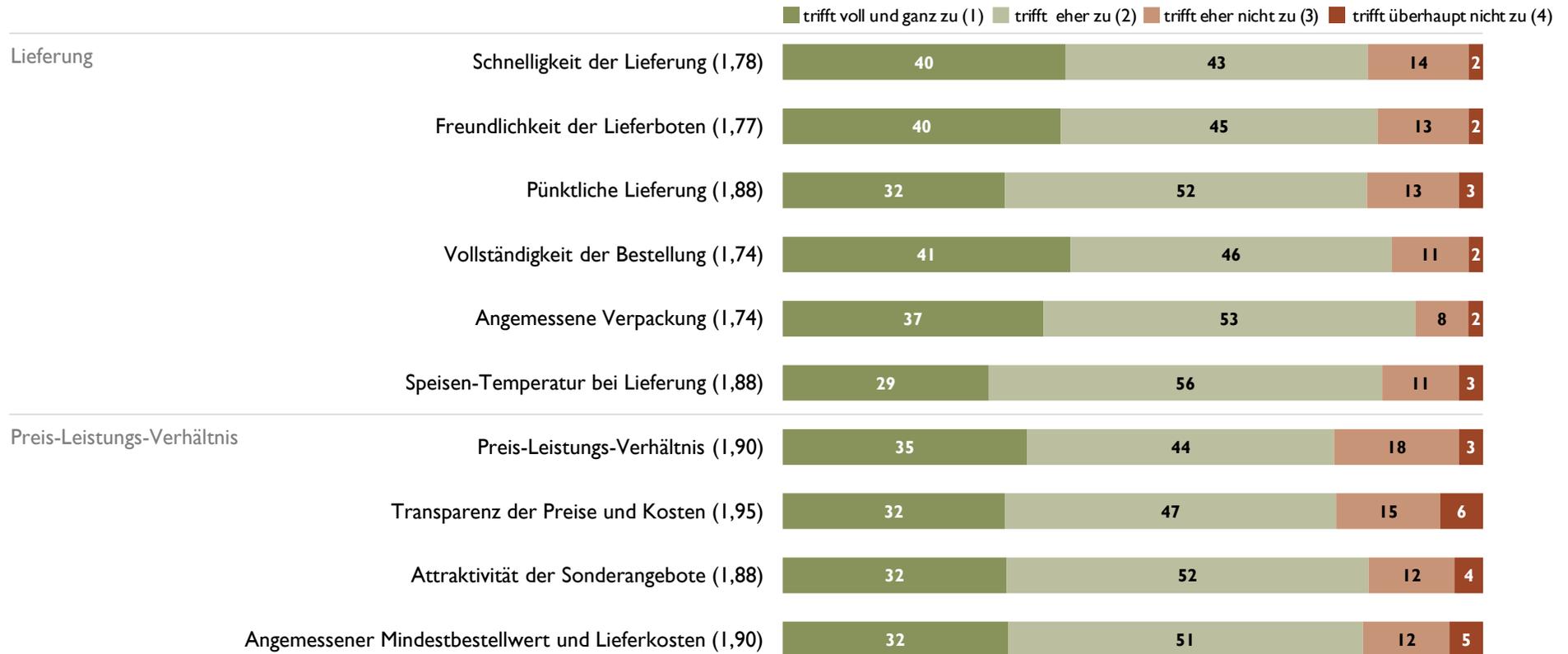
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Pizza Hut (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Hut zutreffen:

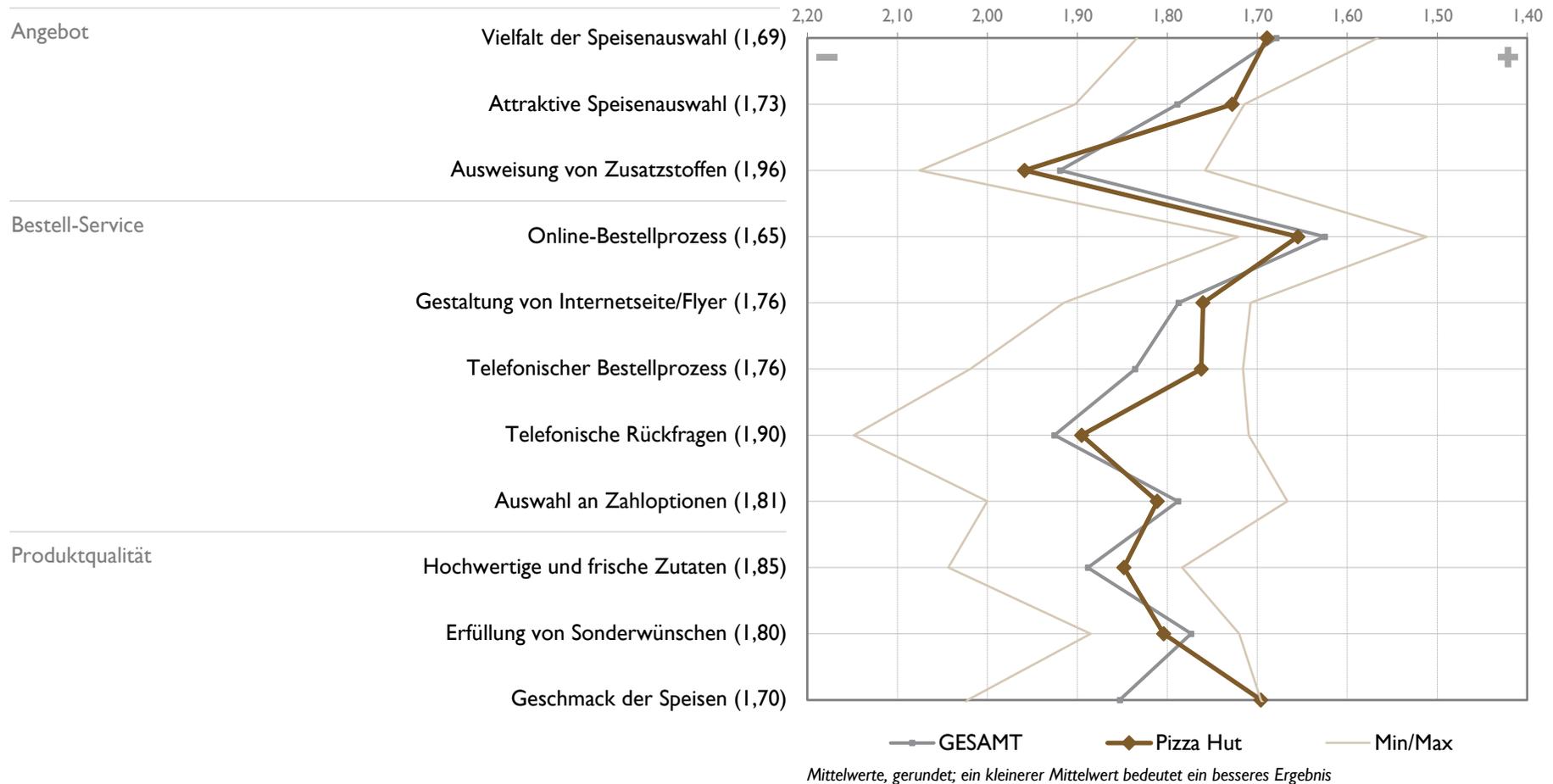
Leistungsprofil – Pizza Hut (II)



Angaben in Prozent, gerundet

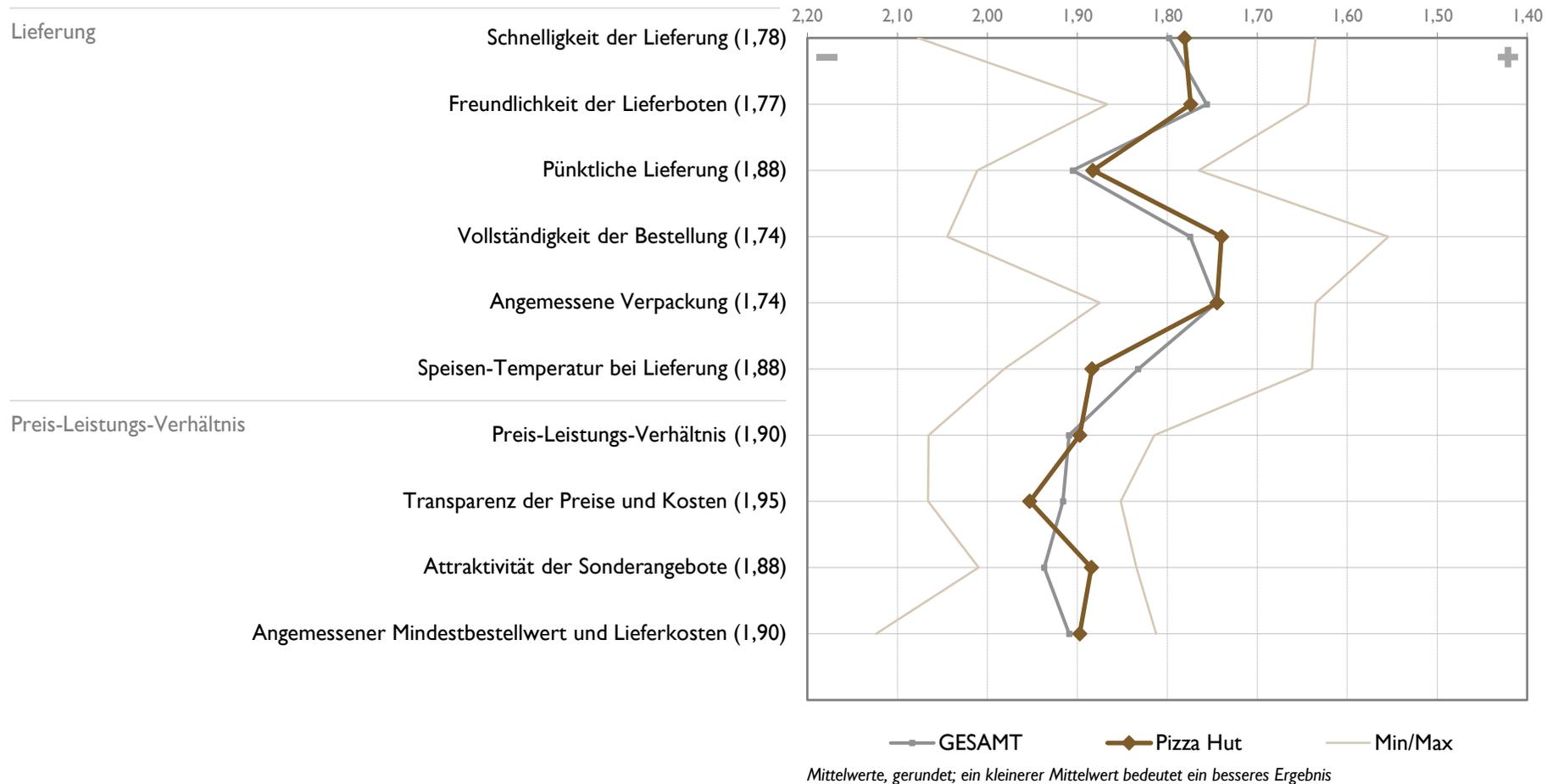
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Hut zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Hut (I)



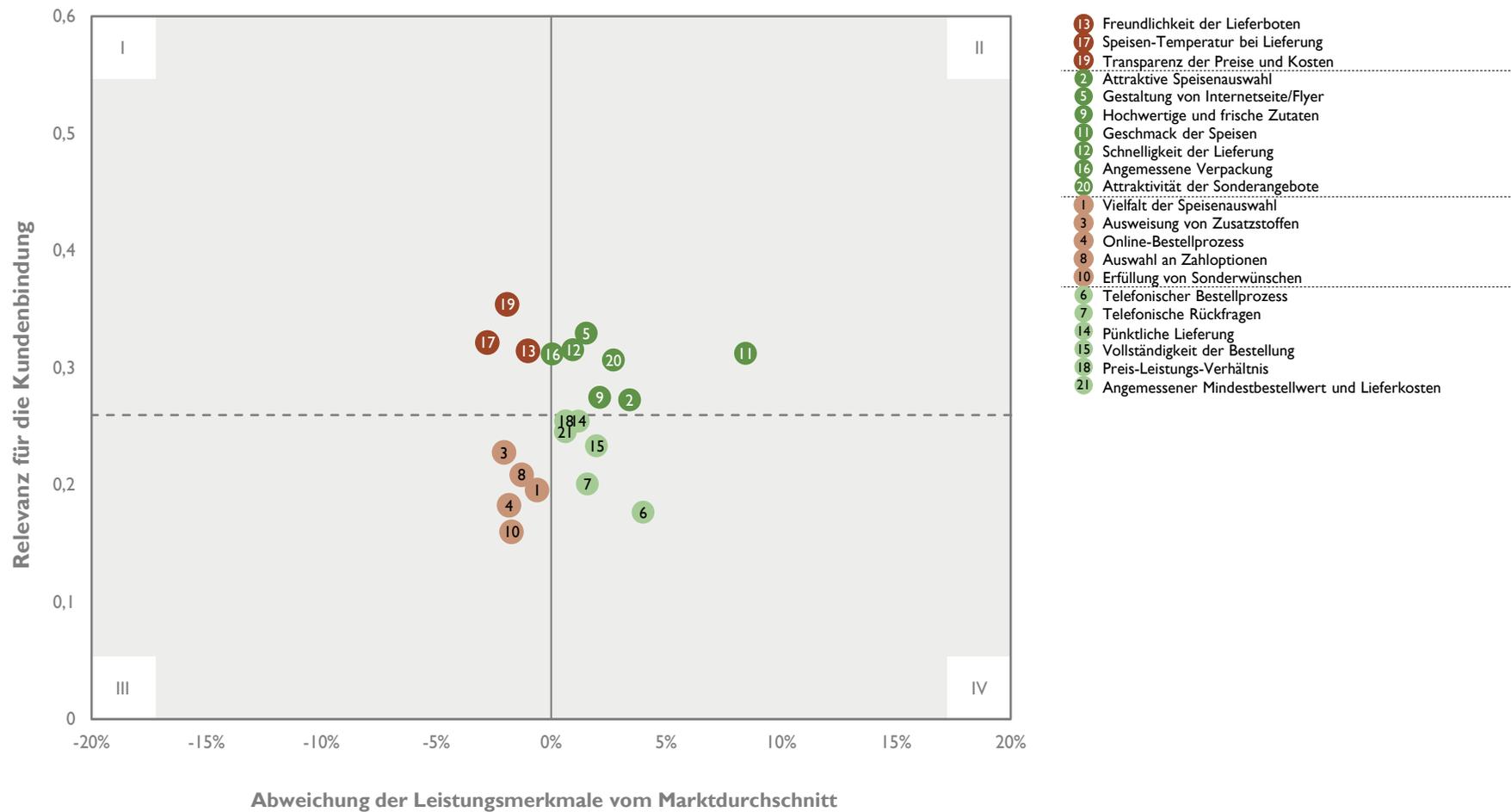
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Hut zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Hut (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Hut zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Pizza Hut

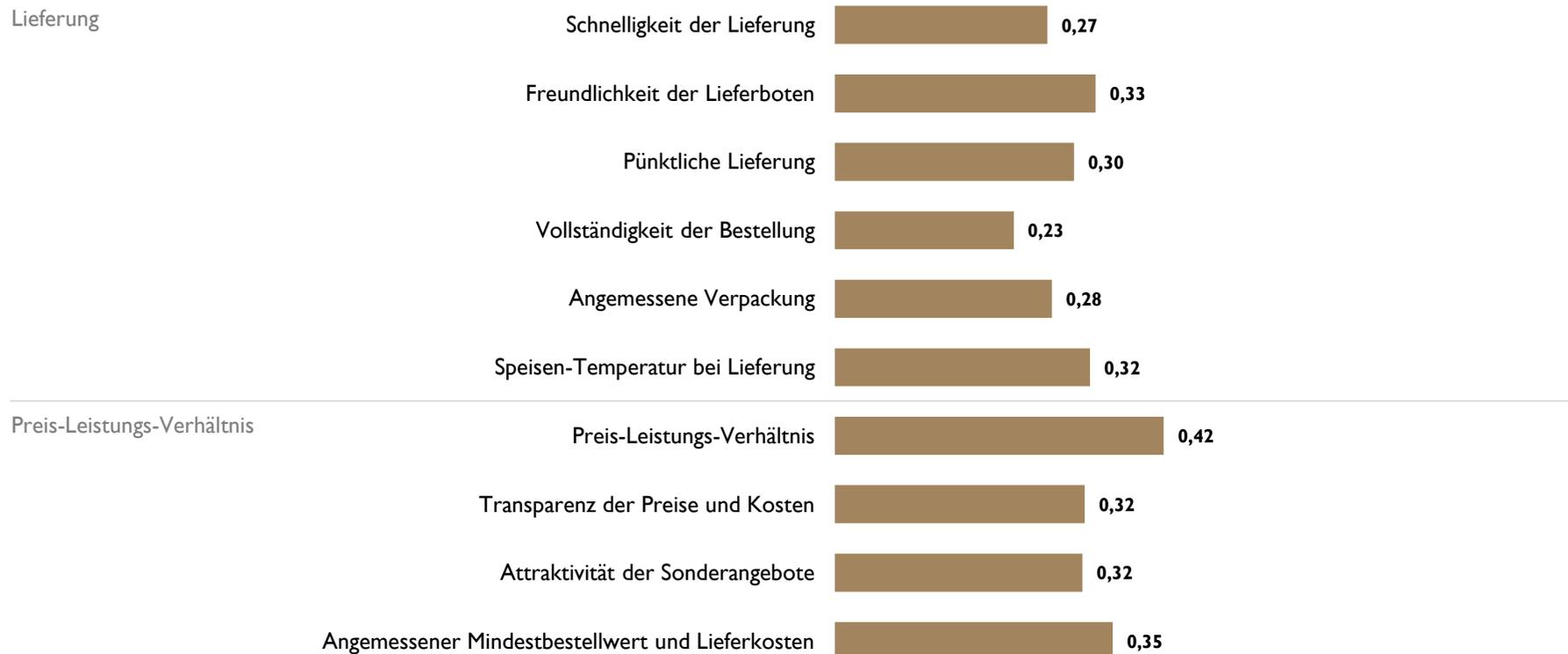


Kundenbindungstreiber – Pizza Max (I)



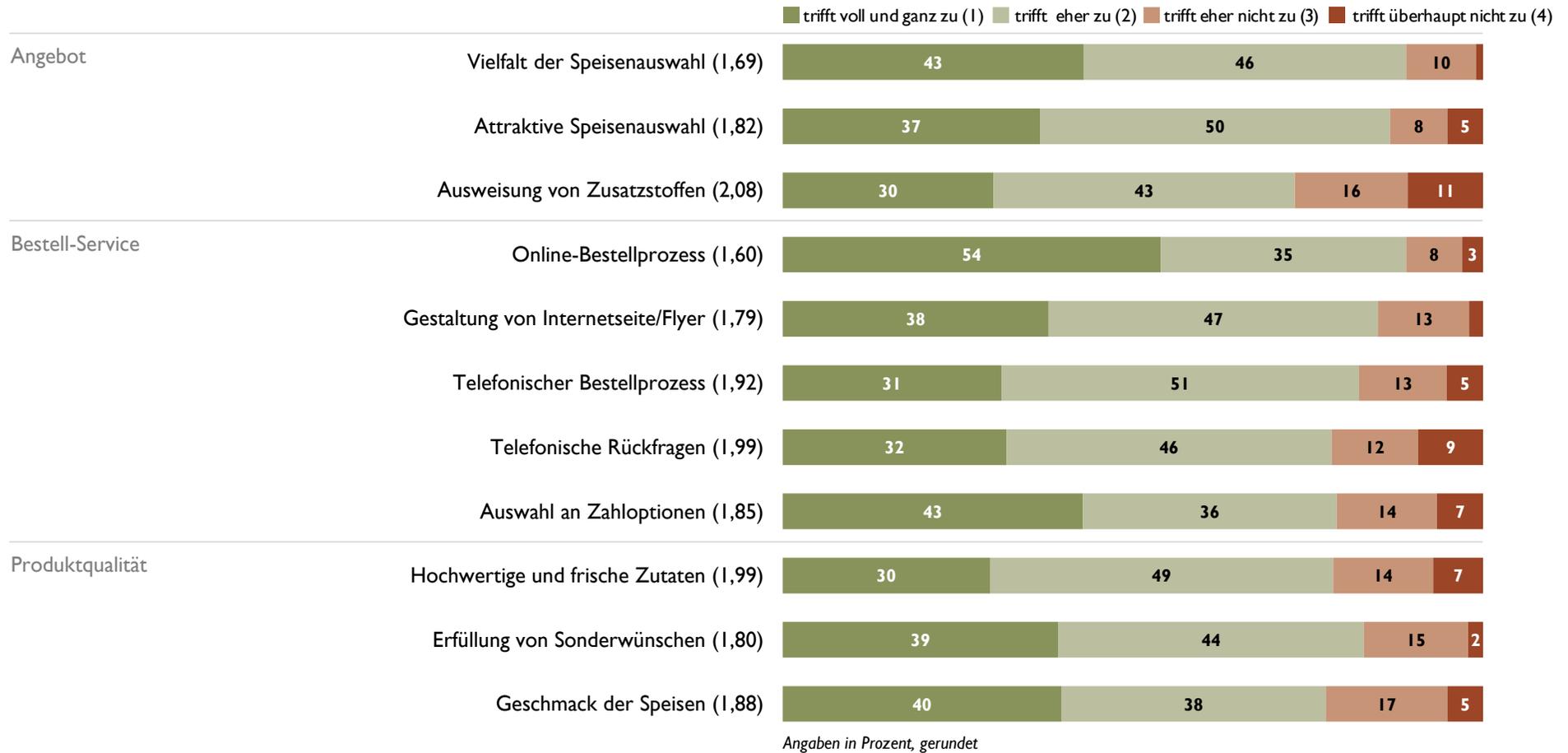
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Pizza Max (II)



