KOMMENTAR

Mutig, sich „nackig“ zu machen



Nicht ohne: Gedanken zu Überwindung und Nutzen von Premiumprüfungen – siehe dazu Seite 3.

Von Katrin Klawitter
Verantw. Redakteurin der TASPO

Dass Einzelhandelsbetriebe ihre Türen für Kollegen öffnen, sich Feedback holen, ist nicht nur im Rahmen von Erfa-Gruppen Usus. Dass Kollegen und Verbandsvertreter das zum Zwecke der Prüfung dürfen, ist dann aber doch noch eine andere Sache – das erfordert sehr viel Transparenz und Offenheit und noch mehr Mut: Wer macht sich schon mit seinem ganzen Unternehmen, oft seinem Lebenswerk, „nackig“, um Kollegen mit Punkten über sich urteilen zu lassen? Vielleicht ist es auch gerade deshalb gut, wenn die Fachpresse ab und zu dabei sein darf und anschließend dann guten Gewissens verkünden kann: „Es lohnt sich!“ Der Gewinn, den eine Teilnahme an der Premiumprüfung für den einzelnen Betrieb bringt, geht weit über eine „Premiumauszeichnung“, mit der man gegenüber den Kunden für sich werben kann, hinaus. Vielmehr bietet die Vorbereitung auf die sehr dezidierten und klar in den Vorbereitungsunterlagen beziehungsweise Betriebshandbüchern erläuterten Kriterien eine gute Möglichkeit, den Betrieb selbst kritisch unter die Lupe zu nehmen und Stück für Stück zu verbessern. Großen Wert hat, das bestätigten auch die beiden Betriebe nach der Prüfung, die intensive Nachbesprechung mit den Prüfern, die fast ausnahmslos Kollegen sind und entsprechend sattelfest in der Materie. Diese hatten in beiden geprüften Gärtnereien ein sehr gutes Auge für die Dinge, die in den jeweiligen Betrieben noch optimierbar sind. Prüfer mit genauem Kriterienkatalog gucken genauer, strukturierter – und sind weniger emotional als es Kunden, Mitarbeiter oder Kollegen wären. Das kann von großem Vorteil sein, wenn die Prüfer benennen, wo die eigenen betrieblichen und unternehmerischen Schwachpunkte liegen. Umso mehr „Hut ab“ vor den Prüfungsbetrieben, die allesamt, so bestätigt unser Besuch, auch und gerade die kritischen Anmerkungen sehr offen annahmen und schnell in die Diskussion um Verbesserungsideen einstiegen, statt in die Verteidigung zu gehen. Denn darum geht es in Premiumprüfungen: Nicht das Bestehende zu verteidigen, sondern offen Neues anzunehmen.

> Nicht das Eigene verteidigen, sondern offen Neues annehmen – darum geht es.

GASTKOMMENTAR

Rangliste der Gartencenter in Kundenbefragung fragwürdig

Sind Unterschiede belastbar oder zufallsbedingt?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) hat im September und Oktober 2025 rund 1.200 Kunden zu ihrer Zufriedenheit mit 13 Gartenmarkt-Anbietern befragt (siehe TASPO Gartenmarkt vom Juni). Die Auswertung hat bei mir verschiedene Fragen aufgeworfen.



Thomas Schädler vom Beratungsdienst Direktabsatz

Auf einer Bewertungsskala von 1 bis 100 erhielt der Erstplatzierte mit 83,2 Punkten nicht einmal einen Punkt mehr als der Zweite (82,3 Punkte) und so zieht sich das bis zum Letztplatzierten durch. Die Unterschiede sind sehr klein. Ich sehe hier bei insgesamt 13 getesteten Unternehmen keine signifikanten Unterschiede, die eine Platzierung mit ersten, zweiten und dritten Platz rechtfertigen.“

Zwei Ranglisten machen stutzig

Stutzig geworden bin ich auch dadurch, dass es zwei Ranglisten gibt: Zum einen werden alle „Gartenmärkte“, dann aber auch nur die „Gartencenter von Baumärkten“ gerankt. Ein Ranking der „reinen“ Gartenmärkte (= Fach-Gartencenter) unterblieb, weswegen in den Tabellen die Baumärkte doppelt so häufig auftauchen, aber nicht erklärt wird, warum das so gemacht wurde.

