

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

Studie Fan-Service Fußball-Bundesliga

Nur drei Clubs mit gutem Service – VfL Wolfsburg ist Testsieger vor FC Bayern München und Hamburger SV

Hamburg, 24.02.2011 (ots) – Dortmund ist Herbstchampion, Bayern Rekord-Titelträger und Schalke 04 Meister der Herzen. Doch welcher Verein bietet seinen Fußballfans den besten Service? Welcher Club überzeugt mit tollen Fanshops oder attraktiven Internetseiten? Und wo begeistern die Stadien durch gute Erreichbarkeit und bezahlbare Eintrittspreise? Das Deutsche Institut für Service-Qualität nahm im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv alle 18 Vereine der Fußball-Bundesliga unter die Lupe.

Insgesamt war der Service für Fans nur befriedigend. Mit einer guten Note versahen die Testkunden allerdings die Fanshops vor Ort. Das Ambiente und die Angebotsvielfalt überzeugten, auf Fragen antworteten die Mitarbeiter meist kompetent und vollständig. Defizite zeigten sich bei der Analyse der Internetseiten. Mehr als 40 Prozent der Testnutzer bemängelten die optische Gestaltung der Websites, ein Drittel die Strukturierung der Inhalte. „Wichtige Informationen, zum Beispiel zu Ticketpreisen oder zum Widerrufsrecht bei Bestellungen, waren teilweise nur schwer zu finden“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts.

Deutliche Unterschiede zeigten sich bei der Infrastruktur der Stadien. Alle Fußballarenen sind gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar, sehr unterschiedlich ist jedoch das Parkplatzangebot. So steht in Nürnberg für gut ein Drittel aller Stadionbesucher ein Parkplatz zur Verfügung, in Mainz oder auf St. Pauli nur für rund 3 Prozent der Fans. Eine große Bandbreite ergab die Analyse der Eintrittspreise. „Während in Köln 90 Minuten Fußball auf der Haupttribüne schon für 23 Euro zu sehen sind, müssen Zuschauer in der Allianz-Arena in München mit 50 Euro über das Doppelte bezahlen“, kommentiert Serviceprofi Hamer.

VfL Wolfsburg wurde Testsieger. Die sehr gute Beratung in den Fanshops vor Ort und der gelungene Internetauftritt sicherten eine Top-Platzierung im Service. Das beste Ergebnis bei Stadioninfrastruktur, Ticketkauf und Preisen rundeten das Spitzenergebnis ab. FC Bayern München auf Rang zwei wurde Servicesieger und begeisterte dabei vor allem durch den zuverlässigen Versand von Fan-Artikeln und das ansprechende Angebot in den Fanshops vor Ort. Hamburger SV folgte auf Rang drei und punktete sowohl durch guten Service, als auch durch gute Ausstattung in den Fußballstadien sowie durch moderate Eintrittspreise. Guten Service boten nur die drei Top-Clubs.

Das Marktforschungsinstitut nahm den Fan-Service aller 18 Fußballvereine der Bundesliga unter die Lupe. Im Rahmen einer umfassenden Servicestudie mit insgesamt 468 Kontakten wurden die Fanshops vor Ort, der Internetauftritt der Vereine, die Qualität der E-Mail-Beantwortung sowie der Versand von Fan-Artikeln analysiert. Zusätzlich flossen die Stadionausrüstung, die Preise für Eintrittskarten sowie das Angebot an Zahlungsoptionen und Beschaffungsmöglichkeiten beim Ticketkauf in die Auswertung ein.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 24.02.2011 um 18:35 Uhr.

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 im Auftrag von n-tv.

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Telefon: 040 / 41 11 69 26

E-Mail: m.hamer@disq.de