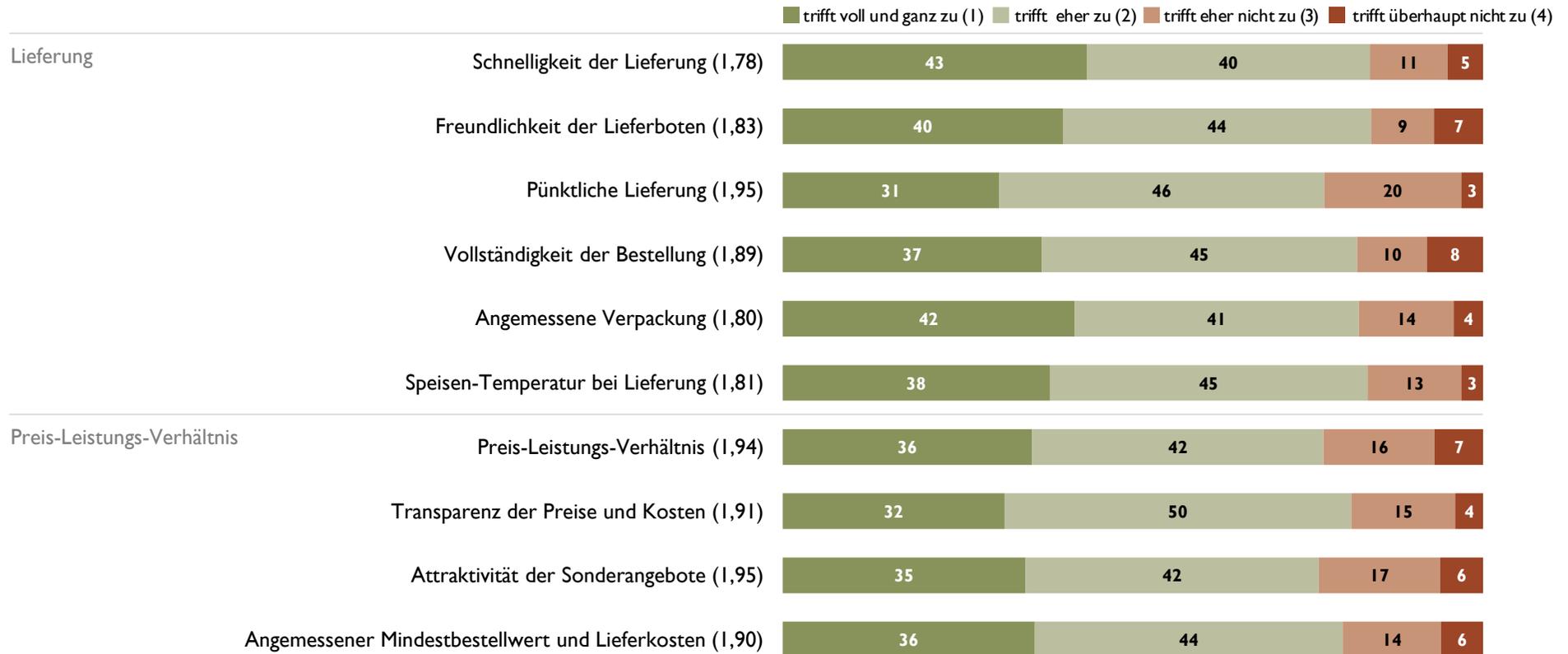
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Pizza Max (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Max zutreffen:

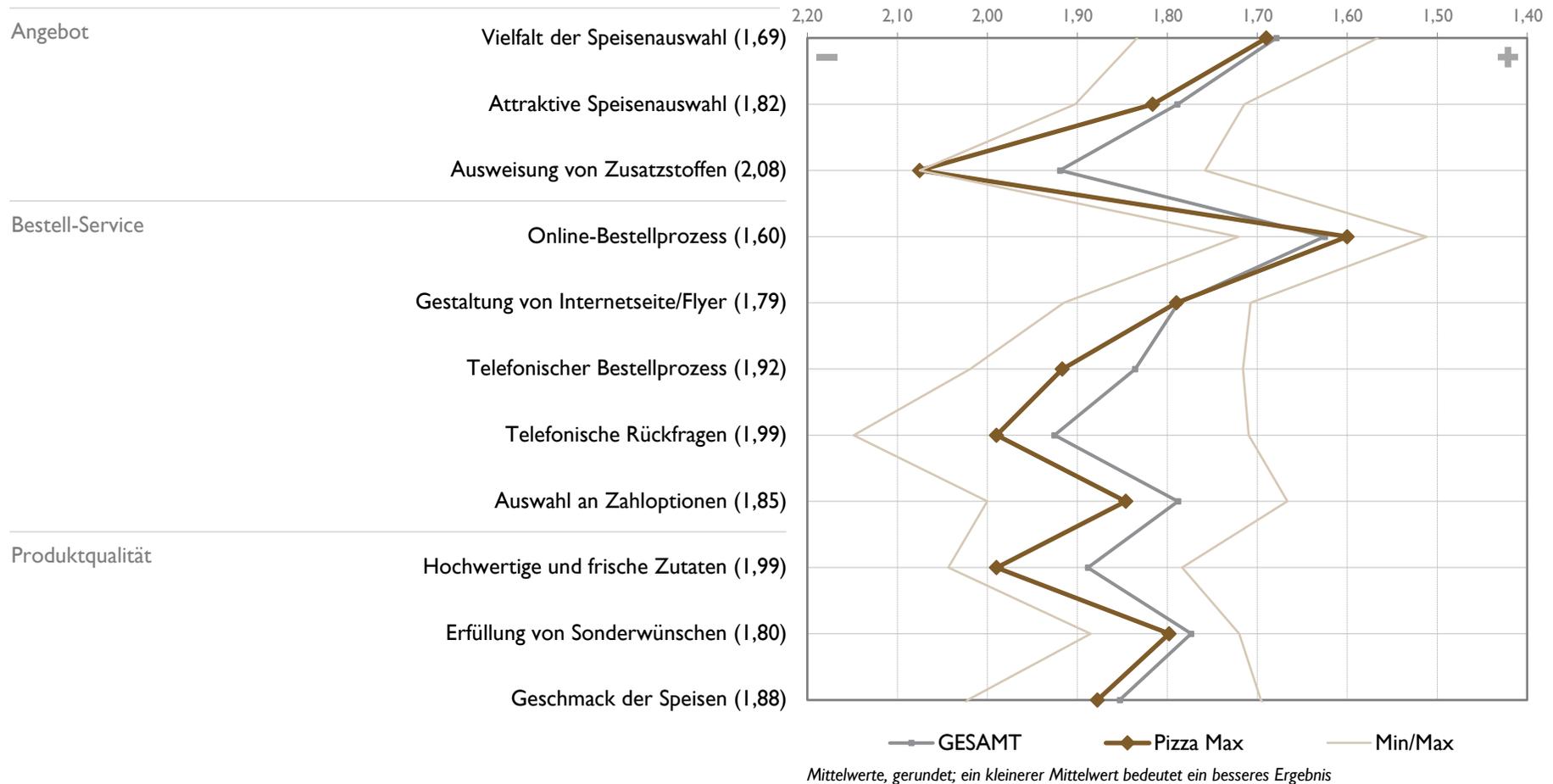
Leistungsprofil – Pizza Max (II)



Angaben in Prozent, gerundet

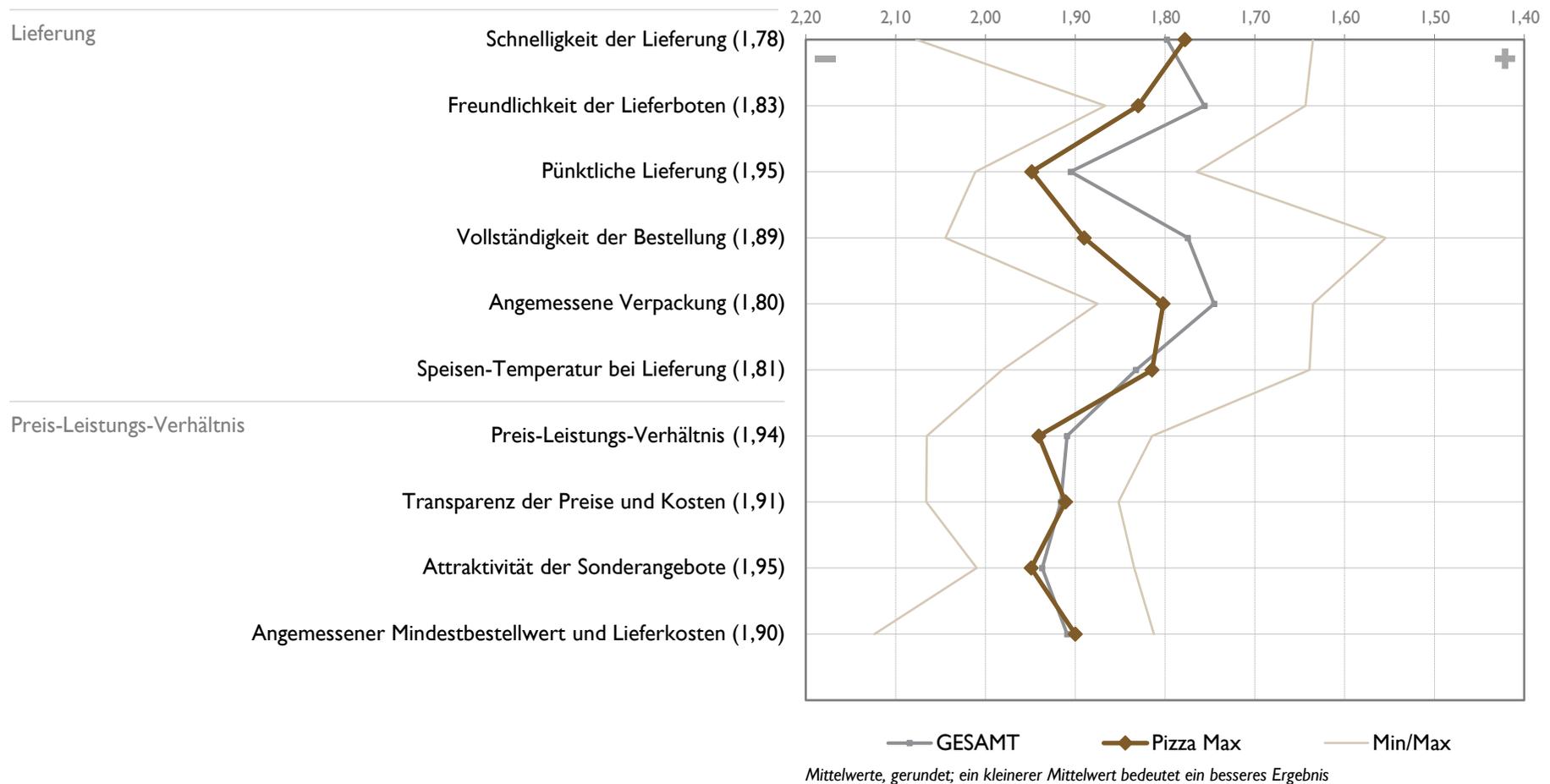
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Max zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Max (I)



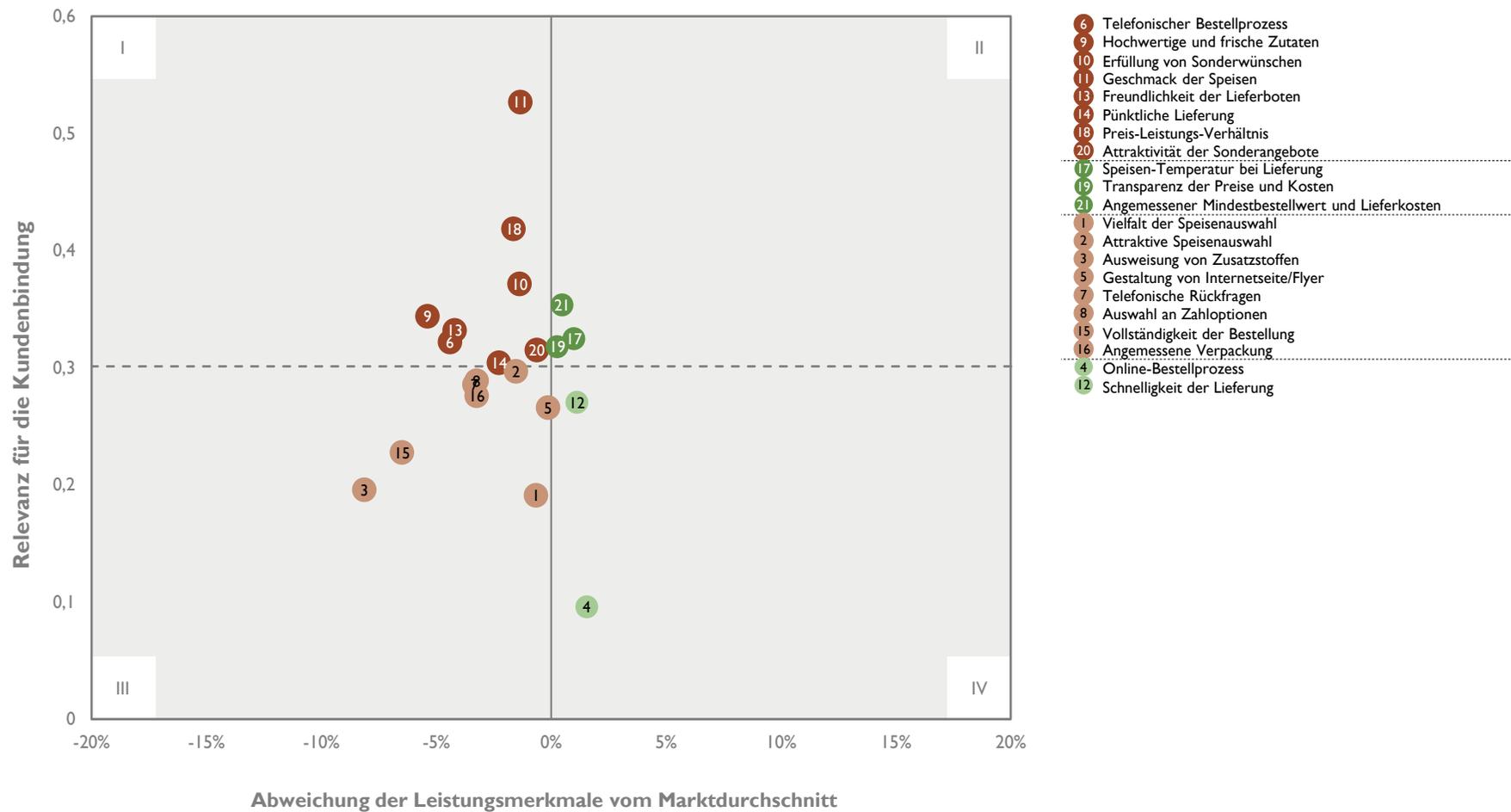
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Max zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Max (II)

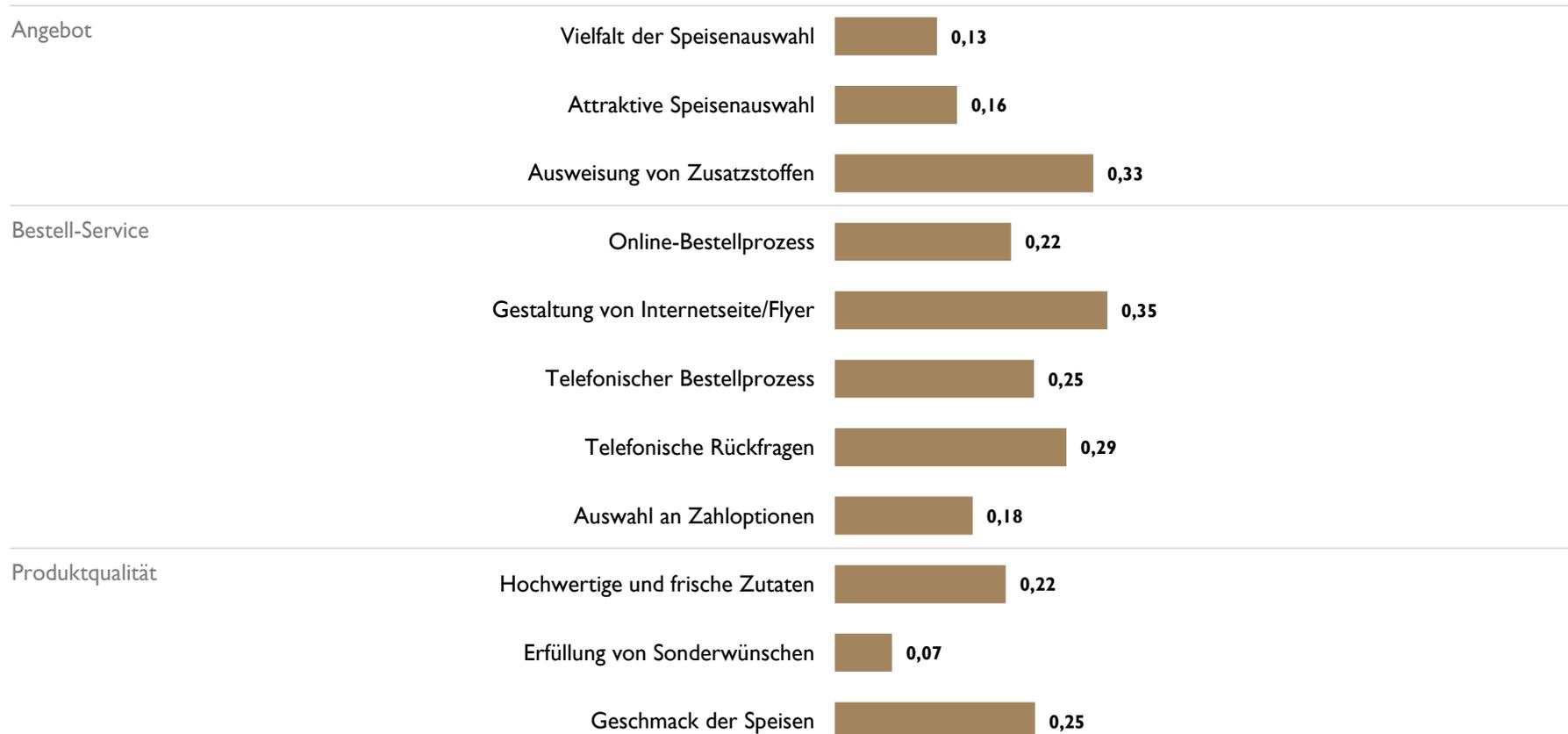


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Max zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Pizza Max