DISQ gewichtet die Kriterien wie folgt: Preis-Leistungs-Verhältnis 30 Prozent, Service 15 Prozent, Produktangebot 15 Prozent, Beratung, Filialgestaltung, Lieferung und Weiterempfehlung jeweils zehn Prozent. Diese Gewichtung ist eine Entscheidung des Instituts. Man könnte ebenso argumentieren, dass für ein Fach-Gartencenter die Beratung, die Pflanzenqualität und die Fachkompetenz eine höhere Wichtung verdienten. Je nach Gewichtung könnten sich andere Rangfolgen ergeben.

> Ich empfand die pauschalen Bewertungen der „1A Garten“ und „Grün Erleben“-Gruppe irritierend.

Als nächstes empfand ich die pauschalen Bewertungen der „1A Garten“ und „Grün Erleben“-Gruppe irritierend. Das sind Zusammenschlüsse inhabergeführter Gartencenter. Wir alle wissen, dass inhabergeführte Gartencenter sehr individuelle Konzepte haben – und auch, wenn Sie unter einem Konzept zusammengefasst sind, keineswegs über einen Kamm geschoren werden können. Eine gemeinsame Bewertung halte ich für nicht möglich.

Eindrücke statt Qualität erfasst

Die relativ schlechte Bewertung dieser beiden Gruppen ist in meinen Augen daher ebenfalls nicht besonders aussagekräftig. Sie beziehen sich auf jeweils einen Vertreter der beiden Gruppierungen.

Hinzu kommt, dass die Befragung auf Erinnerungen der Kunden an Einkäufe innerhalb der letzten zwölf Monate basiert. Dadurch werden eher allgemeine Eindrücke einer Marke erfasst als die aktuelle Qualität einzelner Marktbesuche.

Daher sollten die veröffentlichten Ranglisten mit Vorsicht betrachtet werden. Da – wie Ihre Redaktion bereits kritisch anmerkte – DISQ keine Angaben zu Fehlermargen, Konfidenzintervallen oder statistischen Signifikanztests veröffentlicht, lässt sich nicht beurteilen, ob die Unterschiede zwischen den Anbietern tatsächlich belastbar oder lediglich zufallsbedingt sind.

Fazit: Die Studie zeigt, dass Gartenmärkte insgesamt ein hohes Kundenzufriedenheitsniveau erreichen. Für Aussagen über tatsächliche Qualitätsunterschiede zwischen einzelnen Unternehmen liefert sie jedoch nur eingeschränkt belastbare Belege.



Fotos: privat; Klawitter

Gartencenterbewertungen: Schädler stellt sie in Frage.

Ihre Meinung

Gern veröffentlichen wir auch Ihre Meinung oder Ihren Leserbrief. Leserbriefe geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Die Redaktion behält sich Kürzungen vor.
E-Mail: red.taspo@haymarket.de

DIE GRÜNE FRAGE

Umgang mit Torf: Sind wir auf dem richtigen Weg?

Ja, in meinem Betrieb können wir mit torfreduzierten Erden und Substraten.	71 %
Die Richtung stimmt – aber er fehlt uns noch ein wenig an Erfahrungswissen im Umgang mit diesen Erden und Substraten.	29 %
Ich bin noch unsicher und setzte bislang lieber auf die Produkte, mit denen wir schon jahrelange gute Erfahrungen gemacht haben.	0 %

Wir haben online nachgefragt. Unsere aktuelle „Grüne Frage der Woche“ finden Sie immer auf der Titelseite der TASPO und auf Instagram. Machen Sie mit – auf **@taspo.zeitung**.

Grafik: Alexander Sheladonov

In eigener Sache



Foto: Nadine Diercks; Foto Sander

Neue Folge des TASPO Trendcasts – Zukunft Grüne Branche
Nach dem Tod ihres Vaters übernimmt Carolin Melle 2011 mit gerade einmal 20 Jahren die traditionsreiche Familiengärtnerei. Heute gehört sie zu den prägenden Unternehmerinnen der Grünen Branche. Im TASPO Trendcast spricht sie mit TASPO-Redakteurin Daniela Sickinger über ihren ungewöhnlichen Karriereweg, Vorurteile gegenüber Frauen, moderne Führung und den Spagat zwischen Tradition und Innovation. Außerdem geht es um aktuelle Herausforderungen und Chancen der Grünen Branche.

tinyurl.com/ybxhujbx