

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Fast-Food-Ketten-Apps 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 14. März 2023

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

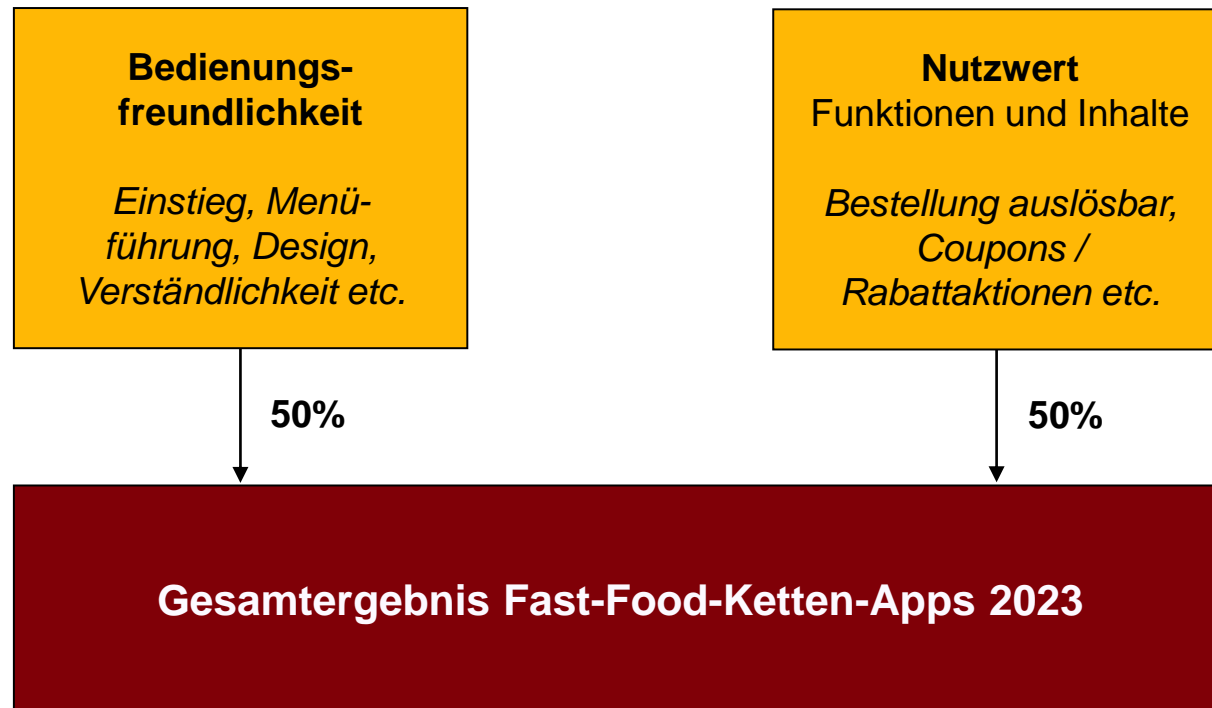
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Apps	10
5. Stärken und Schwächen der Apps	11
6. Methodik	13
7. Test-Erlebnisse	19
8. Allgemeine Methodik	21
9. Nachhaltigkeit	23

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	7 Fast-Food-Ketten-Apps
Studienzeitraum	Januar bis März 2023
Analysebereiche	Bedienungsfreundlichkeit der App, Nutzwert der App Insgesamt 84 Mystery-Test-Kontakte (12 je Anwendung) <ul style="list-style-type: none">■ 70 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzerinnen und Nutzer (10 je Anwendung)■ 14 Experten-Analysen des Nutzwerts – Funktionen und Inhalte (2 je Anwendung)
Testbedingungen	<ul style="list-style-type: none">■ Android- und iOS-Geräte, identische Testverteilung je Anwendung■ Alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet■ Registrierung, sofern für Nutzung der Funktionen erforderlich

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Fast-Food-Ketten-Apps			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	McDonald's	80,9	sehr gut
2	Burger King	73,4	gut
3	Kentucky Fried Chicken	71,4	gut
4	Subway	67,5	befriedigend
5	Dean & David	66,8	befriedigend
6	Nordsee	64,9	befriedigend
7	Five Guys	51,9	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	68,1	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Fast-Food-Ketten-Apps 100%			Bedienungs- freundlichkeit 50%		Nutzwertanalyse 50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	McDonald's	80,9	1	79,0	1	82,8
2	Burger King	73,4	2	74,0	4	72,7
3	Kentucky Fried Chicken	71,4	3	68,0	3	74,7
4	Subway	67,5	6	59,4	2	75,7
5	Dean & David	66,8	4	66,8	6	66,8
6	Nordsee	64,9	5	60,6	5	69,2
7	Five Guys	51,9	7	51,5	7	52,2
Branche (Mittelwert)		68,1				70,6

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Die Auswahl der marktrelevanten Testkandidaten erfolgte über eine umfangreiche Internetrecherche. In das Untersuchungssample kamen Fast-Food-Ketten-Apps, die mindestens 100.000 Downloads im Google Play-Store vorweisen konnten und Filialen über die gesamte Bundesrepublik verteilt haben. Nicht Teil der Untersuchung war die App der Fastfood-Kette „Starbucks“, deren Hauptausrichtung einer digitalen Kundenkarte gleicht und somit nicht mit den anderen Apps vergleichbar ist.