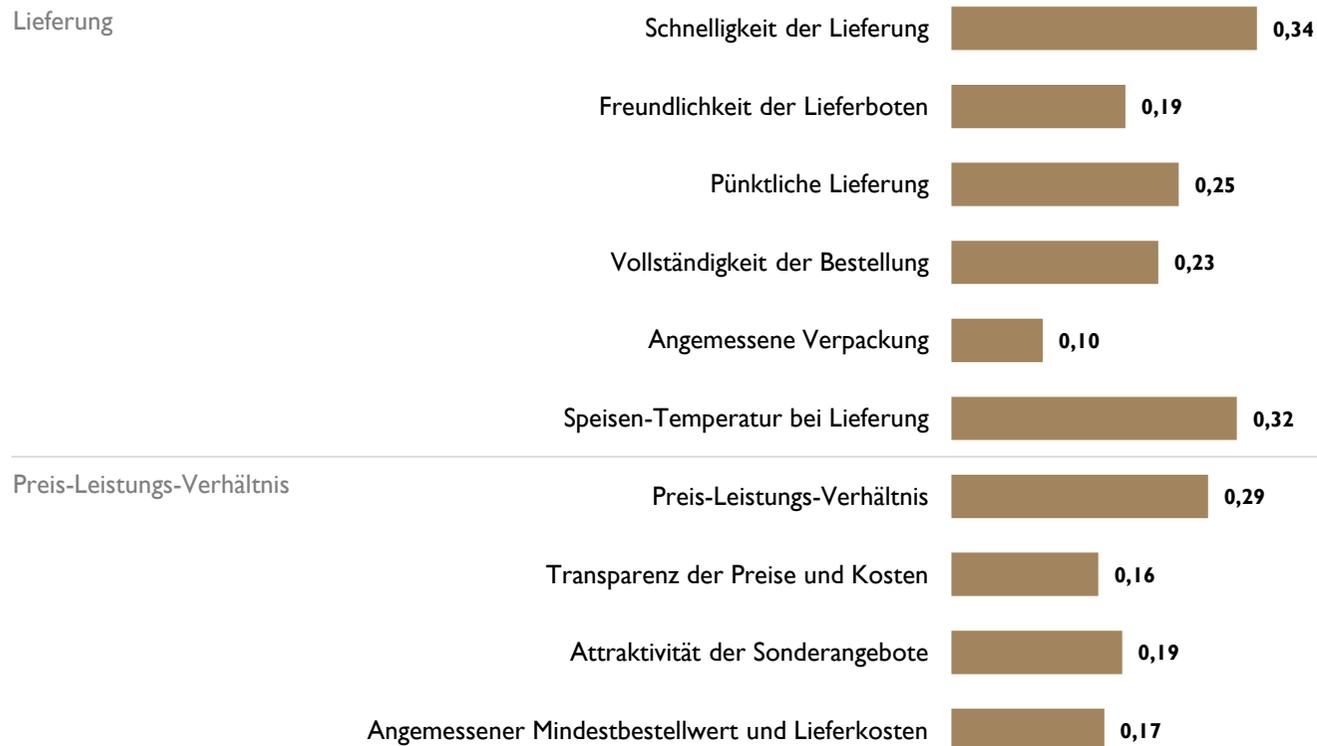


Kundenbindungstreiber – Pizza Planet (I)



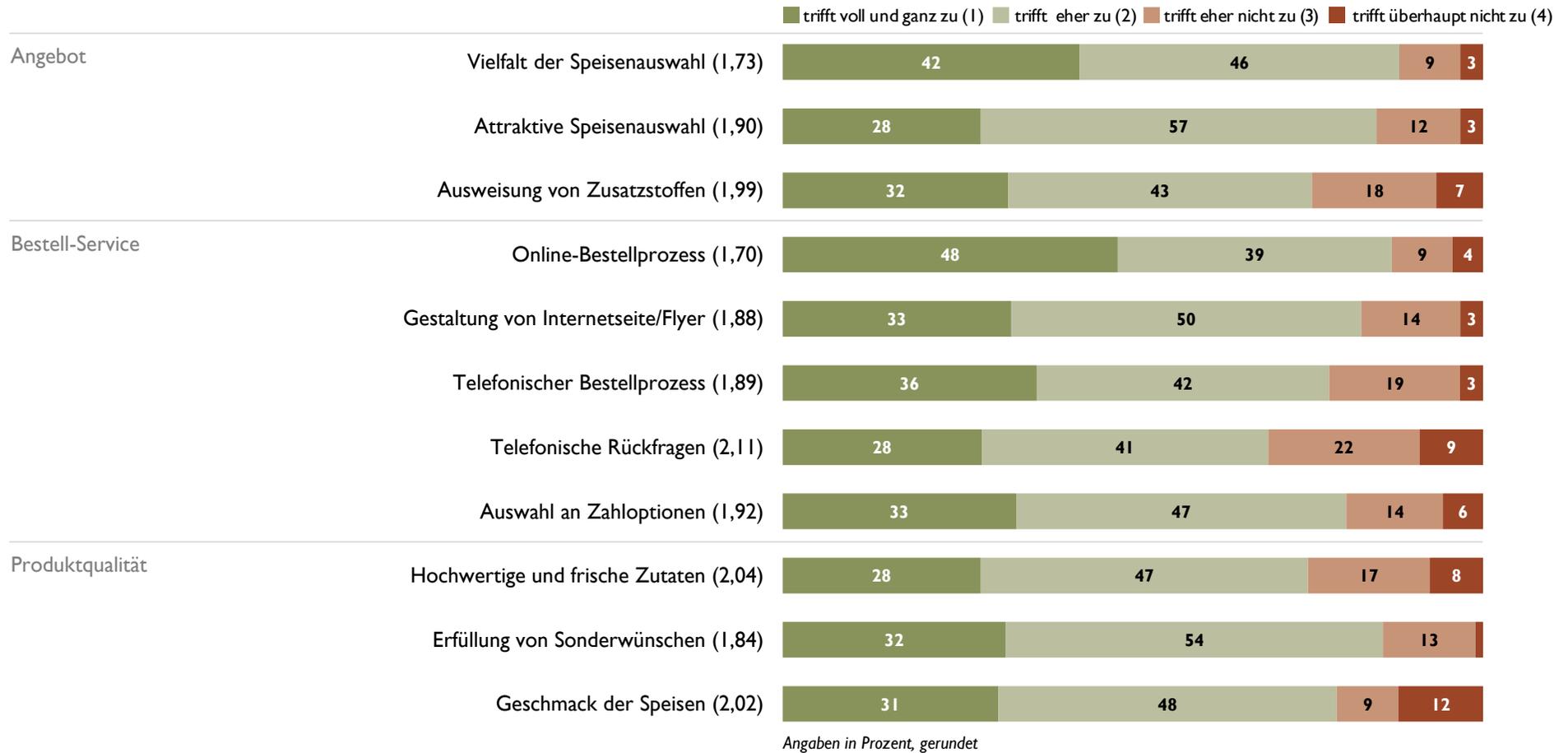
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Pizza Planet (II)



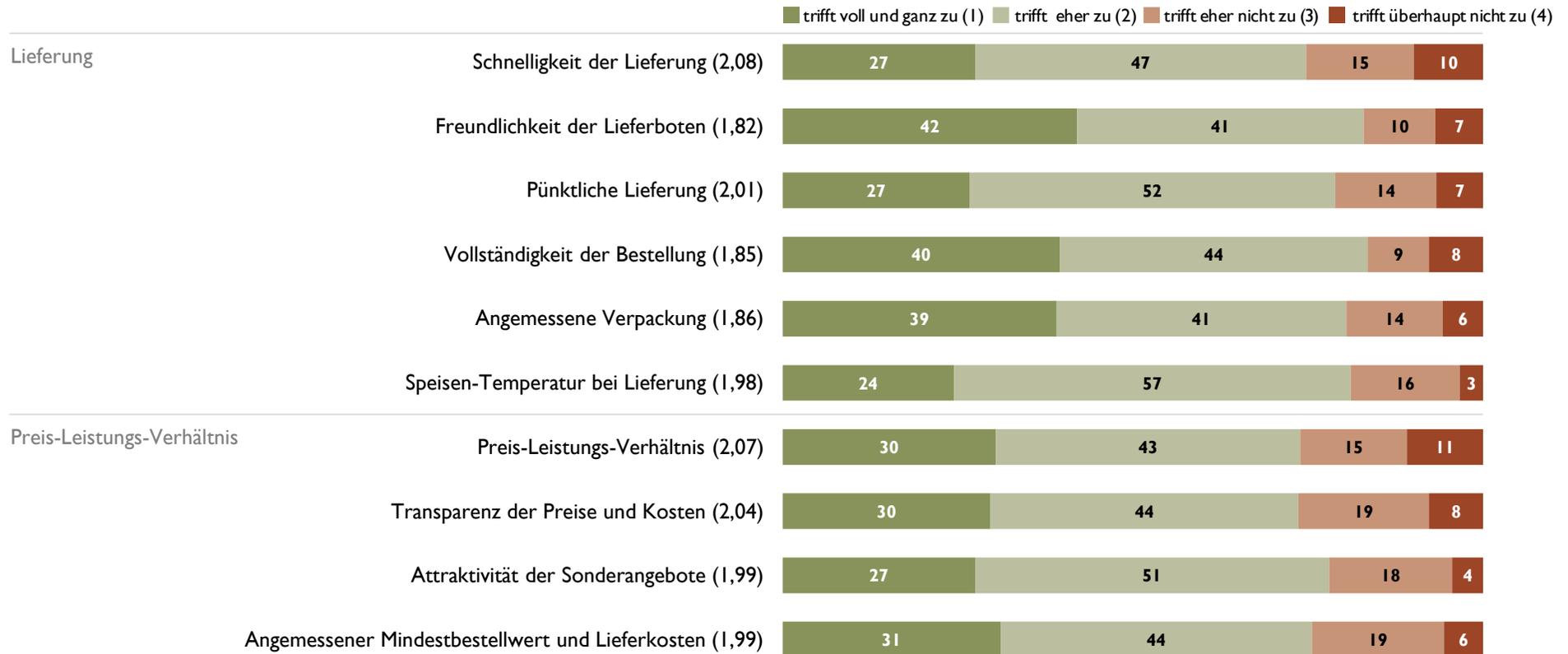
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Pizza Planet (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Planet zutreffen:

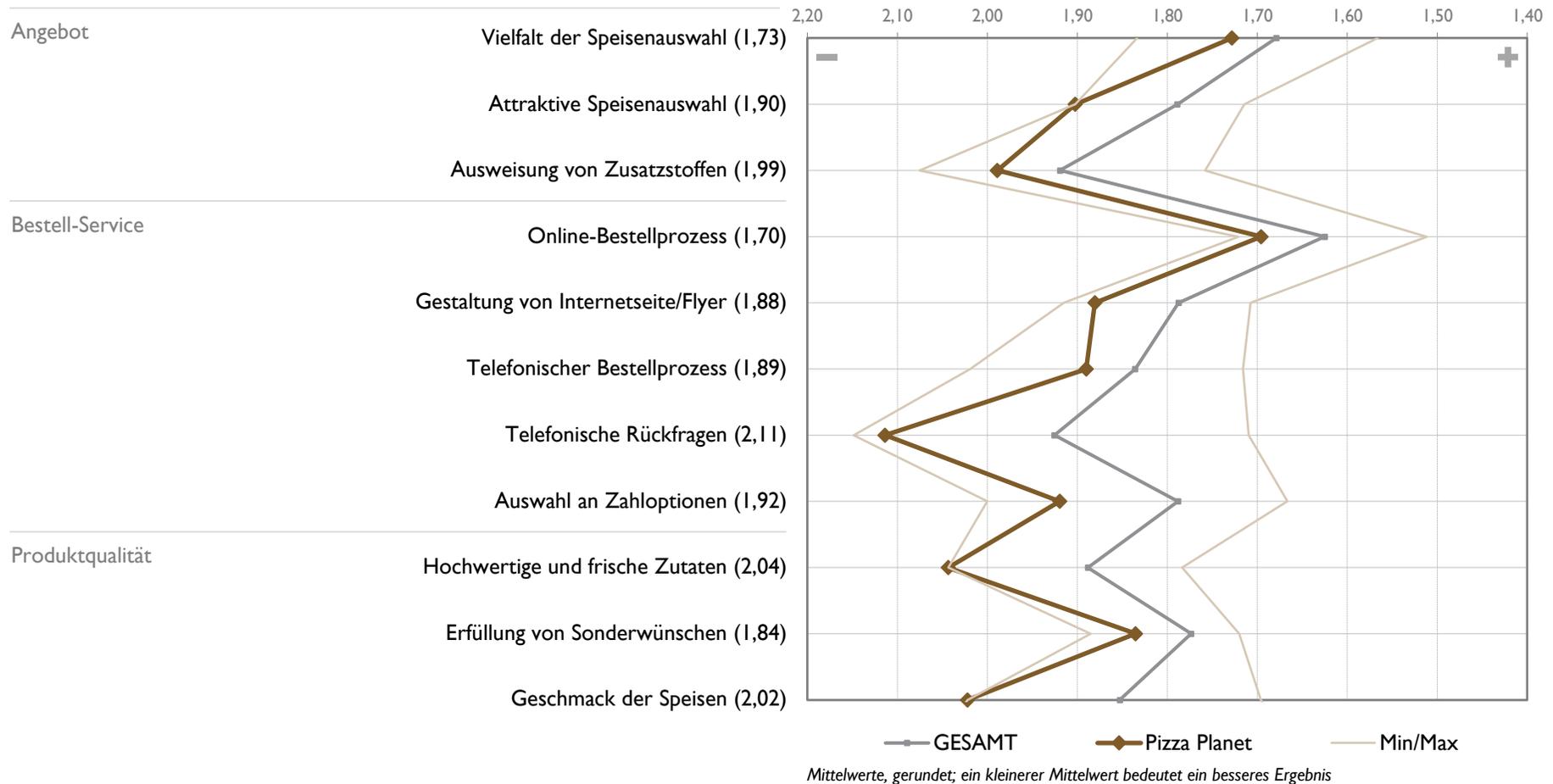
Leistungsprofil – Pizza Planet (II)



Angaben in Prozent, gerundet

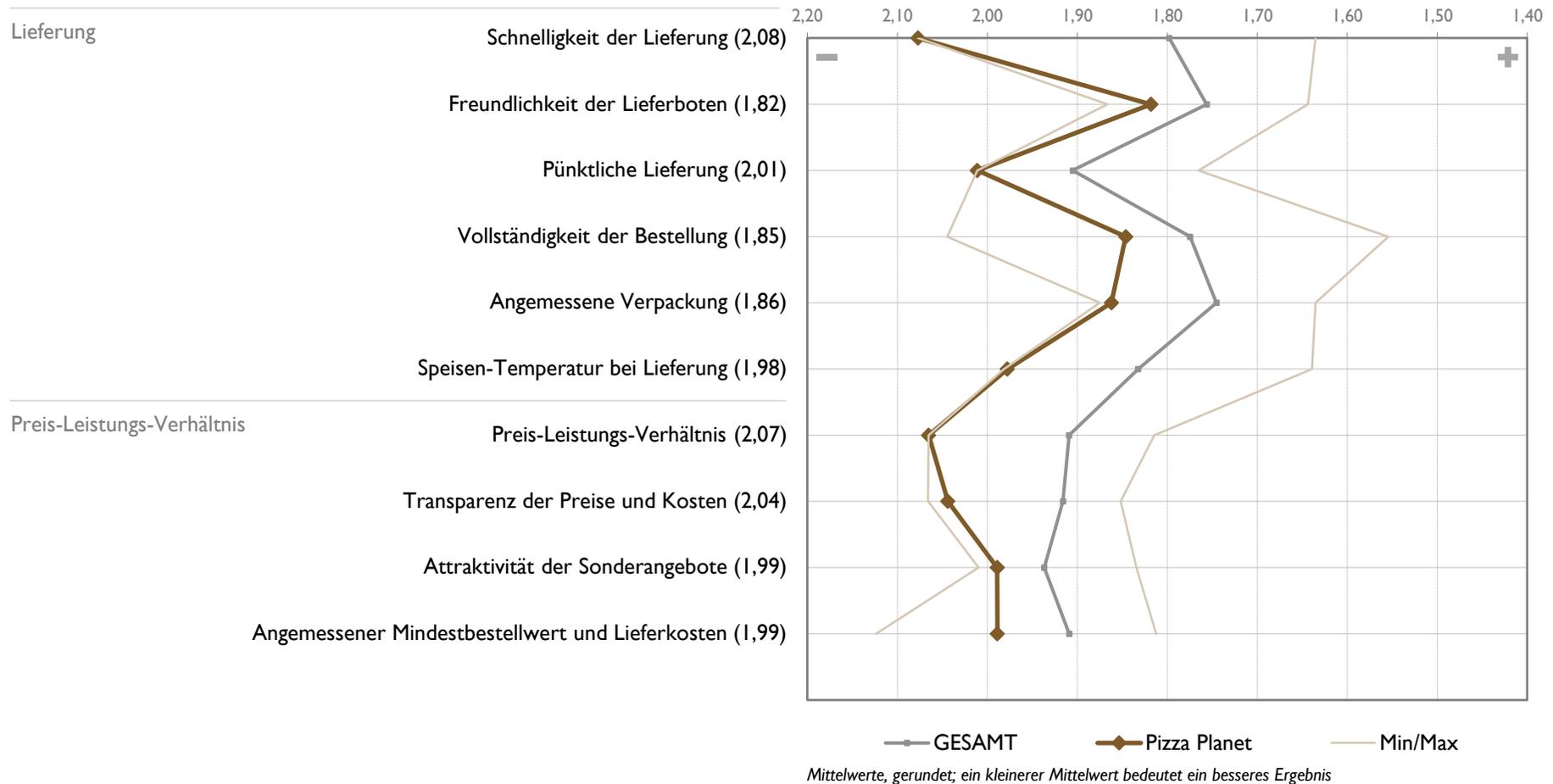
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Planet zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Planet (I)



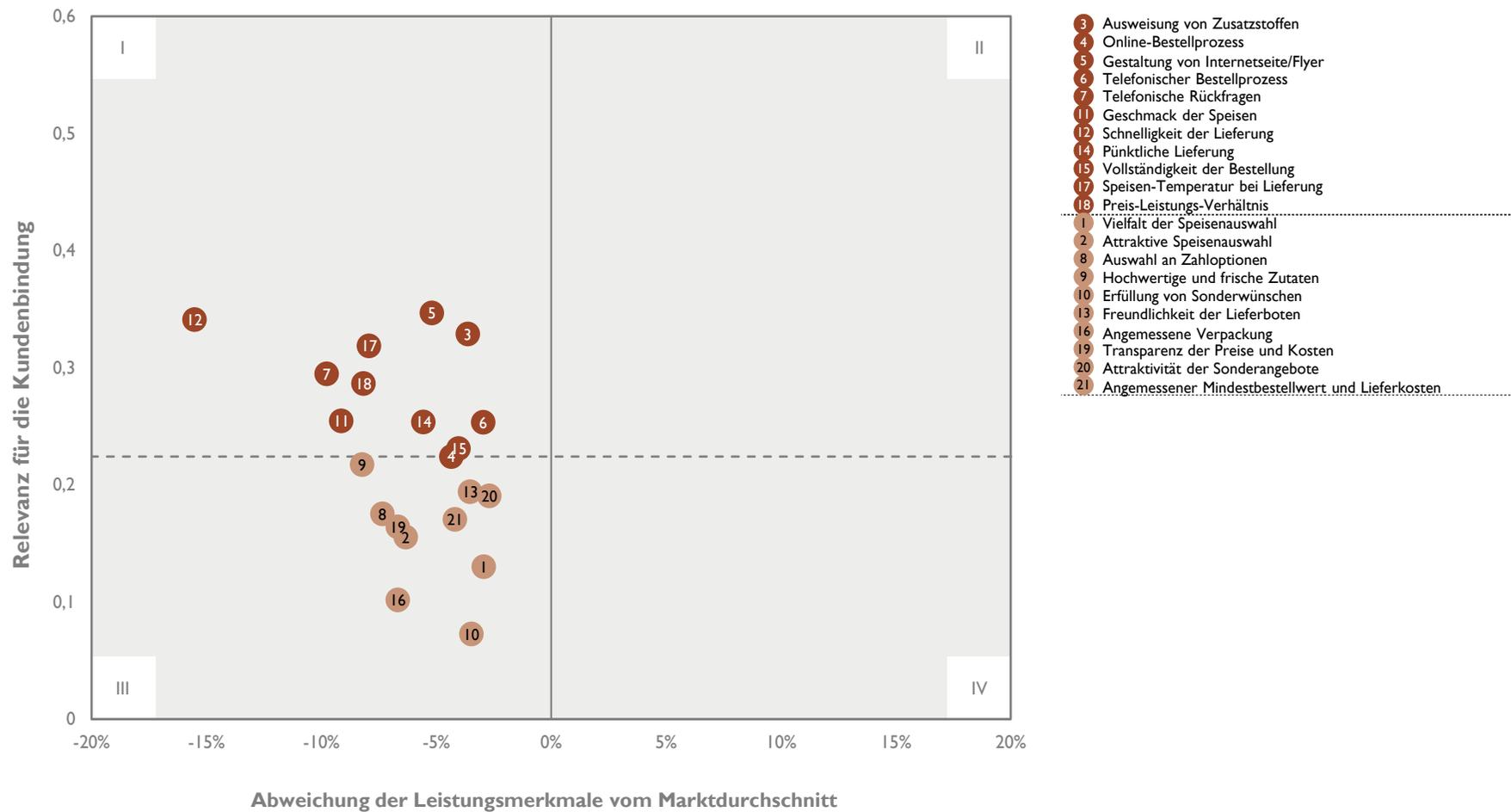
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Planet zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Pizza Planet (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Pizza Planet zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Pizza Planet



Kundenbindungstreiber – Smiley's (I)



