

PRESSEMITTEILUNG

Test: Fast-Food-Ketten-Apps 2023

Digitale Helfer für Fast-Food-Liebhaber – Resultate zwischen „sehr gut“ und „ausreichend“ – Testsieger ist McDonald’s

Hamburg, 14.03.2023 – Fast Food polarisiert. Für viele Menschen sind Burger, Chicken-Nuggets oder Sandwiches aber oft die erste Wahl, wenn sich der (Heiß)Hunger meldet. Auch digital sind die bekannten Fast-Food-Ketten längst präsent: Deren Apps bieten nützliche Funktionen – angefangen von Produktinformationen über die Filialsuche bis hin zur direkten Bestellung. Aber welche der mobilen Anwendungen kann in puncto Bedienungsfreundlichkeit und Nutzwert am meisten überzeugen? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat die Apps von sieben Fast-Food-Ketten getestet.

Nutzwert oft überzeugend

Die mobilen Anwendungen der Fast-Food-Restaurants erzielen ein sehr gemischtes Ergebnis und schneiden mit einem Durchschnittswert von 68,1 Punkten insgesamt befriedigend ab. Die App des Testsiegers ist „sehr gut“, zwei Unternehmen sichern sich das Prädikat „gut“. Dagegen müssen sich drei Apps mit einem befriedigenden Ergebnis begnügen; eine Restaurantkette kommt über ein ausreichendes Resultat nicht hinaus.

Punkten können die Anwendungen insbesondere mit ihrem Nutzwert: Es stehen meist vielfältige Funktionen und Inhalte zur Verfügung. So ermöglichen alle untersuchten Anwendungen eine standortbasierte Umgebungssuche nach Filialen der Kette. Auch vollständige Angaben zu Preisen und den in den Produkten enthaltenen Allergenen sind die Regel. Mit Ausnahme eines Unternehmens steigern die Anbieter die Attraktivität der App mit integrierten Coupons bzw. Rabattaktionen. Per App lässt sich außerdem – bei einem Anbieter allerdings nur an ausgewählten Standorten – eine Bestellung zur Abholung bzw. Lieferung aufgeben und direkt bargeldlos bezahlen. Noch ausbaufähig sind aber die Filial-Informationen: Angaben zu möglichen Zahlungsarten vor Ort oder zur Ausstattung der einzelnen Standorte suchen App-Nutzerinnen und -Nutzer oft vergeblich.

Große Unterschiede in puncto Usability

Nicht immer überzeugend ist die Bedienungsfreundlichkeit – im Test reichen die Resultate hier von „gut“ bis „ausreichend“. Aus Nutzersicht ist zwar der Einstieg in die Apps oft kundenfreundlich, aber die Menüführung ist nicht immer selbsterklärend und verhindert eine intuitive Nutzung. Weitere Kritikpunkte der Usability-Testerinnen und -Tester: Das teils wenig ansprechende App-Design sowie die Funktionen, die bei weitem nicht in allen Fällen als bedarfsgerecht bewertet werden.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Filialsuche, Bestellung und Bezahlung via App und Coupons zum Sparen – wer Fast Food mag, findet in den Anwendungen die wohl wichtigsten Funktionen. Wer neben Nutzwert auch eine hohe Bedienungsfreundlichkeit erwartet, ist von den Apps einiger Restaurantketten aber eher enttäuscht.“

Die besten Apps der Fast-Food-Ketten

Testsieger ist die App von McDonald’s (Qualitätsurteil: „sehr gut“). Nutzerinnen und Nutzer finden hier vielfältige Informationen zu den Produkten,

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Brigitte Zypries (Vorsitz),

Jochen Dietrich, Marianne Voigt

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

wie die detaillierte Auflistung der Zutaten bzw. Inhaltsstoffe, sowie eine Produktsuche. Die Anwendung bietet zudem die Möglichkeit, Coupons bei der Bestellung einzulösen und Informationen zur Ausstattung der einzelnen Restaurants abzurufen. Umfangreiche, verständliche Inhalte und ein hoher Erlebnisfaktor tragen zu einer hohen Bedienungsfreundlichkeit bei.

Den zweiten Platz belegt die App von Burger King (Qualitätsurteil: „gut“). Der Einstiegsprozess in die mobile Anwendung ist besonders kundenfreundlich gestaltet; auch die intuitive Menüführung und die bedarfsgerechten Funktionalitäten sorgen aus Nutzersicht für eine hohe Usability. In der Analyse des Nutzwerts punktet die Anwendung unter anderem mit Informationen zu den Nährwerten der Produkte und der Möglichkeit, Basisfunktionen auch ohne Registrierung nutzen zu können.

Auf Rang drei platziert sich die App von Kentucky Fried Chicken, ebenfalls mit einem guten Qualitätsurteil. Der Nutzwert (Funktionen und Inhalte) erzielt in der Analyse ein gutes Ergebnis. So können zum Beispiel Produkte einer Favoritenliste hinzugefügt werden, Restaurants in der Umgebung lassen sich nach Merkmalen filtern und auch ein FAQ-Bereich steht zur Verfügung. Die Bedienungsfreundlichkeit schneidet im Vergleich am drittbesten ab.

Weitere Anbieter im Test (alphabetisch): Dean & David, Five Guys, Nordsee und Subway.

Fakten zum Test

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete die Apps von sieben Fast-Food-Ketten. Es wurden nur solche Apps berücksichtigt, die sowohl im Google Play-Store (Android) als auch im Apple App-Store (iOS) verfügbar waren. Im Testfokus standen die Bedienungsfreundlichkeit und der Nutzwert der Anwendungen. Die Untersuchung umfasste 70 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzerinnen und Nutzer sowie 14 Analysen des Nutzwerts (Funktionen und Inhalte) der mobilen Anwendungen.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Den Verbrauchern liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für ihre Kaufentscheidungen; Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.