

P R E S S E M I T T E I L U N G

Servicestudie: Schuhgeschäfte

Vielseitiges Angebot aber Defizite in der individuellen Beratung – Leiser ist Testsieger

Hamburg, 21.11.09 (ots) – Ob für Jung oder Alt, für Sommer wie für Winter. Schuhe sollen gefallen und zugleich bequem sein. Besonders Frauen beschäftigen sich immer wieder mit den neusten Trends der Saison, um die eigene Kollektion mit einem neuen Paar modischer Schuhe zu erweitern. Die Vielzahl verschiedener Stilrichtungen, Materialien und Größen verspricht eine große Auswahl. Doch in welchem Schuhgeschäft werden die Kunden individuell beraten und wo schnell und freundlich bedient?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt insgesamt elf überregionale Schuhgeschäfte. Darunter Unternehmen mit dem Schwerpunkt auf qualitativ hochwertige Produkte als auch preisgünstige Anbieter. Anhand von jeweils zehn verdeckt durchgeführten Besuchen analysierten die Tester die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten und das zur Verfügung stehende Angebot. Zudem bewerteten sie die Reaktion der Mitarbeiter auf Beschwerden oder ihre Kompetenz zu Themen wie Produktpflege oder aktuelle Trends. Insgesamt flossen 110 Servicekontakte in die Analyse ein.

Testsieger unter allen getesteten Schuhgeschäften wurde Leiser. Die Mitarbeiter gingen hier am aktivsten auf die Kunden zu und nahmen sich genügend Zeit für ihre Anliegen. Schuhhof insgesamt auf Platz zwei und unter den preisgünstigen Anbietern auf Platz eins punktete mit den kompetentesten Mitarbeitern und sehr individuell geführten Beratungen. Der Drittplatzierte Görtz verfügte über das attraktivste Angebot. Ein guter Mix aus hochwertigen und preisgünstigen Eigenmarken bot den Kunden eine große Auswahl.

Insgesamt war der Service der getesteten Unternehmen nur befriedigend. „In über 60 Prozent der Testbesuche gingen die Mitarbeiter nicht aktiv auf die Kunden zu, so dass im Durchschnitt über vier Minuten bis zur Beratung gewartet werden musste“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Enttäuschend war auch, dass die Reaktion auf Beschwerden, zum Beispiel bezüglich langer Wartezeiten, in einem Viertel der Fälle nicht freundlich oder nicht professionell war. Ein großes Defizit bei der Beratung war die fehlende Individualität. „Zwar fühlten sich über 70 Prozent der Tester freundlich beraten, jedoch gingen die Mitarbeiter zu wenig auf die Anliegen der Interessenten ein“, erläutert Hamer.

Das Erscheinungsbild der Filialen sowie die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten wurden überwiegend positiv bewertet. Fast 80 Prozent der Schuhgeschäfte waren behindertengerecht gestaltet und boten eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Allerdings vermissten die Tester bei fast einem Viertel der Filialen Spiegel zur Anprobe. Das Angebot konnte ebenfalls überzeugen. Die Auswahl an Schuhen verschiedener Stilrichtungen, unterschiedlicher Marken oder auch Preiskategorien war vielfältig. Zudem war die Ware deutlich mit den Produkteigenschaften und Preisen gekennzeichnet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de