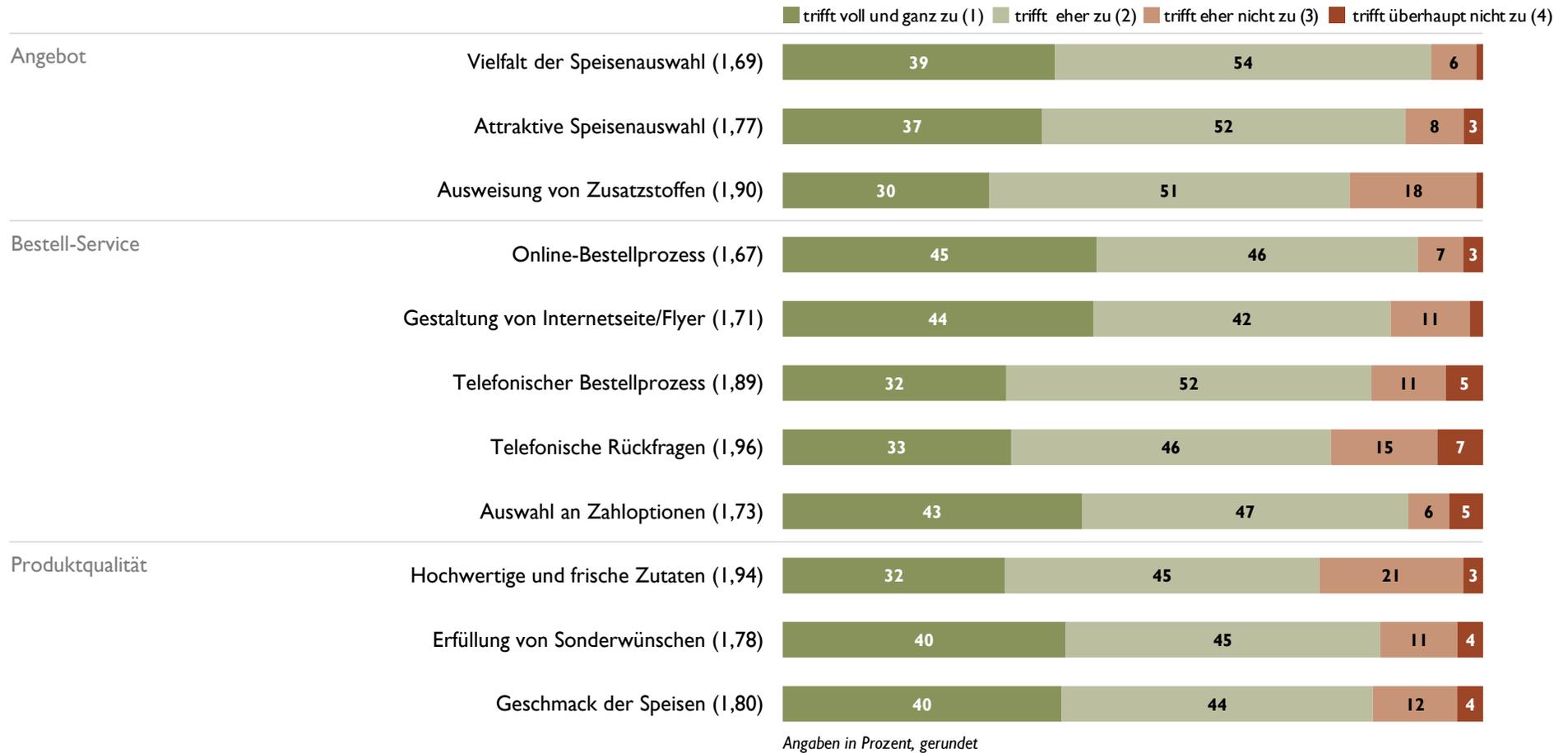
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Smiley's (II)



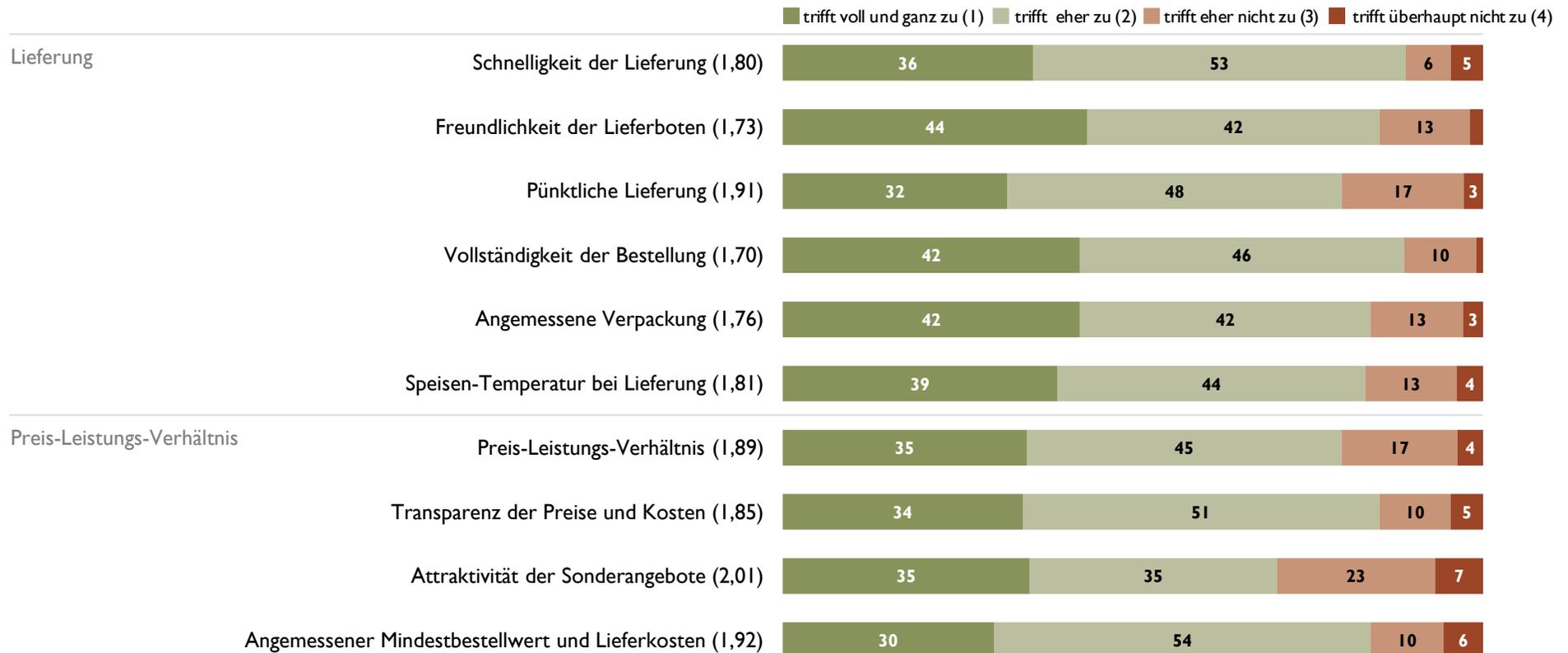
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Smiley's (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Smiley's zutreffen:

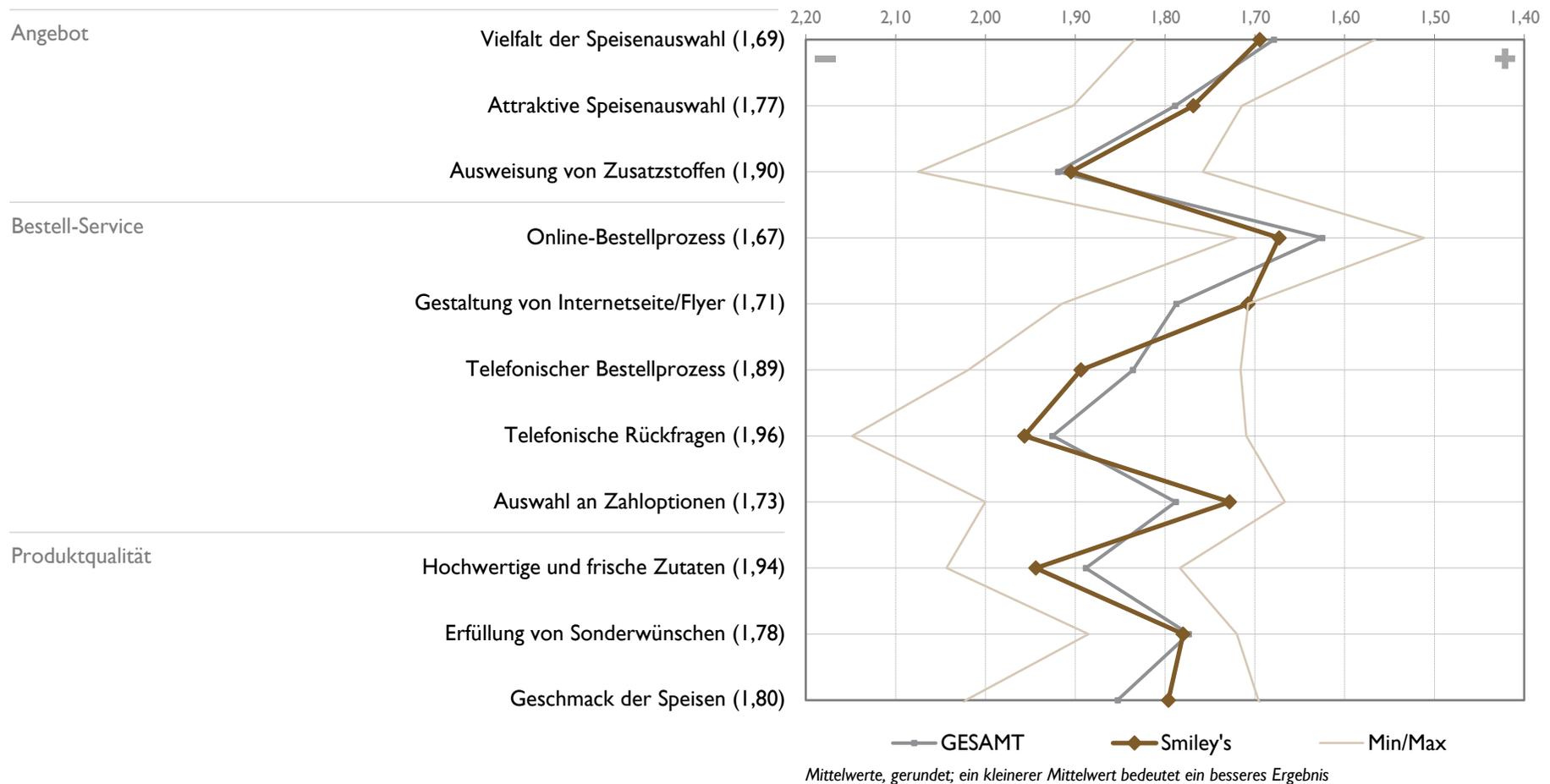
Leistungsprofil – Smiley's (II)



Angaben in Prozent, gerundet

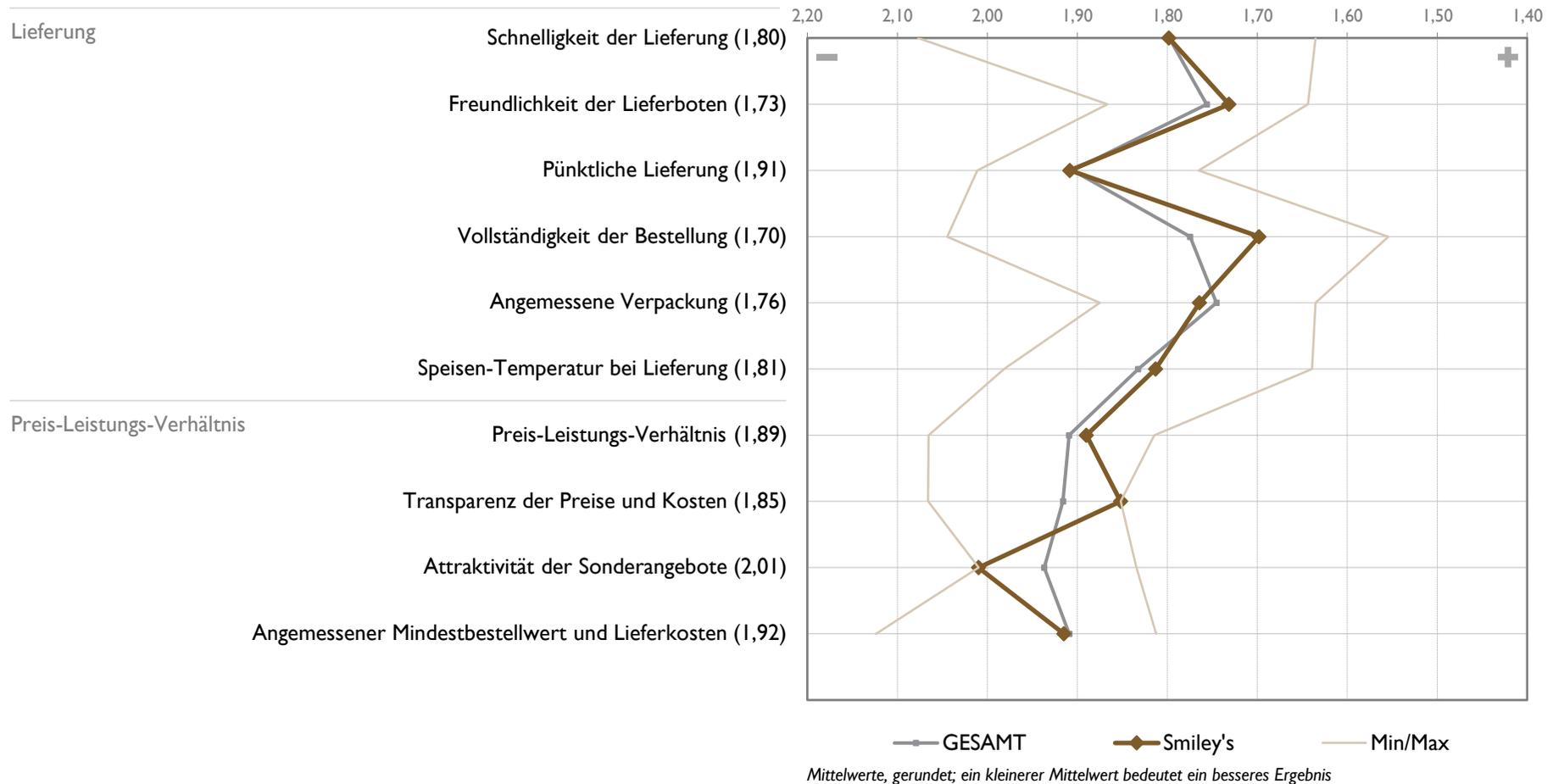
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Smiley's zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Smiley's (I)



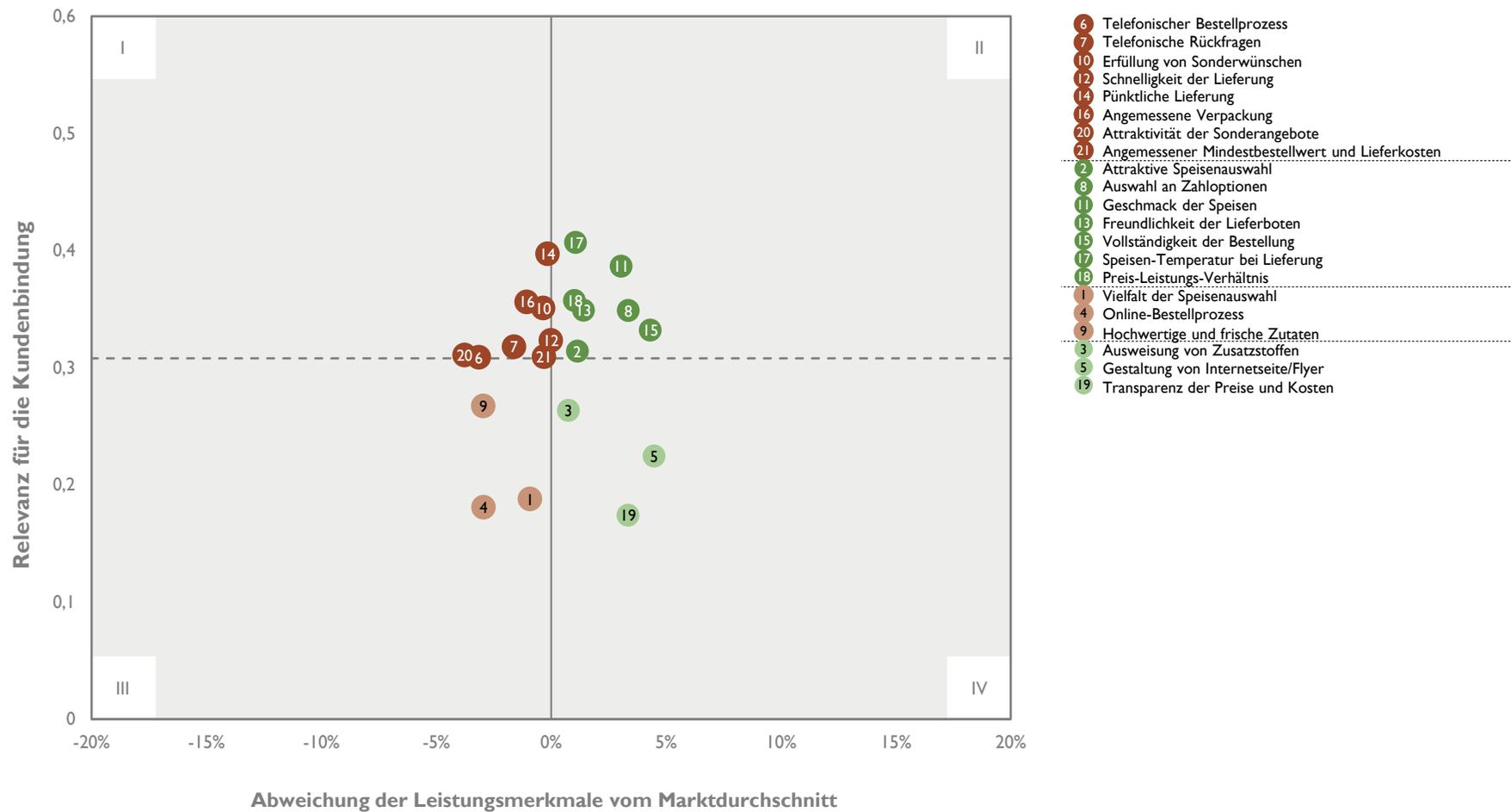
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Smiley's zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Smiley's (II)

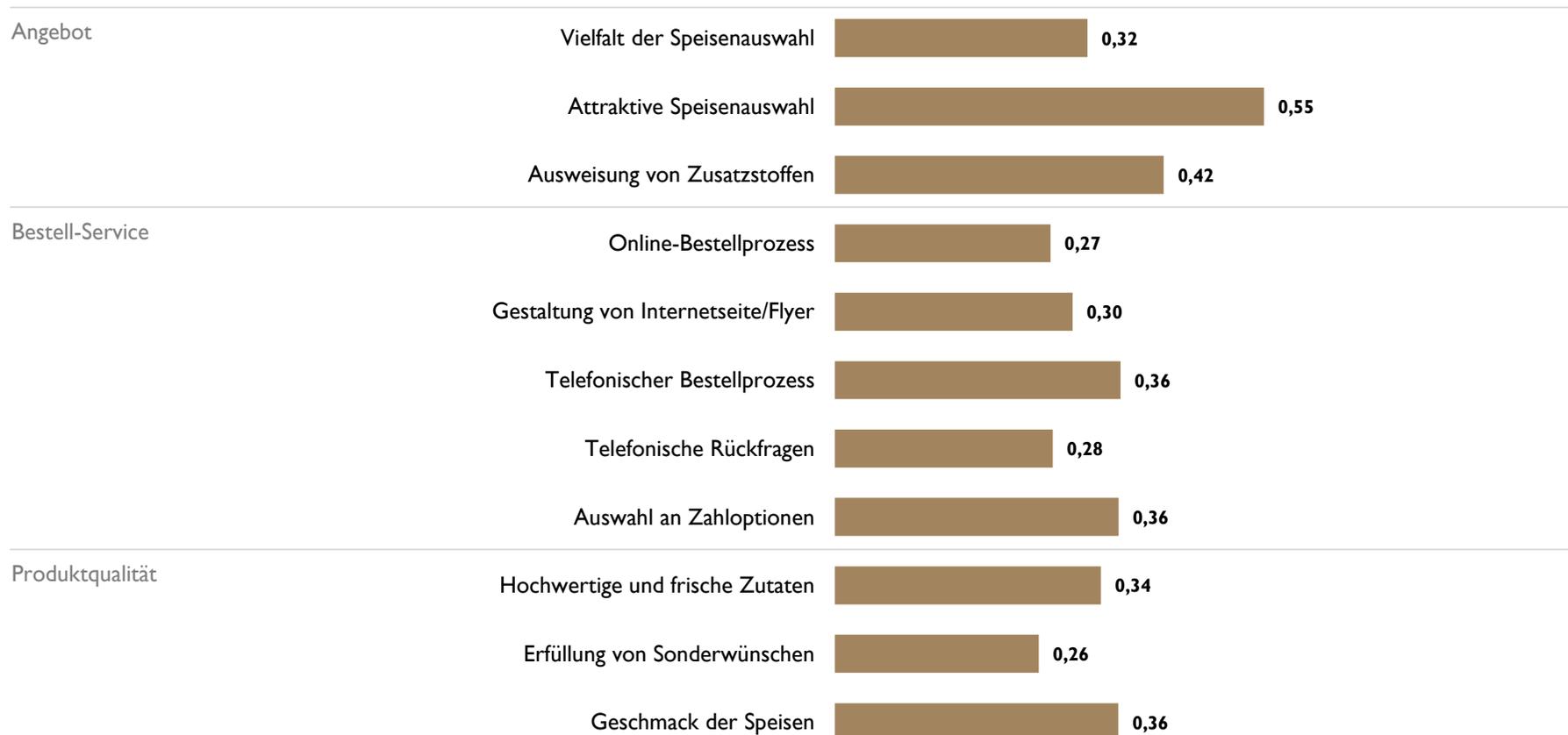


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Smiley's zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Smiley's

