

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

Servicestudie Gartencenter

Kunden müssen Geduld mitbringen – Testsieger ist die Kooperation Grün Erleben vor Wassenaar und Dehner

Hamburg, 15.06.2012 – Die Saison läuft auf Hochtouren: Für Gartenbesitzer heißt es wieder Beete bepflanzen, Rasen mähen und Hecken schneiden. Ungebrochen ist dabei der Trend zum Outdoor-Living – viele richten ihren Wohnraum unter freiem Himmel mit modernen Möbeln, Dekorationen und attraktivem Grün her. Erste Anlaufstelle ist in den meisten Fällen ein Gartencenter. In welchem Markt Verbraucher kompetent Auskunft erhalten und wo sie ein besonders vielseitiges Angebot finden, hat jetzt das Deutsche Institut für Service-Qualität im Rahmen einer umfassenden Servicestudie ermittelt. Die Marktforscher untersuchten 120 Märkte von zwölf Gartencenter-Ketten.

Ergebnis: Die Servicequalität der Unternehmen war sehr unterschiedlich und reichte von gut bis lediglich ausreichend. Größtes Defizit stellten die langen Wartezeiten in den Gartencentern dar. Über vier Minuten mussten sich Kunden gedulden, bis ein Verkäufer Zeit für sie hatte. Nur in jedem dritten Fall gingen Mitarbeiter aktiv auf die Besucher zu, um Hilfe anzubieten. Mängel gab es außerdem bei der Kompetenz der Beratung. „In mehr als der Hälfte der Gespräche erfragte das Personal die Vorstellungen der Kunden nicht genau, worunter die Qualität der Beratung litt“, betont Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. „Verbesserungswürdig war auch die Beantwortung von Fachfragen. Nicht immer erhielten Kunden eine vollständige Antwort, in manchen Fällen sogar falsche Auskünfte.“

Die Gartencenter überzeugten hingegen durch die Freundlichkeit der Angestellten und das Ambiente in den Filialen mit einer ansprechenden Gestaltung und übersichtlichen Präsentation der Produkte. Auch das umfangreiche Angebot gehörte zu den Stärken der Branche. Die Auswahl an Pflanzen, Gartenpflegeprodukten und Dekorationsartikeln war besonders vielfältig. Drei Viertel der Filialen boten darüber hinaus Gartenmöbel an, rund 80 Prozent der Märkte verfügten über eine Abteilung mit Gartengeräten.

Testsieger und damit „Bestes Gartencenter 2012“ wurde die Kooperation Grün Erleben. Die Märkte verfügten über die beste Beratungsqualität. Die Angestellten waren sehr freundlich und beantworteten alle Fachfragen korrekt. Der Zweitplatzierte Wassenaar hob sich besonders durch die kompetente Beratung und die Sauberkeit und Atmosphäre der Räumlichkeiten positiv hervor. Dehner erzielte den dritten Rang und überzeugte mit der besten Filialgestaltung sowie mit dem besten Angebot.

Die Qualität von Service und Beratung wurde anhand von jeweils zehn verdeckten Besuchen in verschiedenen Filialen der zwölf Gartencenter-Ketten analysiert. Die Studie erfasste die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten, das zur Verfügung stehende Angebot, die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter sowie die Schnelligkeit, mit der die Kunden bedient wurden.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für ihr 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