Die Untersuchung umfasste folgende sieben Fast-Food-Ketten-Apps (in alphabetischer Reihenfolge):

- Burger King
- Dean & David
- Five Guys
- Kentucky Fried Chicken
- McDonald's
- Nordsee
- Subway

6. Methodik

Vorgehensweise

Im Rahmen eines umfassenden Tests wurden die Bereiche Bedienungsfreundlichkeit der App sowie der Nutzwert (Funktionen und Inhalte) der App untersucht.

Ein Usability-Test in Form einer Nutzerbetrachtung gab Aufschluss über die Bedienungsfreundlichkeit der App. Anhand eines festen Kriterienkatalogs wurde ermittelt, wie einfach der Einstieg in die App gestaltet ist, wie intuitiv und komfortabel die Nutzung der App ist, ob die Informationen gut aufbereitet sind und inwiefern das Design überzeugt. Pro Anwendung wurden zehn umfassende Nutzerbetrachtungen durchgeführt. Um die Anwendungen möglichst präzise beurteilen zu können, führten die geschulten App-Nutzerinnen und App-Nutzer themenspezifische Aufgaben durch, etwa das Raussuchen von Nährwerten und Inhaltsstoffen eines Produkts oder die Anwendung eines Coupons.

Die Analyse der Apps erfolgte sowohl auf Android- als auch auf iOS-Geräten, dabei lag jeder App eine identische Testverteilung zugrunde.

Im Zuge einer Nutzwert-Analyse betrachteten Expertinnen und Experten aus der Perspektive von App-Nutzern die themenbezogenen Informationen und Funktionen. Die Erhebung und Validierung der Kriterien erfolgte ebenfalls über die zwei Betriebssysteme Android und iOS.

Sofern eine Registrierung notwendig war, um alle Funktionalitäten der App nutzen zu können, wurde diese durchgeführt. Den Apps wurden alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet, wie etwa die Standortfreigabe, um eine optimale Funktionalität zu ermöglichen.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

App-Test	100,0%	
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Nutzwert - Funktionen und Inhalte		50,0%
Bedienungsfreundlichkeit	100,0%	
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	20,0%	
Intuitive Menüführung	20,0%	
Ansprechendes Design	20,0%	
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	15,0%	
Umfang und Verständlichkeit der Inhalte	15,0%	
Erlebnisfaktor	10,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte	100,0%
Allgemeines	
Neuigkeiten / Produktaktionen	4,0%
Coupons / Rabattaktionen	4,0%
Coupon in Bestellung einlösbar	2,0%
Bonussystem / Treuepunkte	4,0%
Bestellung auslösbar	4,0%
In-App-Zahlung möglich	4,0%
Mindestens drei Zahlarten auswählbar	3,0%
Produkte	
Produktsuche	5,0%
Angabe Preis	6,0%
Nährwerte / Gewicht für alle Portionsgrößen	2,0%
Angabe Allergene	3,0%
Angabe Inhaltsstoffe / Zutaten	3,0%
Favoriten / Merkliste	3,0%
Restaurant-Informationen	
Umgebungssuche mit Standortnutzung	3,0%
Suche mit Adresseingabe	3,0%
Kartenansicht	3,0%
Filtermöglichkeit	3,0%

* Produktauswahl sollte nach Schließen und erneutem Öffnen der App weiterhin im Warenkorb sein.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte (Fortsetzung)	
Navigation zur Adresse	2,0%
Öffnungszeiten	5,0%
Zahlarten	3,0%
Ausstattung (WLAN, Kinderbereich, etc.)	4,0%
Basisfunktionen ohne Registrierung nutzbar	3,0%
FAQ/Hilfebereich	3,0%
Datenschutzerklärung (allgemein in der App)	3,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Datenschutzerklärung	6,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis zur Restaurantsuche	6,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Produktübersicht	6,0%

6. Methodik

Getestete Apps

Anwendung	Anbieter	Bezeichnung im App-Store (iOS/Apple)	Bezeichnung im Google Play-Store (Android)
Burger King	Burger King, Inc.	Burger King®	BURGER KING®
Dean & David	dean&david Franchise GmbH	dean&david	dean&david
Five Guys	Five Guys Holdings, Inc	Five Guys Burgers & Fries	Five Guys
Kentucky Fried Chicken	KFC Germany	KFC	KFC
McDonald's	McDonald's Deutschland LLC	McDonald's Deutschland	McDonald's Deutschland
Nordsee	NORDSEE GmbH	NORDSEE	NORDSEE
Subway	Subway International BV	Subway®	Subway® - Official App