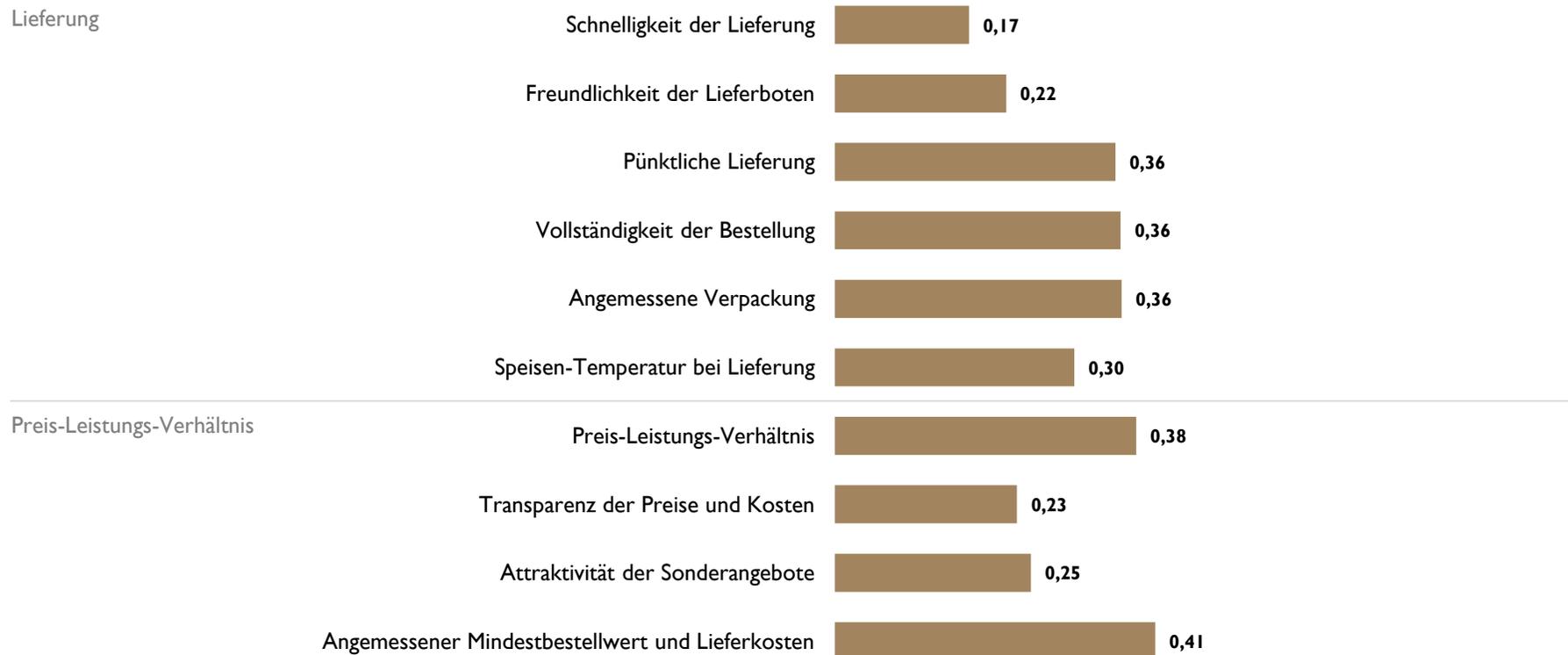


Kundenbindungstreiber – Stückwerk Pizzakultur (I)



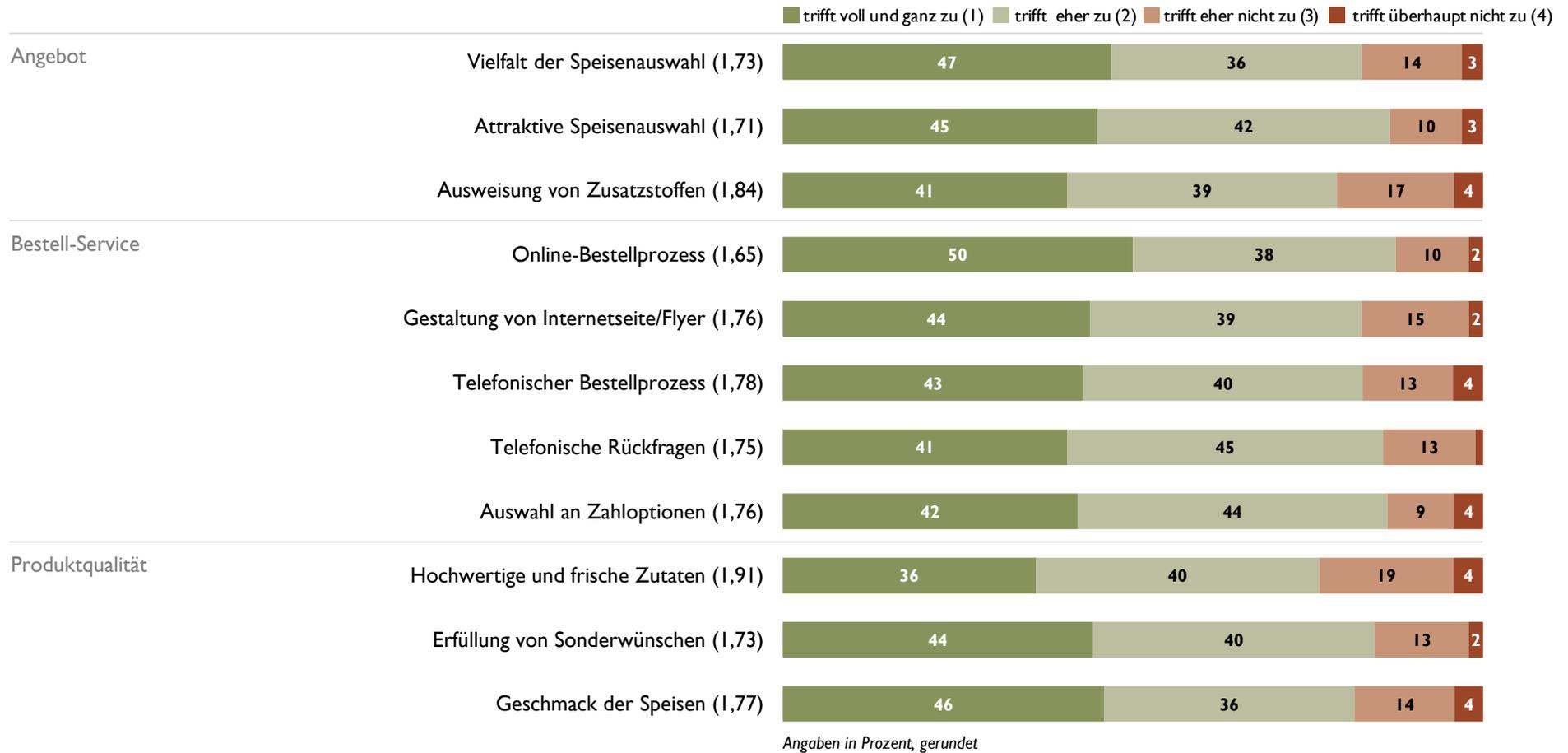
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Stückwerk Pizzakultur (II)



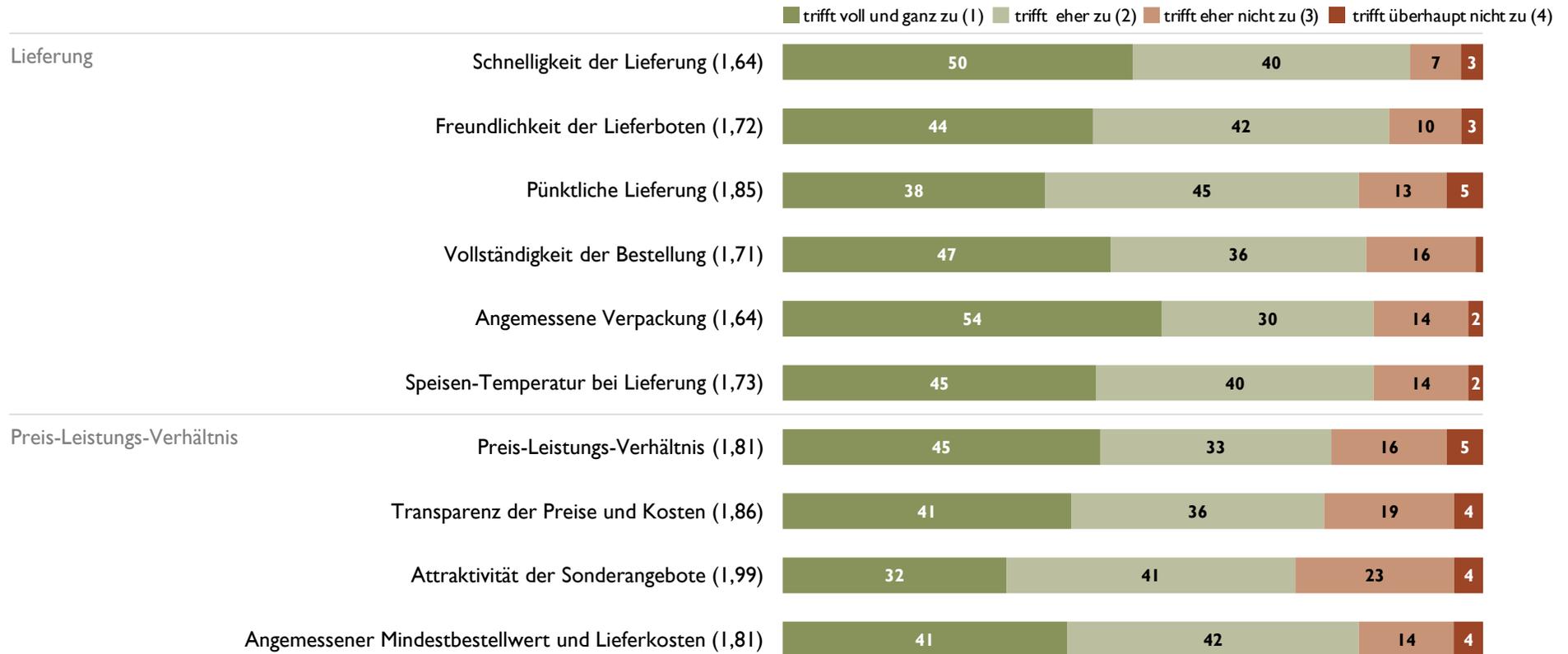
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Stückwerk Pizzakultur (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Stückwerk Pizzakultur zutreffen:

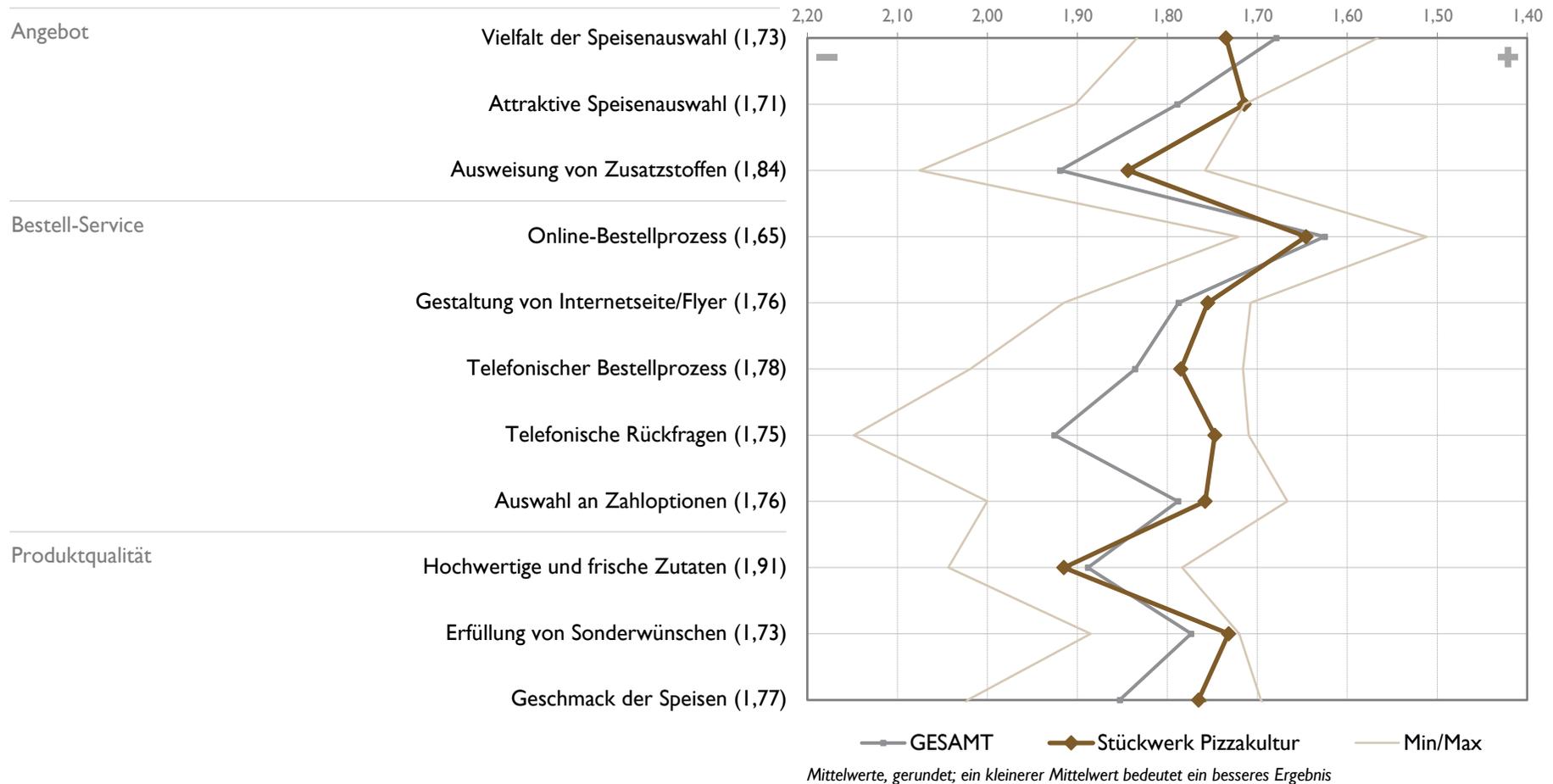
Leistungsprofil – Stückwerk Pizzakultur (II)



Angaben in Prozent, gerundet

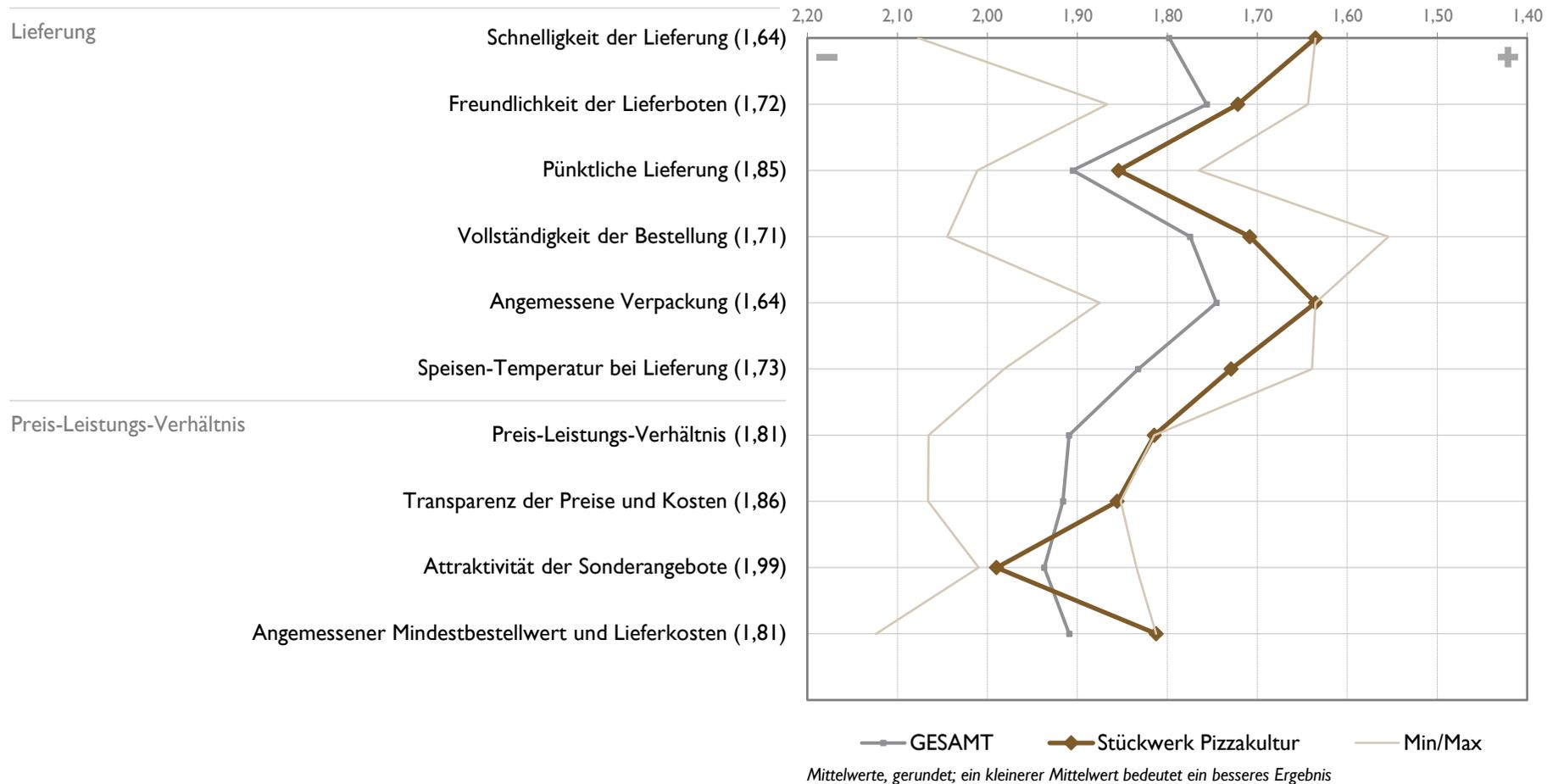
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Stückwerk Pizzakultur zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Stückwerk Pizzakultur (I)



