

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie Schnellrestaurants

Sauber, schnell, schmackhaft trifft nur bedingt auf Branche zu – Marché Restaurants ist Testsieger

Hamburg, 06.10.2011 (ots) – Die Ansprüche der Kunden an Qualität, Frische und Service wachsen stetig – auch bei Schnellrestaurants. Welches Unternehmen mit einem zügigen und freundlichen Service, sauberem Ambiente und großer Angebotsvielfalt überzeugen konnte, hat jetzt das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersucht. Im Rahmen einer umfassenden Servicestudie analysierten die Marktforscher 13 bundesweit aktive Schnellrestaurant-Ketten.

Lediglich 30 Prozent der Unternehmen konnten dieses Jahr mit guter Servicequalität glänzen. Im Vorjahr taten das rund 70 Prozent der untersuchten Schnellrestaurants. Ein großes Defizit war, wie auch im Vorjahr, die mangelnde Sauberkeit, vor allem im Sanitärbereich. „In der Gastronomie sind Sauberkeit und Hygiene sehr wichtig, da nützt es auch nichts, wenn die Mitarbeiter besonders freundlich sind“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Auch bei der Wartezeit bis zur Bestellannahme und –abwicklung gibt es Verbesserungspotentiale. „Die Kunden besuchen ein Schnellrestaurant, um zügig bedient zu werden. Es ist ärgerlich, auf seine Bestellung bis zu 19 Minuten warten zu müssen“, so die Serviceexpertin.

Das Personal zeigte sich sehr kompetent – sowohl bei der Bearbeitung von Reklamationen als auch bei Fragen der Testkunden zu den Inhaltsstoffen von Speisen und Allergieverträglichkeiten. Das Angebot war sehr vielfältig. Bio-Produkte und Erzeugnisse aus fairem Handel setzten sich bisher jedoch nur vereinzelt in der Branche durch. „Das Bewusstsein für diese Produkte rückt zwar immer mehr in den Fokus der Kunden, gehört aber noch nicht zu den Branchen-Standards“, erklärt die Marktforscherin, „abgesehen davon fielen Vielfalt und Qualität der angebotenen Speisen positiv auf“.

Testsieger und damit „Bestes Schnellrestaurant 2011“ wurde Marché Restaurants. Das Unternehmen bestach durch ansprechend gestaltete und saubere Räumlichkeiten sowie ein vielfältiges Angebot und qualitativ hochwertige Speisen. Ikea auf Rang zwei präsentierte sich mit besonders hilfsbereiten und kompetenten Mitarbeitern. Zudem punktete das Unternehmen mit zahlreichen Angeboten und Bio-Produkten. Auf Rang drei in der Gesamtwertung folgte McDonald’s und sicherte sich zusätzlich den Testsieg unter den Fast Food-Restaurants.

Jede der 13 Schnellrestaurant-Ketten wurde zehn Mal verdeckt von Testkunden besucht. Im Fokus der Analyse mit 130 verdeckten Servicekontakten in 31 verschiedenen Städten und Filialen standen die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten, Frische und Qualität der angebotenen Speisen sowie die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, 06.10.2011 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.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 27 88 91 48 12

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de