

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

Servicestudie Schuhgeschäfte

Beratung verbesserungswürdig – Testsieger ist Görtz vor Leiser und Reno

Hamburg, 22.12.2011 (ots) – Ob Pumps, Boots oder Sneakers – Schuhgeschäfte locken mit einer großen Auswahl an Stil-, Farb- und Materialvarianten. Um einen passenden Schuh zu finden, ist gute Beratung für viele Kunden wichtig. Denn welcher Schuh ist nicht nur schick, sondern auch bequem oder hochwertig verarbeitet? Mit welchen Modellen ist man modisch weit vorn? Und was trägt man zum Rock, zum Anzug oder zur Freizeithose?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat nun Testbesuche in 110 Filialen von elf großen Schuhketten aus dem hochpreisigen und preisgünstigen Segment durchgeführt. Im Rahmen der umfangreichen Servicestudie wurde überprüft, bei welchen Unternehmen Konsumenten kompetente Hilfe finden, wo es ein vielfältiges Angebot, kurze Wartezeiten und eine ansprechende Einkaufsatmosphäre gibt.

Insgesamt war die Serviceleistung der Schuhgeschäfte lediglich befriedigend. Die preisgünstigen Anbieter schnitten im Durchschnitt etwas schlechter ab als die hochpreisigen. So warteten Discounter-Kunden fast sechs Minuten auf eine Beratung, bei den hochwertigen Anbietern mussten Testkunden sich nur rund dreieinhalb Minuten gedulden. „Auch in punkto Zusatzservices, wie einem Bestellservice für Schuhe oder Kinderspielecken, haben Discounter weniger zu bieten“, erklärt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts.

Größte Schwachstelle in der Branche war die Kompetenz der Beratung. In zwei Drittel der Fälle wurden die Bedürfnisse der Konsumenten nicht detailliert erfragt. Nur jeder zweite Verkäufer erkundigte sich zum Beispiel nach Farb- oder Stilvorstellungen der Kunden. Entsprechend war die Beratung dann oft wenig individuell. Darüber hinaus beantworteten die Mitarbeiter bei 40 Prozent der Testbesuche die Fragen der Kunden nur unvollständig.

Testsieger und damit „Bestes Schuhgeschäft 2011“ wurde Görtz. Die Mitarbeiter waren am freundlichsten und gingen am besten auf die Bedürfnisse der Kunden ein. Auch bezüglich Angebot und Einkaufsatmosphäre erhielt das Unternehmen die höchsten Bewertungen im Wettbewerbsvergleich. Leiser belegte Platz zwei und überzeugte unter anderem durch kurze Wartezeiten und den professionellen Umgang mit Beschwerden. Den dritten Platz sicherte sich Reno. Die Schuhkette punktete zum Beispiel bei Aktionsangeboten und mit dem Bestellservice von Schuhen.

Jedes Unternehmen wurde zehn Mal von Testkunden in verschiedenen Städten und Filialen besucht. Im Fokus der Analyse mit 110 Servicekontakten standen die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, Wartezeiten, die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten sowie das Angebot an Schuhen und Zusatzservices.

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 / 27 88 91 48 12

Mobil: 0170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de