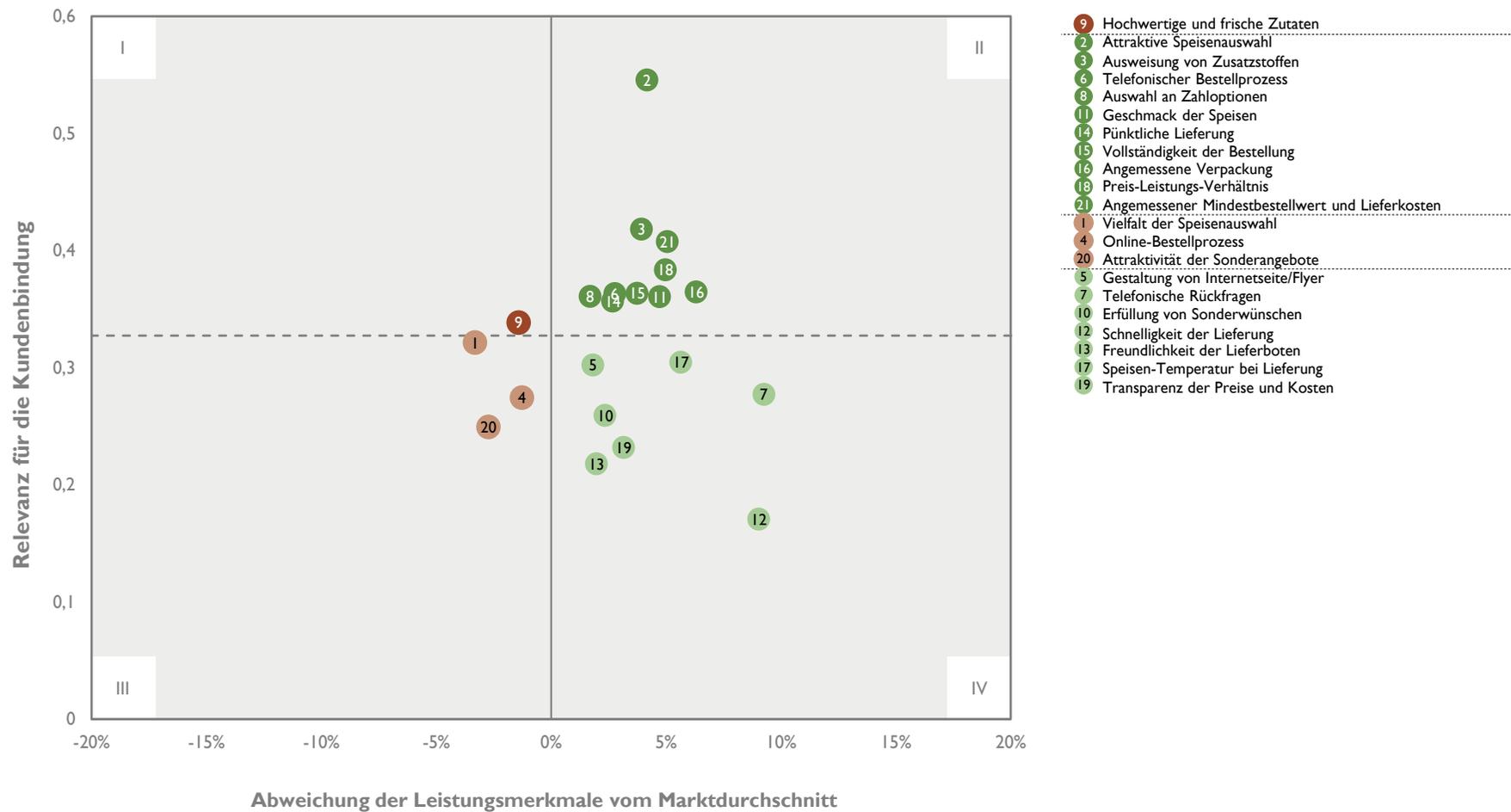
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Stückwerk Pizzakultur zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Stückwerk Pizzakultur (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Stückwerk Pizzakultur zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Stückwerk Pizzakultur

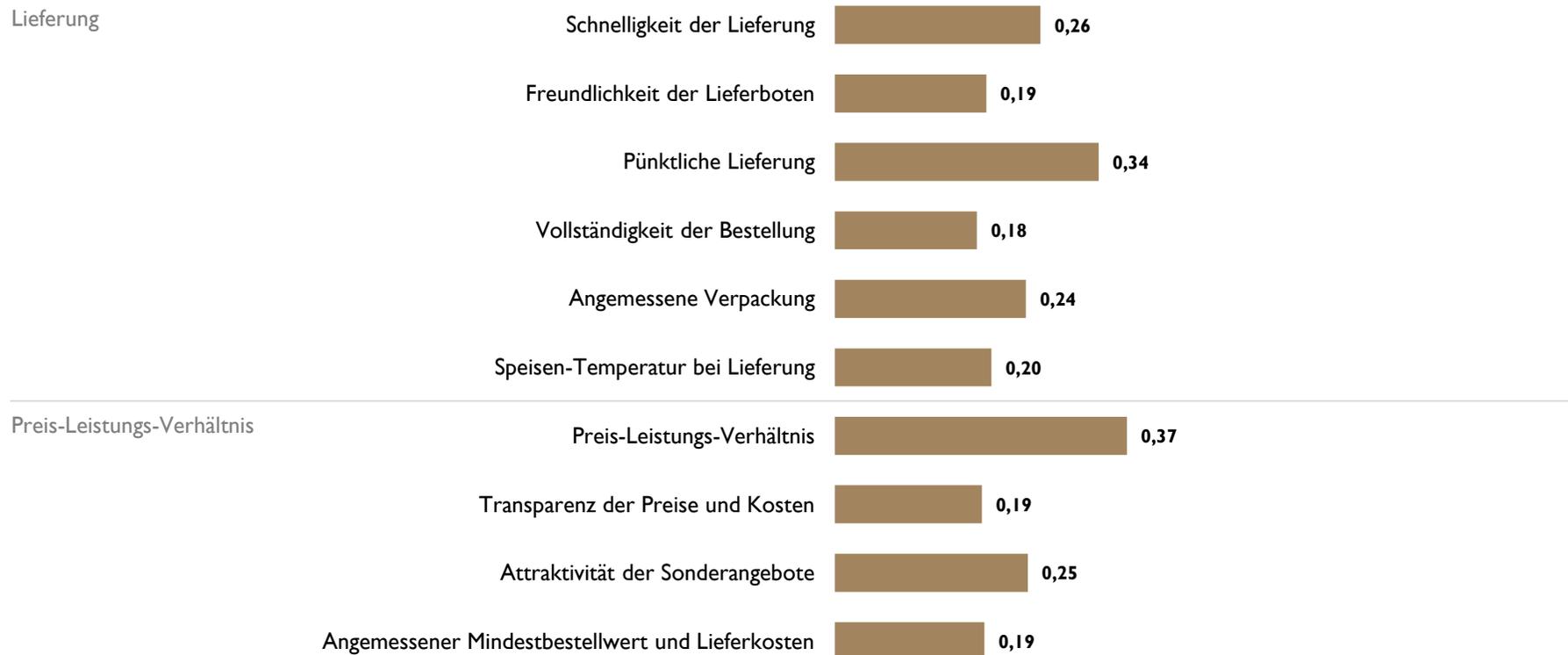


Kundenbindungstreiber – Tele Pizza (I)



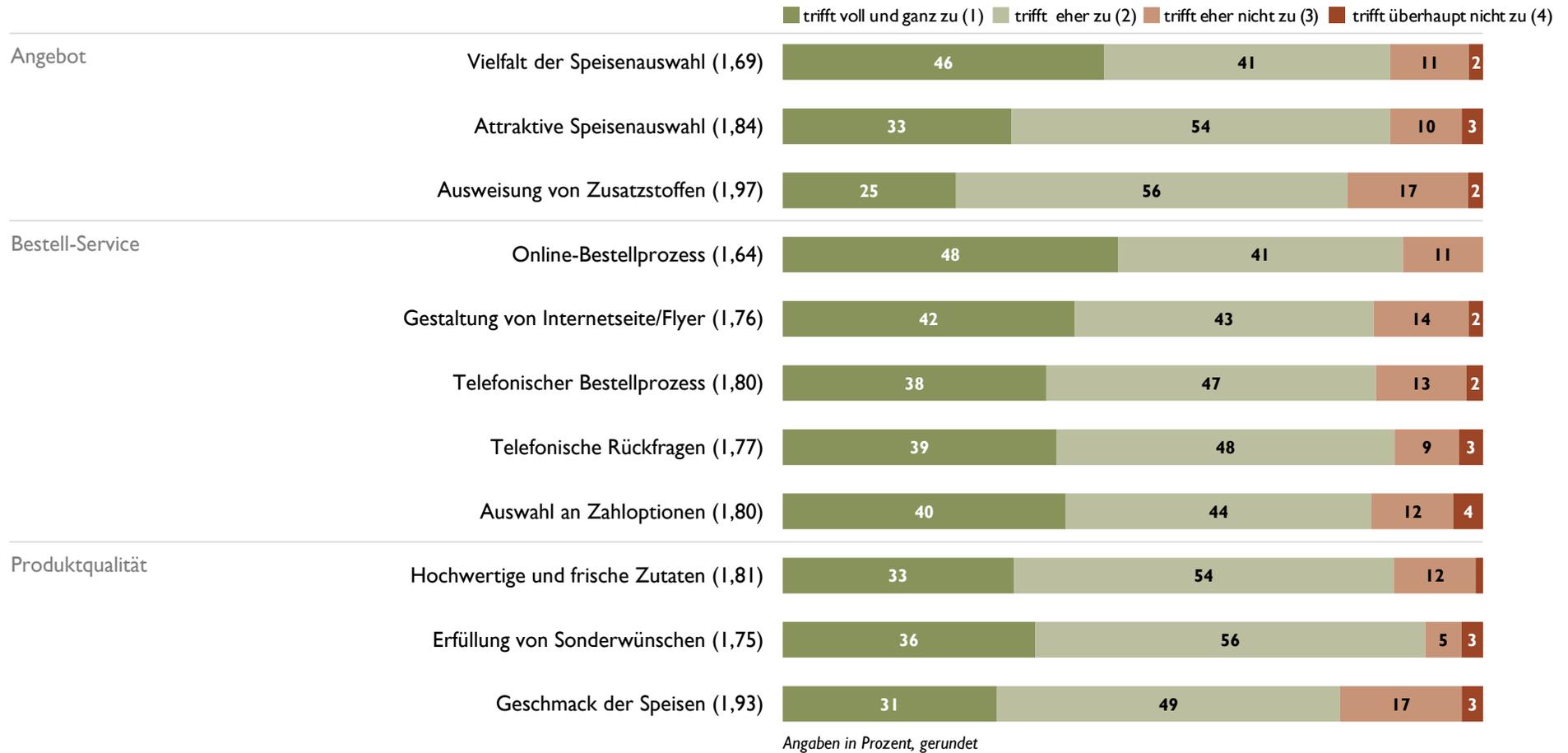
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – Tele Pizza (II)



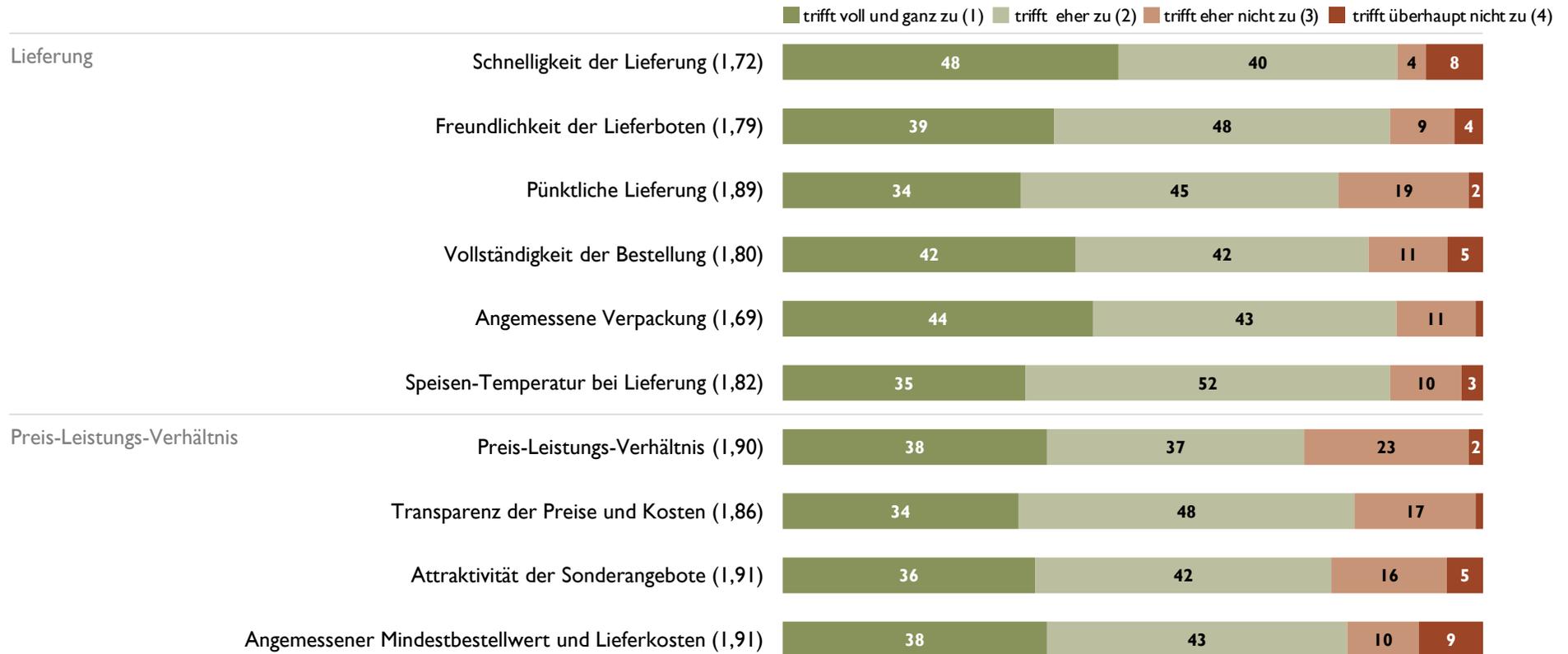
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – Tele Pizza (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Tele Pizza zutreffen:

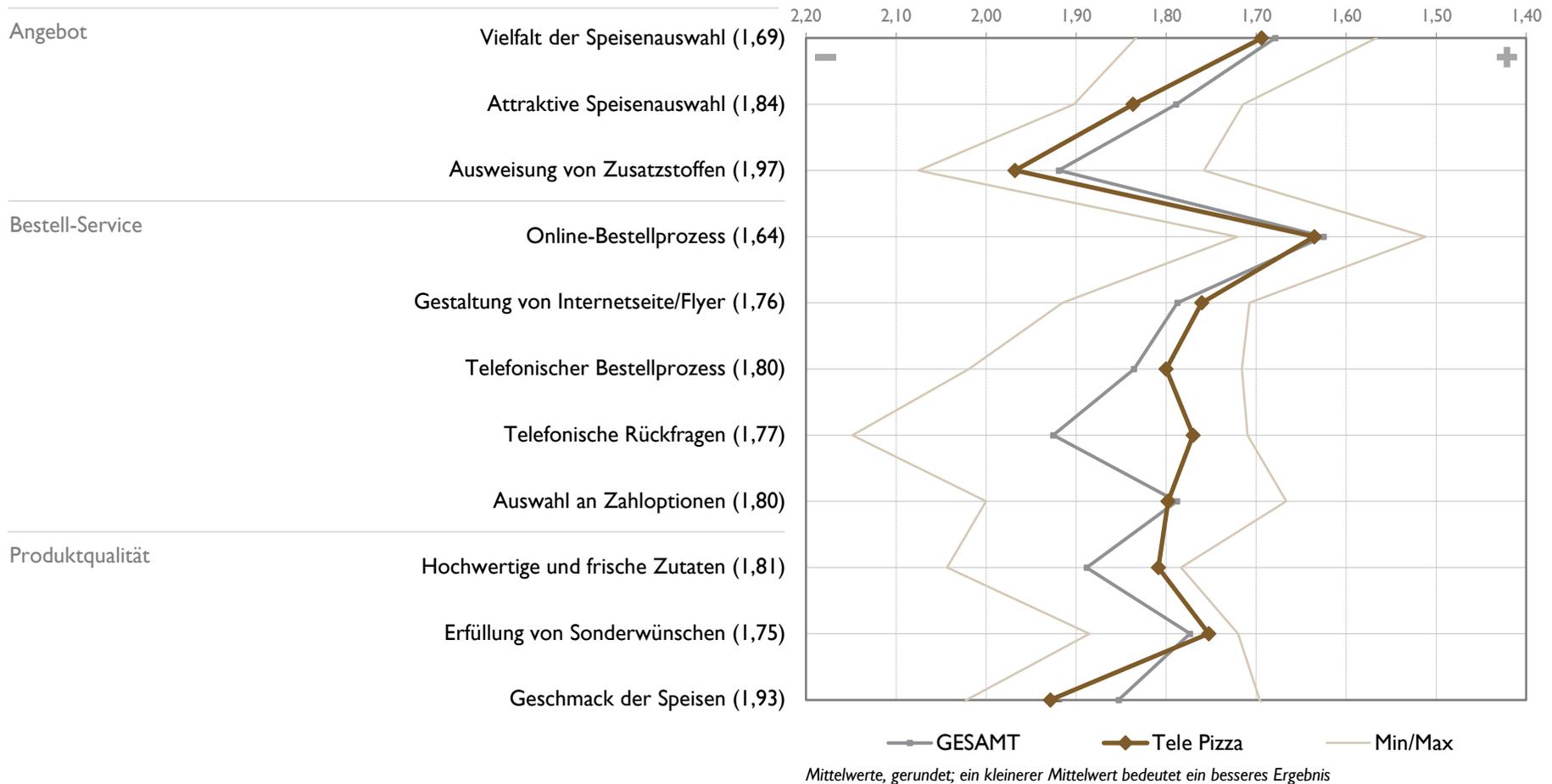
Leistungsprofil – Tele Pizza (II)



Angaben in Prozent, gerundet

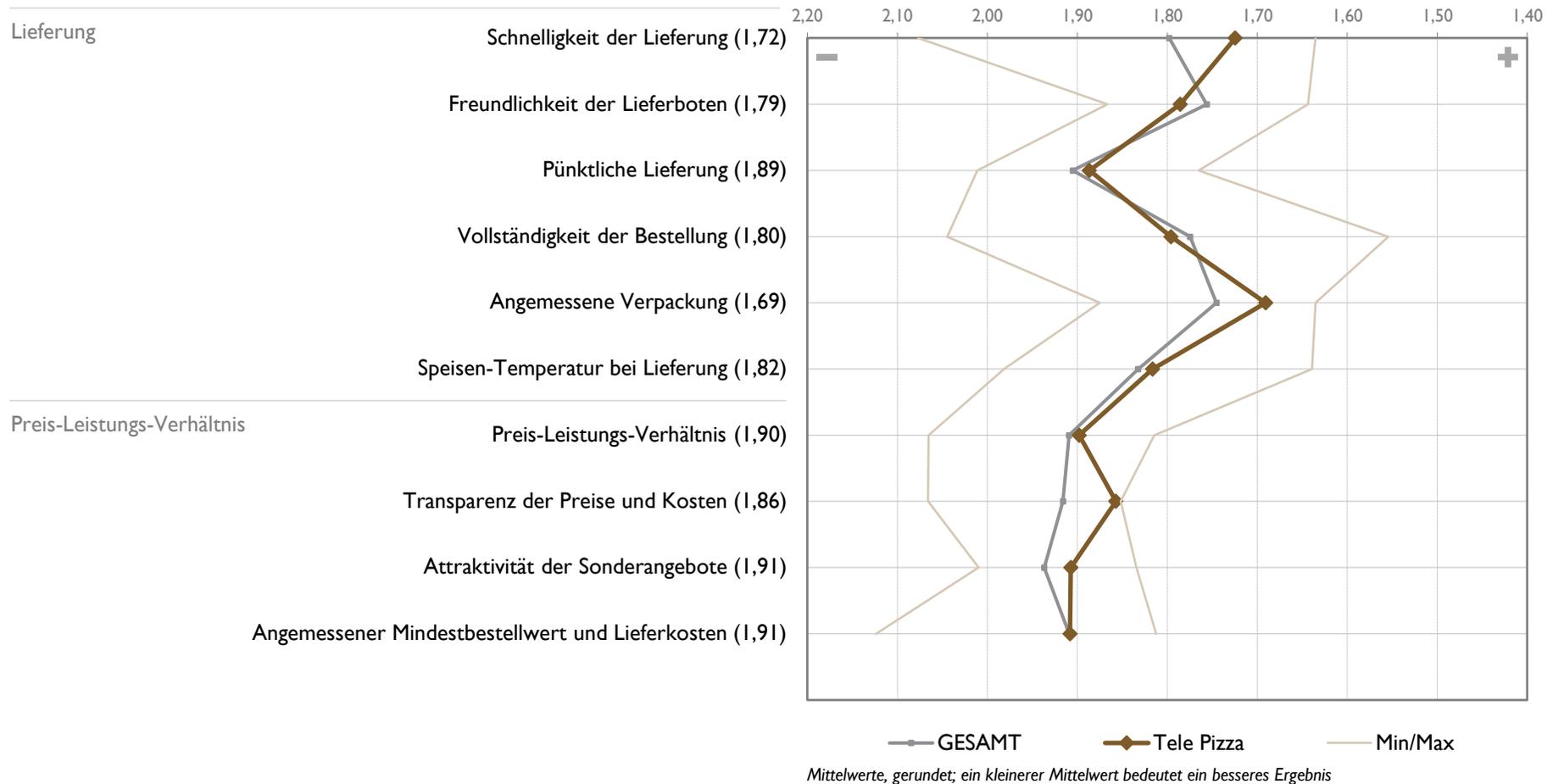
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Tele Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Tele Pizza (I)