Testzeitraum: 11. - 25. Januar 2023

8. Allgemeine Methodik

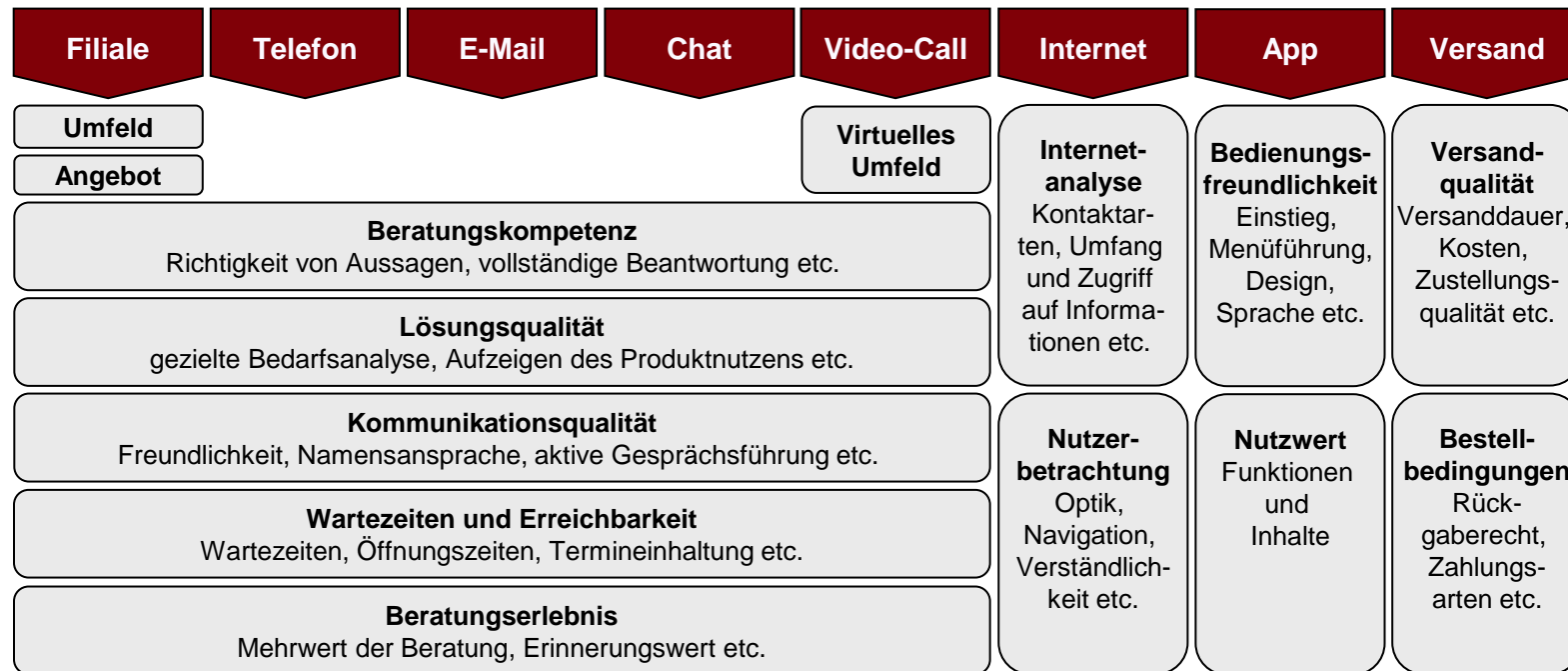
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

8. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



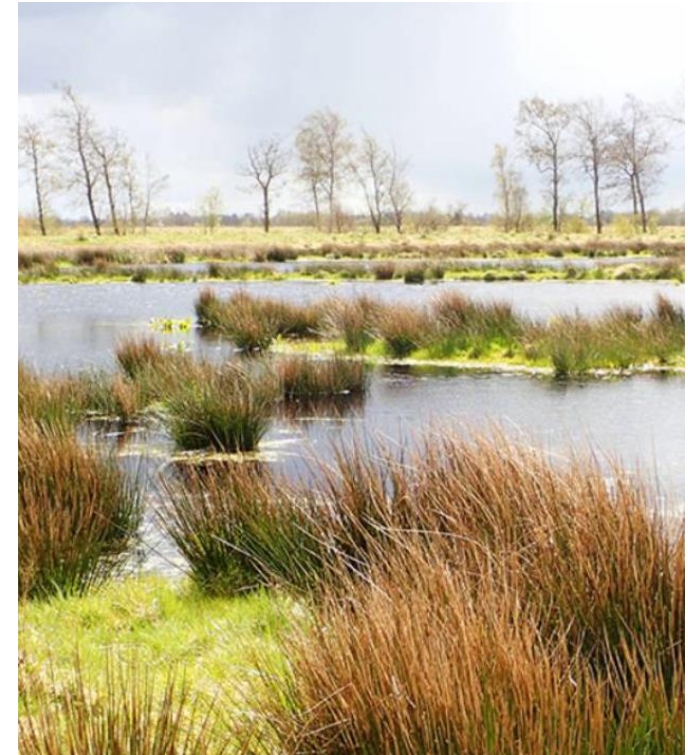
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

9. Nachhaltigkeit

Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate