

„Respekt fängt schon auf dem Parkplatz an“, sagte Stefan Grubendorfer, Inhaber eines Lebensmittelgeschäfts und Vorsitzender des Handelsverbands NRW Westfalen-Münsterland, einmal in einem Interview mit RespectWork. Seine Argumentation war, dass sich durch schlechtes Management (fehlende Parkplätze, mangelnde Hygiene, schlechte Warenverfügbarkeit usw.) bei der Kundschaft eine Unzufriedenheit aufbaut, die sich dann in Respektlosigkeiten an der Kasse äußern kann.

BEFRAGUNG

Wenn dem so ist, kann man durch eine Kund*innenbefragung eventuell Schwachstellen im Geschäft finden, die man dann beheben kann – bevor sie zu Respektlosigkeiten führen.

Kund*innenbefragung

Haben Sie sich beim heutigen Einkauf respektiert gefühlt?

nein 😞 😐 😐 😊 😊 ja

Wie zufrieden waren Sie heute mit Ihrem Einkauf?

Parkplatzsituation
unzufrieden 😞 😐 😐 😊 😊 zufrieden

Sauberkeit
unzufrieden 😞 😐 😐 😊 😊 zufrieden

Coronaschutz
unzufrieden 😞 😐 😐 😊 😊 zufrieden

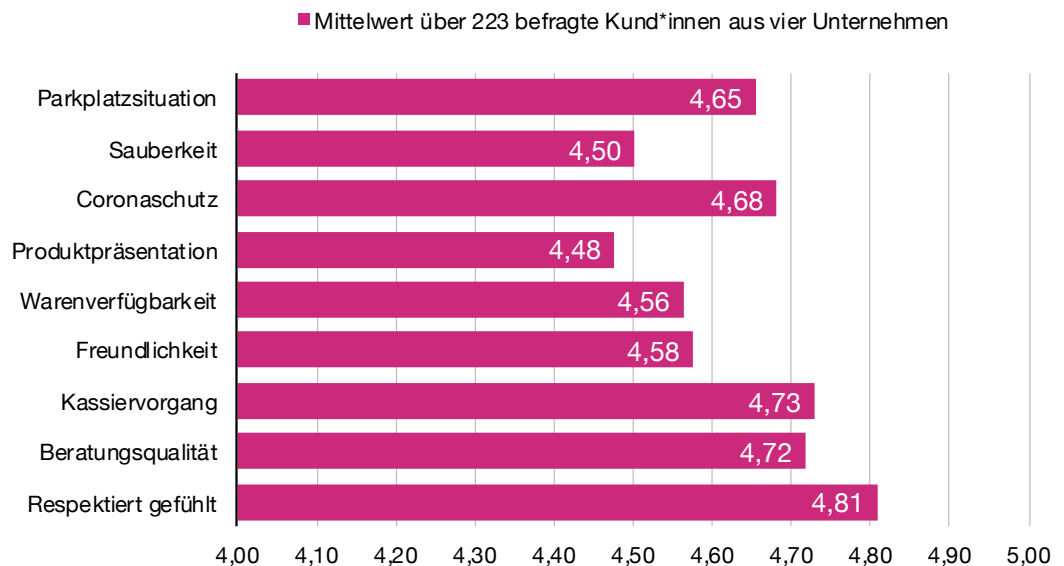
Produktpräsentation
unzufrieden 😞 😐 😐 😊 😊 zufrieden

Dabei wird die Kundschaft nach ihrer Zufriedenheit mit den oben angesprochenen Kriterien gefragt: Parkplatzsituation, Sauberkeit, Coronaschutz, Produktpräsentation, Warenverfügbarkeit, Freundlichkeit, Kassiervorgang, Beratungsqualität. Abschließend wurden die Kund*innen gefragt, ob sie sich beim Einkauf respektiert gefühlt haben.

Die Bewertung wird durch die Befragten selbst auf einem iPad abgegeben, hierzu wird eine fünfstufige Smileyskala verwendet. Das Befragungsinstrument ist verfügbar unter <https://app.respectwork.de>.

AUSWERTUNG

Ausgewertet werden die absoluten mittleren Einschätzungen der Kund*innen hinsichtlich der abgefragten Kriterien der Kund*innenzufriedenheit (siehe Beispielauswertung).



Zudem kann gegenübergestellt werden, welche Kriterien mit dem Respektempfinden der Kund*innen korrelieren. Dies zeigt an, in welchen Bereichen es möglich ist, sich den Respekt der Kundschaft zu „erarbeiten“ (siehe Beispielauswertung).