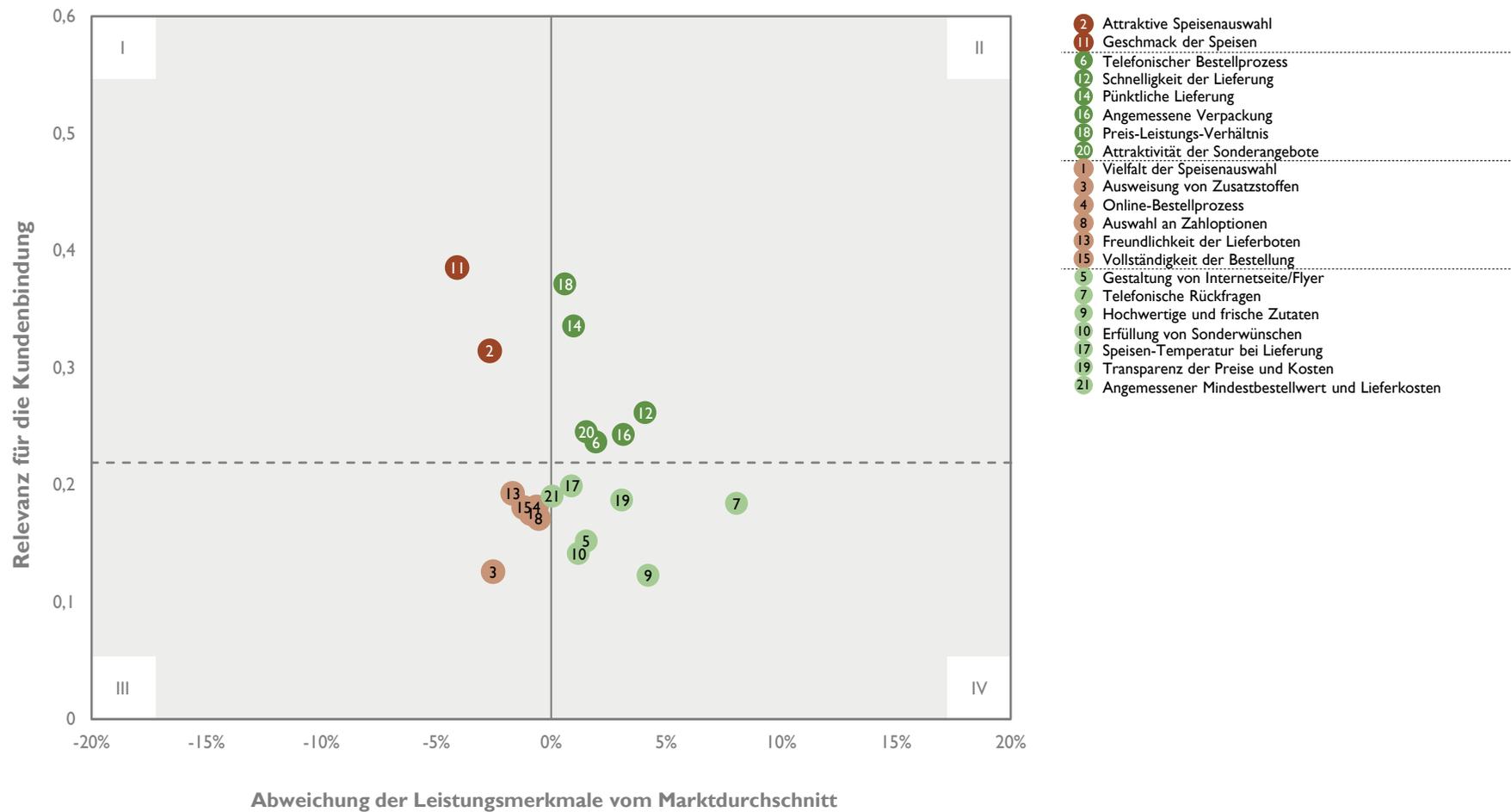
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Tele Pizza zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – Tele Pizza (II)

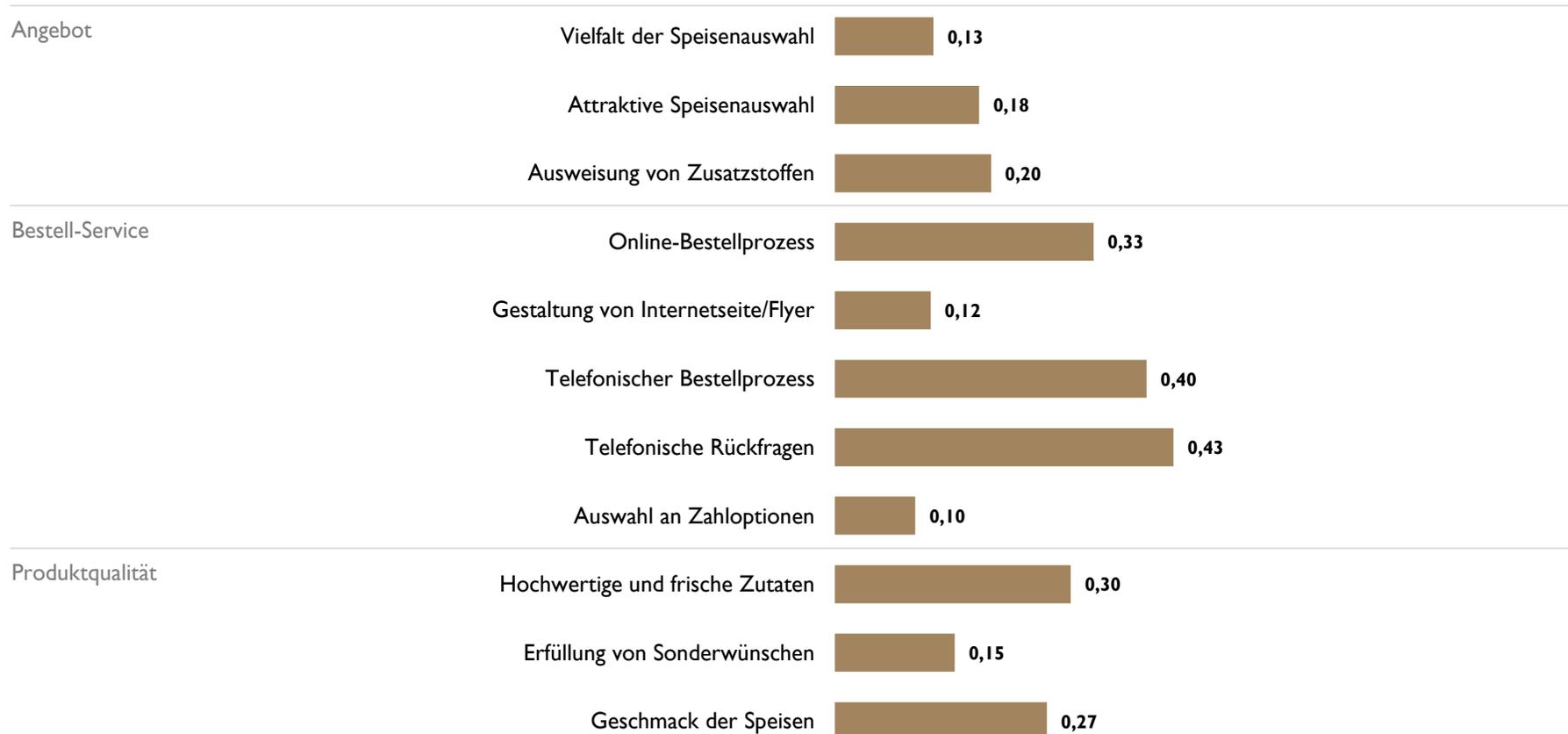


Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf Tele Pizza zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – Tele Pizza

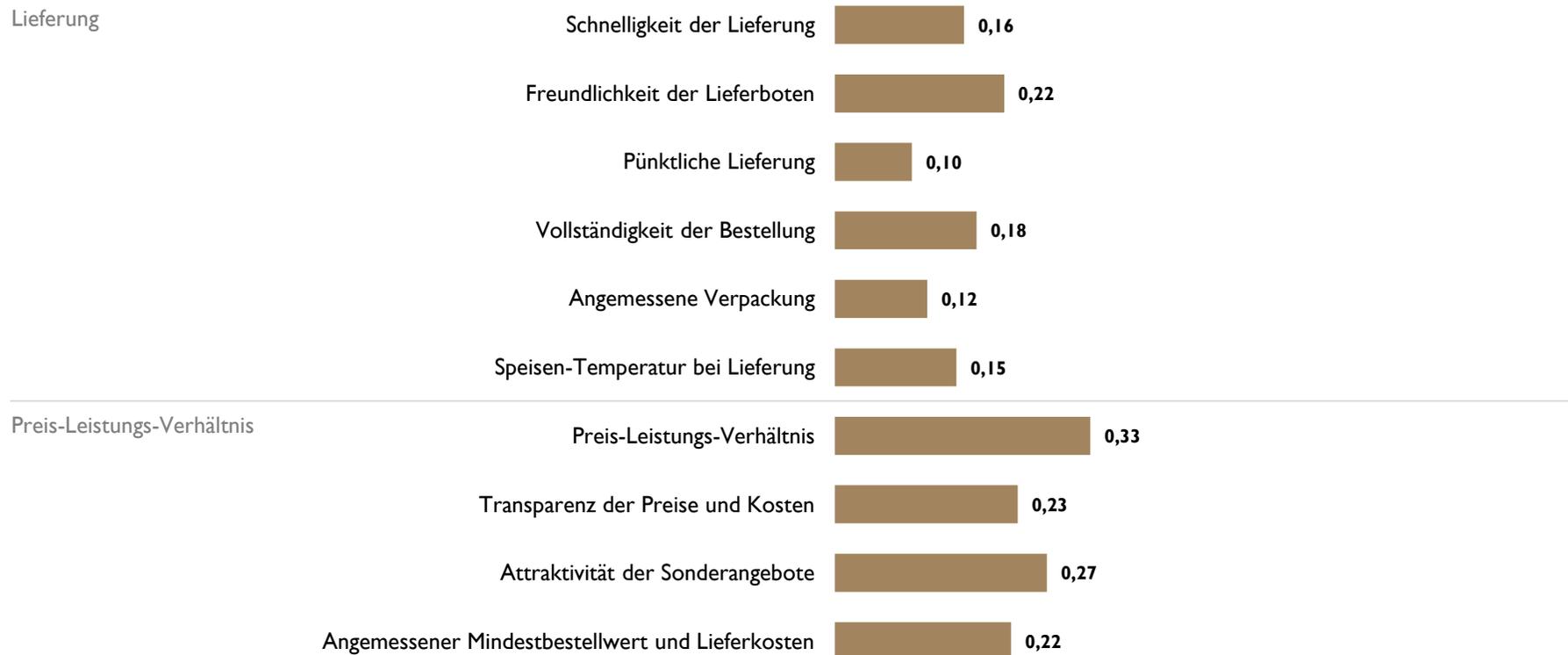


Kundenbindungstreiber – WORLD OF PIZZA (I)



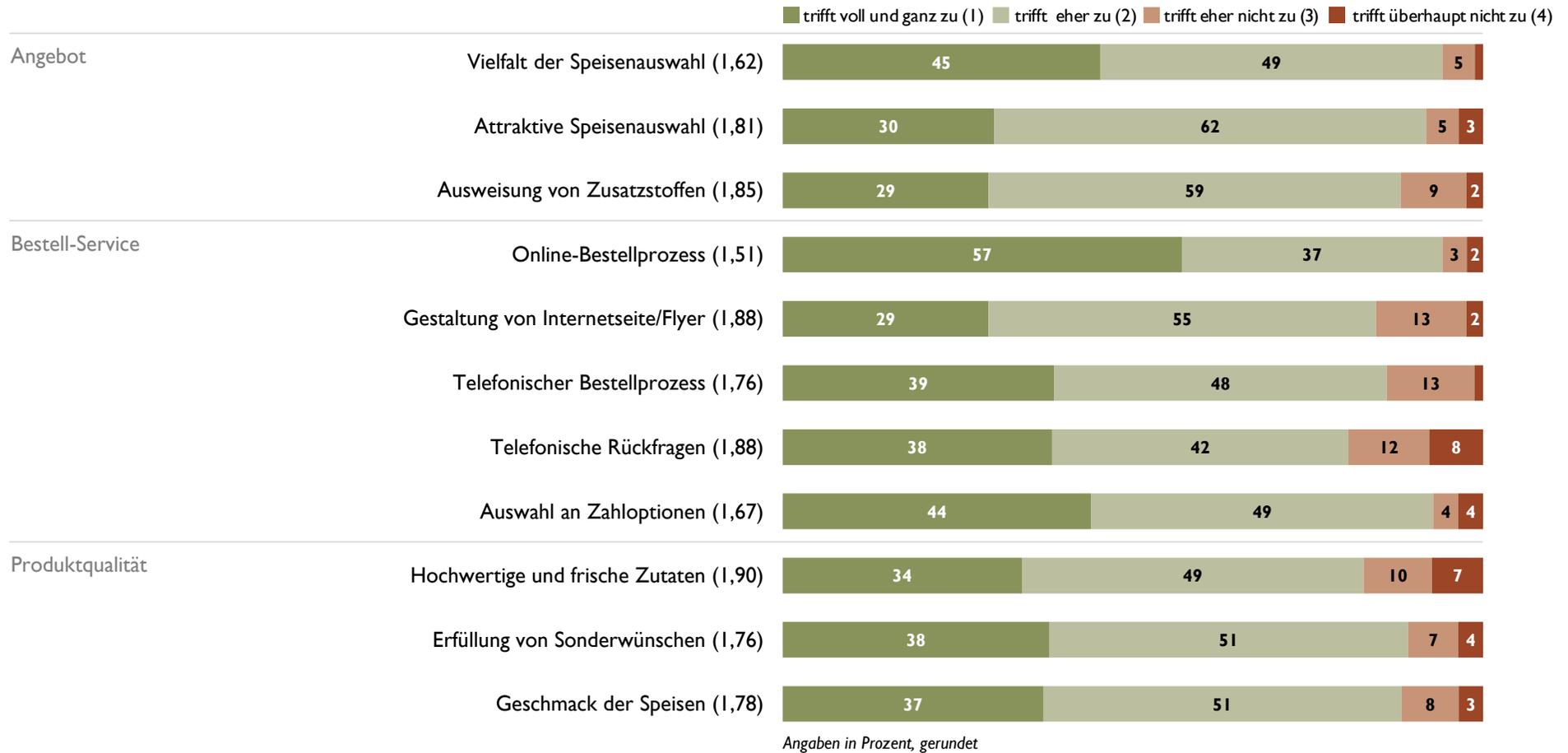
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Kundenbindungstreiber – WORLD OF PIZZA (II)



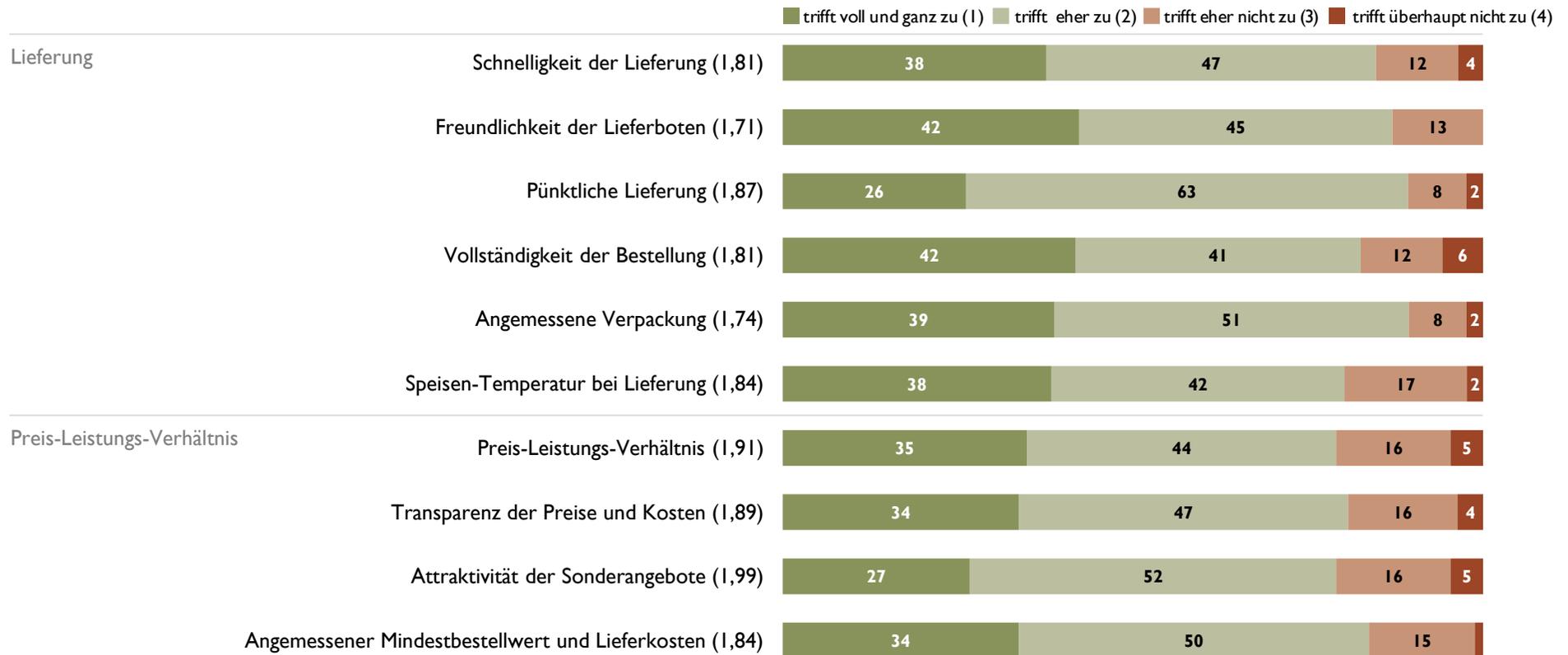
Methode der Relevanzanalyse: Varianzaufklärung der Korrelation nach Pearson

Leistungsprofil – WORLD OF PIZZA (I)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf WORLD OF PIZZA zutreffen:

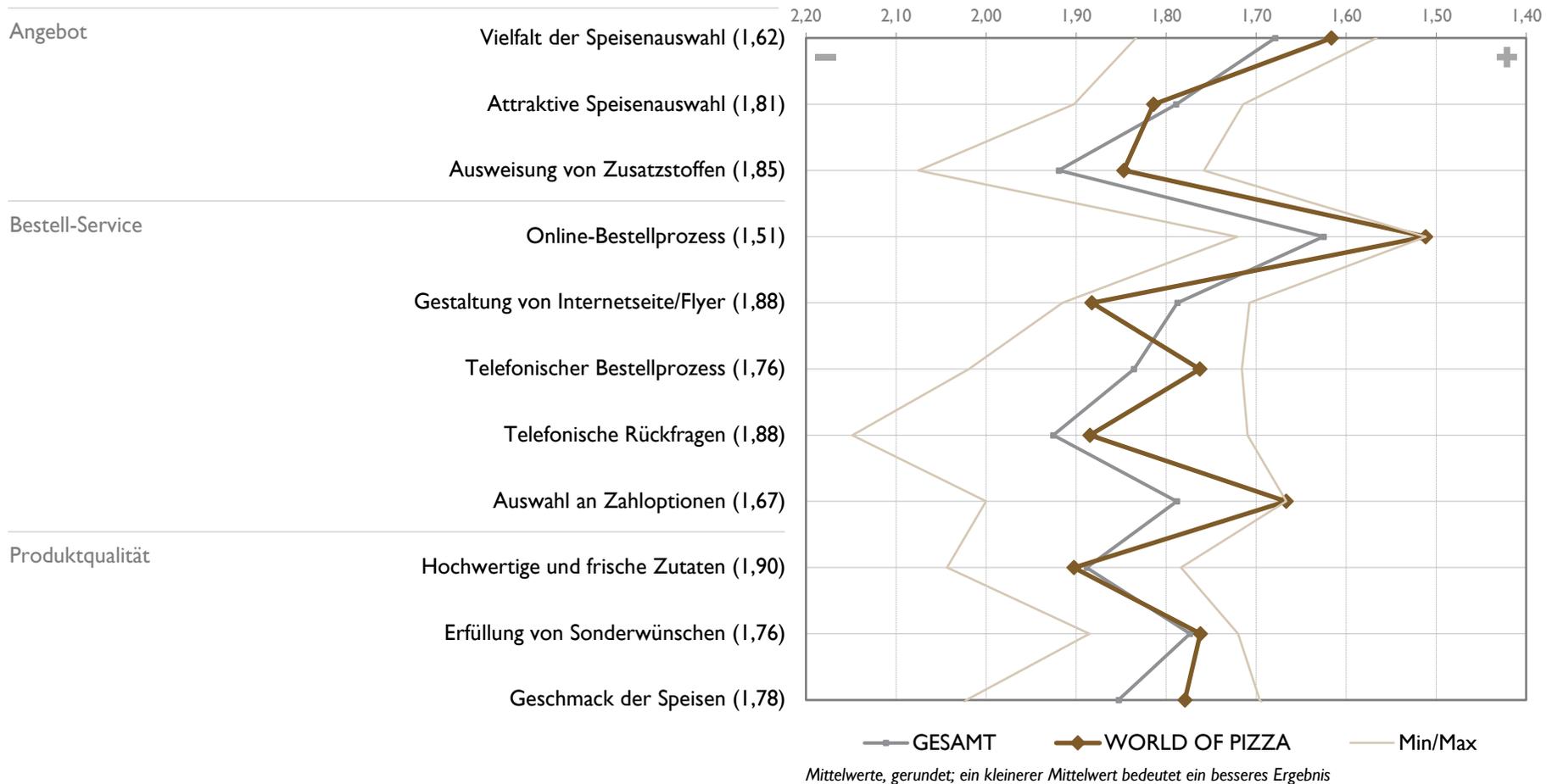
Leistungsprofil – WORLD OF PIZZA (II)



