

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Back-Shops 2017

Schnelligkeit und Angebot punkten, Beratung bleibt oft auf der Strecke – Testsieger ist Backfactory

Hamburg, 24.02.2017 – Ein süßes Plunderteilchen auf die Hand, ein belegtes Brötchen zum Mitnehmen – Back-Shops sind für den schnellen Snack zwischendurch vielerorts beliebt. Wer allerdings konkrete Fragen hat und auf kompetente Beratung hofft, wird oft enttäuscht. Das zeigt die Servicestudie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches fünf große Back-Shop-Ketten getestet hat.

Qualität sticht Vielfalt aus

Insgesamt hat sich die Kundenorientierung der Back-Shops im Vergleich zur Vorstudie verbessert: Die Servicequalität liegt nun auf einem guten Niveau. Der größte Trumpf der Branche heißt Schnelligkeit. Im Durchschnitt warten Kunden an der Kasse nur rund eine Minute. Zudem überzeugen Brötchen, Brot und süßes Gebäck meist durch Frische, Geschmack und appetitliches Aussehen. Das Angebot an Getränken und Brötchen ist umfangreich, allerdings hapert es an der Vielfalt spezieller Backwaren, die über das Standardsortiment hinausgehen.

Individuelle Beratung Fehlanzeige

In puncto Beratung gibt es Verbesserungspotenzial. „Die Mitarbeiter nehmen sich nur selten genügend Zeit für die Anliegen der Kunden und in fast jedem zweiten Fall sind die Auskünfte unvollständig“, moniert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Wenn es um individuelle Bedürfnisse und Fragen geht, etwa eine Gluten-Unverträglichkeit oder die richtige Aufbewahrung von Brot, bleiben die Beratungen zu oberflächlich.“ Dass die Beratungskompetenz dagegen in klassischen Bäckereien eher eine Stärke ist, zeigt die kürzlich erschienene DISQ-Servicestudie Bäckerei-Ketten (online unter: <http://disq.de/Bäckerei-Ketten>).

Pluspunkt Filialumfeld

Erfreulich positiv schneidet häufig das Filialumfeld ab: Die Verkaufsräume sind in der Regel sauber sowie barrierefrei und die Produkte werden übersichtlich präsentiert. Überwiegend kundenorientiert ist auch der Umgang mit Beschwerden und Reklamationen. In fast drei Viertel der Fälle reagieren die Angestellten angemessen, etwa mit einer Entschuldigung oder einem angebotenen Ersatzprodukt.

Die besten Back-Shops

Testsieger ist Backfactory mit dem Qualitätsurteil „gut“. Ausschlaggebend dafür ist vor allem die Angebotsvielfalt an Brot, Brötchen und süßen Teilchen und die Qualität der Backwaren. Darüber hinaus punktet der Anbieter mit dem vergleichsweise besten Filialumfeld mit sauberen Räumlichkeiten und einer übersichtlichen Warenpräsentation.

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:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Auf Platz zwei positioniert sich Back Werk (Qualitätsurteil: „gut“). Hier sind die Mitarbeiter besonders freundlich und hilfsbereit. Daneben profiliert sich der Back-Shop durch ein vielfältiges und frisches Backwarenangebot. Einen weiteren Pluspunkt stellten die Räumlichkeiten dar, die beispielsweise barrierefrei gestaltet sind.

Den dritten Rang belegt Baking Friends, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Die Verkäufer sind im Anbietervergleich am kompetentesten, reagieren auf Beschwerden mit einer Entschuldigung und offerieren den Kunden bei Reklamationen stets ein Ersatzprodukt. Gut sichtbare Sonderaktionen runden den positiven Eindruck ab.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete fünf große, überregionale Back-Shop-Ketten mit mindestens 40 Filialen. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Filialen der Unternehmen. Untersucht wurden dabei die Vielfalt und Qualität des Angebots, die Freundlichkeit und Kompetenz der Verkäufer, die ansprechende Gestaltung der Verkaufsräume sowie Wartezeiten und Öffnungszeiten. Insgesamt flossen 50 Servicekontakte mit den Back-Shops in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur 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
www.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

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. Rund 1.500 geschulte 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. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine 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.