Angaben in Prozent, gerundet

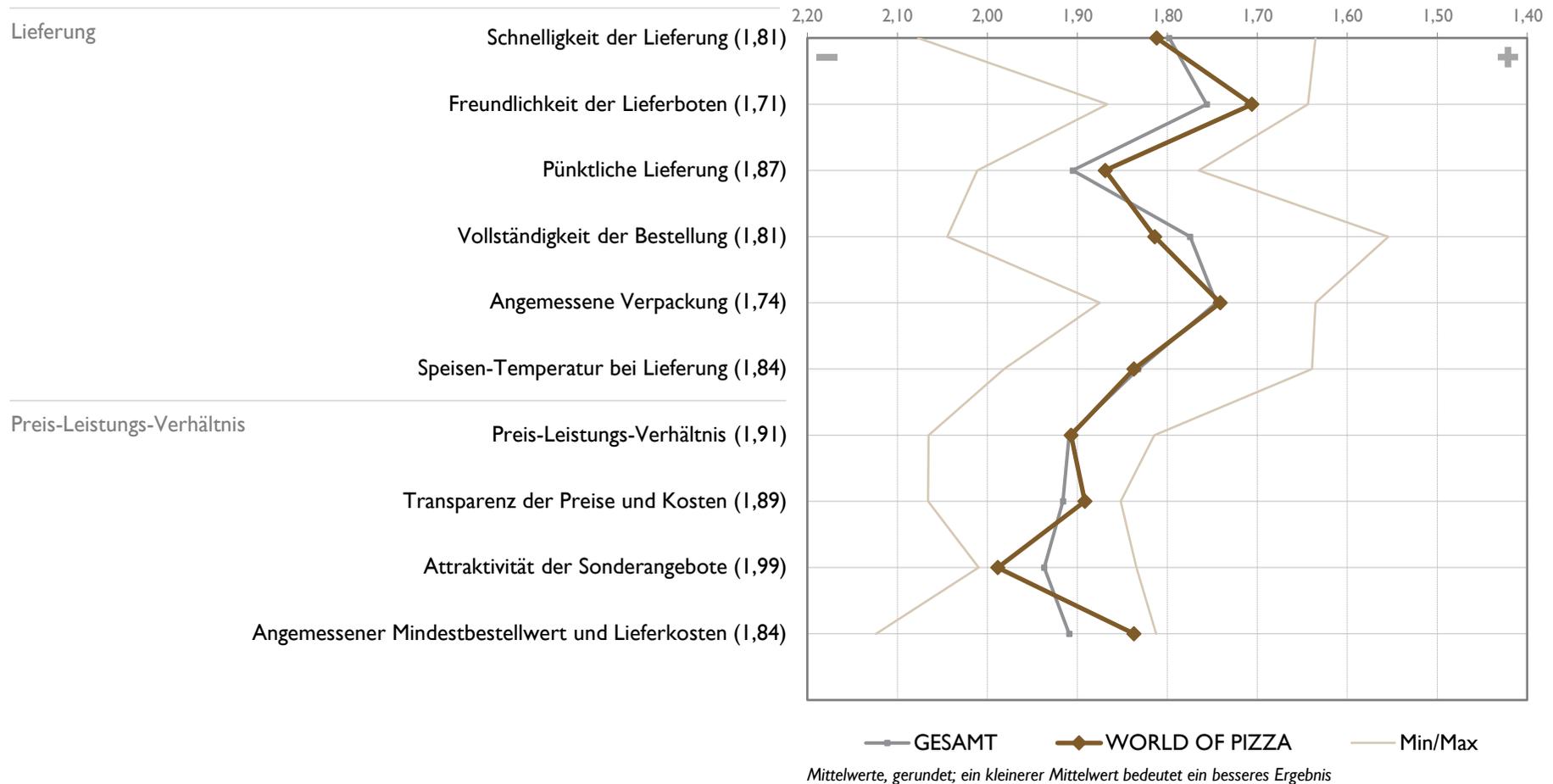
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf WORLD OF PIZZA zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – WORLD OF PIZZA (I)



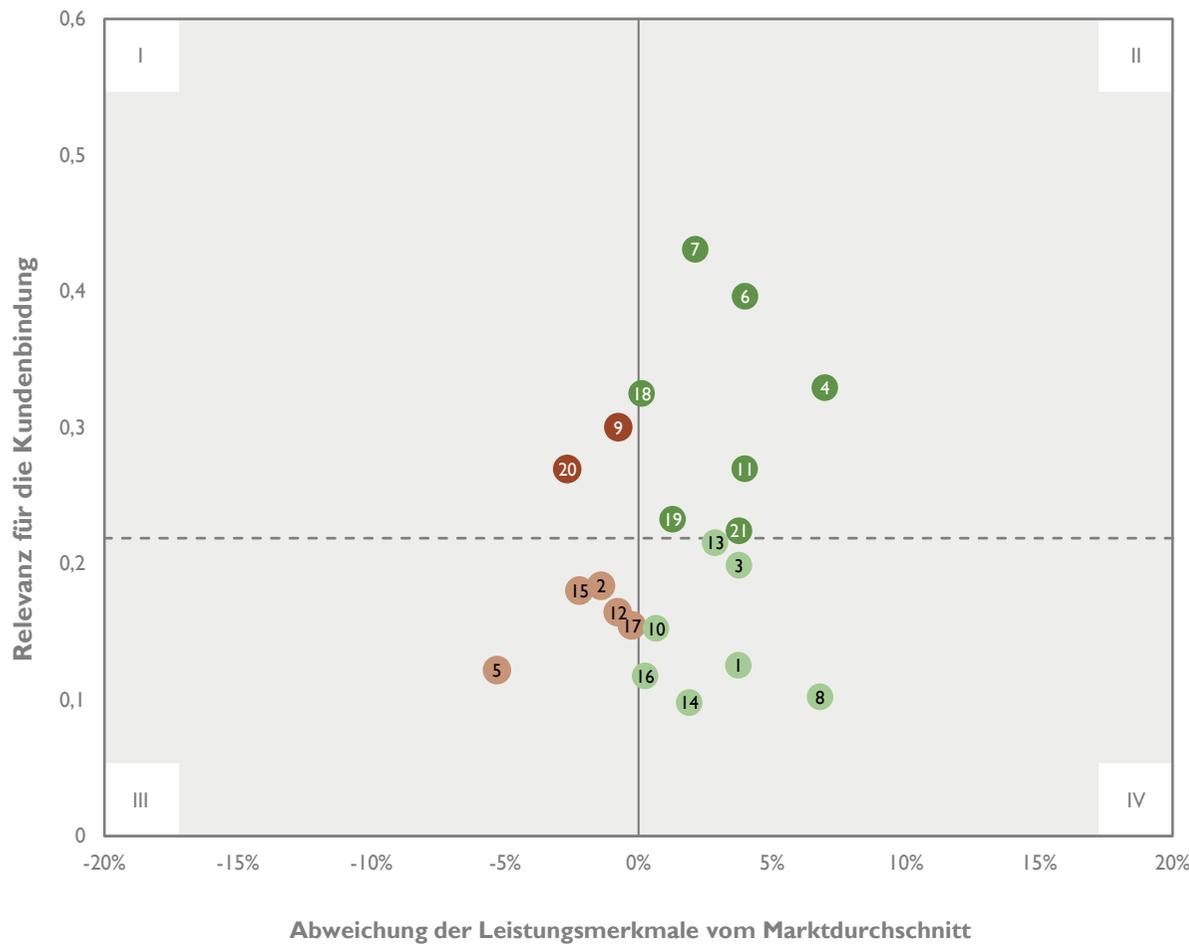
Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf WORLD OF PIZZA zutreffen:

Leistungsprofil im Marktvergleich – WORLD OF PIZZA (II)



Frage: Geben Sie hier bitte an, inwiefern folgende Aussagen auf WORLD OF PIZZA zutreffen:

Handlungs-Relevanz-Matrix – WORLD OF PIZZA



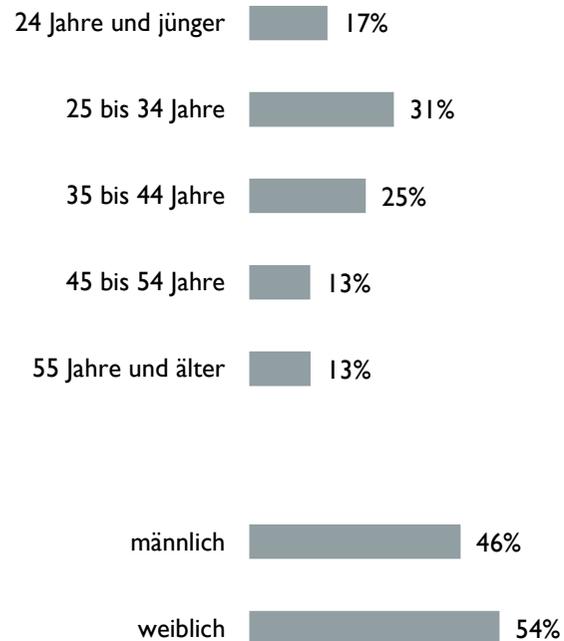
- 9 Hochwertige und frische Zutaten
- 20 Attraktivität der Sonderangebote
- 4 Online-Bestellprozess
- 6 Telefonischer Bestellprozess
- 7 Telefonische Rückfragen
- 11 Geschmack der Speisen
- 18 Preis-Leistungs-Verhältnis
- 19 Transparenz der Preise und Kosten
- 21 Angemessener Mindestbestellwert und Lieferkosten
- 2 Attraktive Speisenauswahl
- 5 Gestaltung von Internetseite/Flyer
- 12 Schnelligkeit der Lieferung
- 15 Vollständigkeit der Bestellung
- 17 Speisen-Temperatur bei Lieferung
- 1 Vielfalt der Speisenauswahl
- 3 Ausweisung von Zusatzstoffen
- 8 Auswahl an Zahloptionen
- 10 Erfüllung von Sonderwünschen
- 13 Freundlichkeit der Lieferboten
- 14 Pünktliche Lieferung
- 16 Angemessene Verpackung

Inhalt

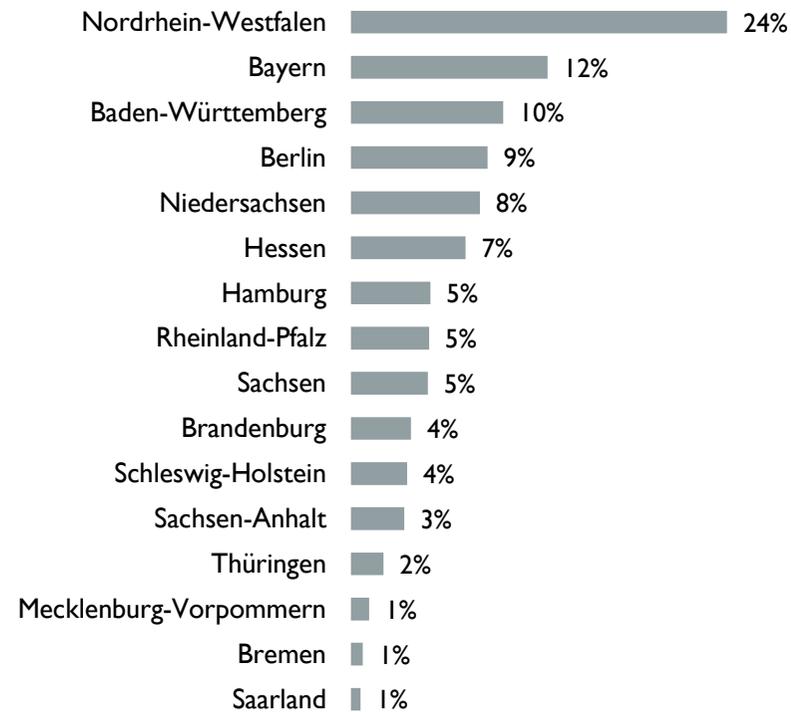
1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Soziodemographische Merkmale der Stichprobe (I)

Alter & Geschlecht



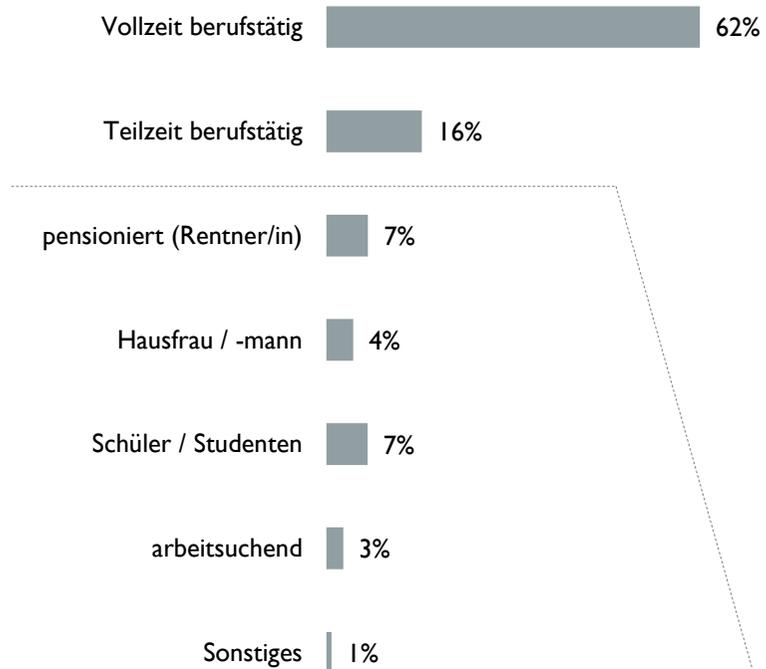
Bundesland



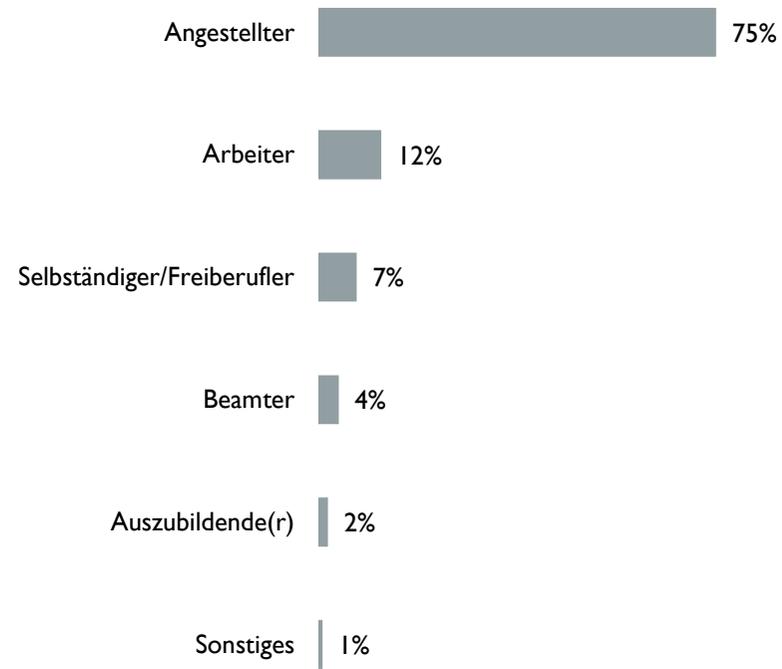
n = 1.313 (Befragte, die in den letzten 12 Monaten Kunde bei einem Lieferdienst waren)

Soziodemographische Merkmale der Stichprobe (II)

Berufstätigkeit



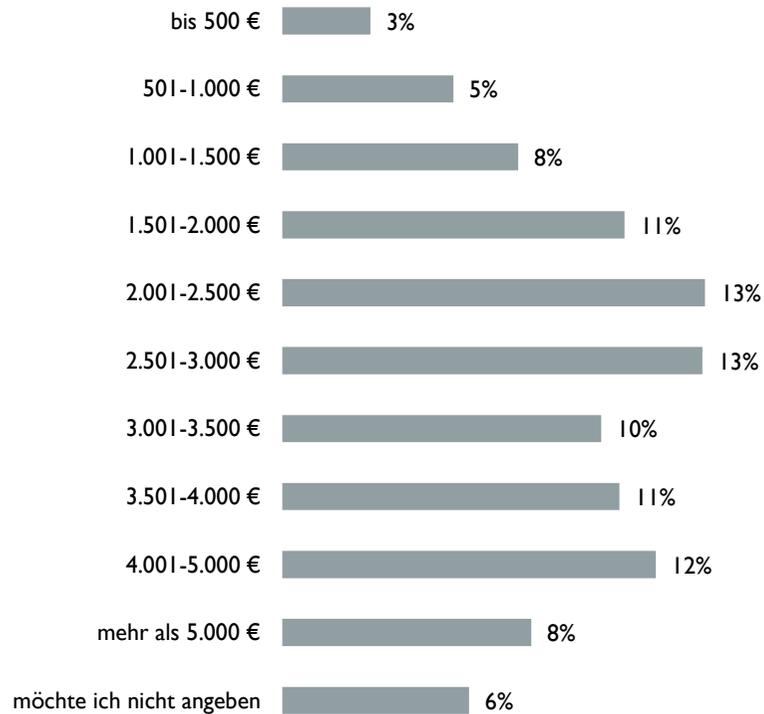
Beschäftigungsverhältnis



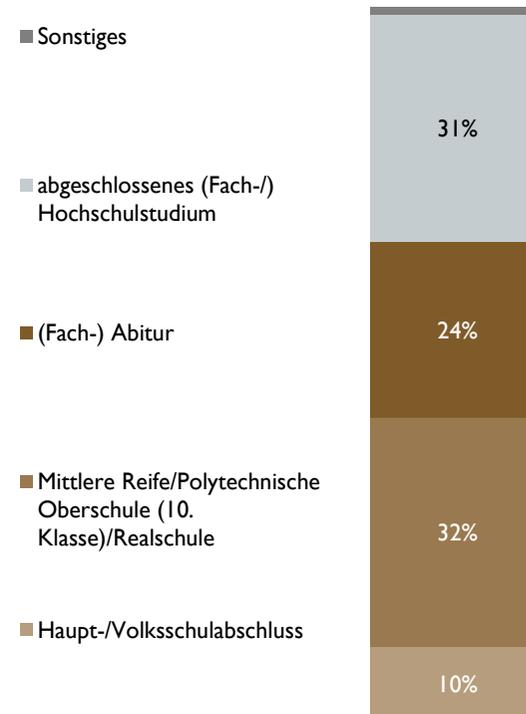
n = 1.313 (Befragte, die in den letzten 12 Monaten Kunde bei einem Lieferdienst waren)

Soziodemographische Merkmale der Stichprobe (III)

Haushaltsnettoeinkommen



Bildungsabschluss



n = 1.313 (Befragte, die in den letzten 12 Monaten Kunde bei einem Lieferdienst waren)

Inhalt

1. Anlage der Untersuchung
2. DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Essen-Bestellportale und Pizza-Lieferdienste
3. Essen-Bestellportale
 - 3.1 Kundenbindung
 - 3.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 3.3 Leistungsprofile der untersuchten Essen-Bestellportale
4. Pizza-Lieferdienste
 - 4.1 Kundenbindung
 - 4.2 Gesamtübersicht aller Service- und Leistungsmerkmale
 - 4.3 Leistungsprofile der untersuchten Pizza-Lieferdienste
5. Anhang: Erläuterung der Stichprobe
6. Kurzportrait ServiceValue

Kurzportrait ServiceValue

Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



Impressum

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

ISBN 978-3-96472-281-2 (PDF)

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Jürgen Priewe / Robert Kneschke – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de