

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Babymarkt-Ketten

Breites Angebot, viele Beratungsmängel – Testsieger ist BabyOne vor HappyBaby und Babyland von Garrel

Hamburg, 29.04.2013 – Für viele werdende Eltern ist die Anschaffung der Baby-Erstausrüstung ein Ereignis, das die Vorfreude auf den Nachwuchs noch steigert. Und trotz sinkender Geburtenraten ist die Bedeutung der Branche immens. So betrug 2011 der Gesamtumsatz auf dem Markt der Baby- und Kinderausstattung 6,33 Mrd. Euro. 86 Prozent der Einkäufe finden dabei noch immer über den klassischen Handel statt. Denn im Babymarkt zählt nicht allein der Preis – gerade Service und Beratung sind wichtige Kriterien. Welche Babymarkt-Kette am meisten überzeugt, klärt das Deutsche Institut für Service-Qualität in einem Test von zehn überregionalen Anbietern.

Als Testsieger und damit „Bester Babymarkt 2013“ ging BabyOne aus der Untersuchung hervor. Der Anbieter hatte das umfangreichste und vielfältigste Sortiment. Kompetentes Verkaufspersonal und angenehm gestaltete Filialen, die größtenteils auch eine Kinderspielecke boten, trugen ebenfalls zu dem guten Ergebnis bei. Den zweiten Rang belegte HappyBaby. Die Mitarbeiter zeigten sich hier besonders freundlich und hilfsbereit. Fragen zu den Produkten beantworteten sie ausführlich und gut verständlich. Den dritten Rang sicherte sich Babyland von Garrel durch eine große Angebotspalette und individuelle Beratungen, die auf das Kundenanliegen zugeschnitten waren.

Die Serviceleistung der Babymärkte fiel im Gesamturteil zwar gut aus. Allerdings deckte der Test auch teils erschreckende Mängel auf. So wurden Kundenbeschwerden in beinahe jedem zweiten Fall unprofessionell behandelt. Auch am Personal wurde augenscheinlich – zu Lasten des Services – gespart: So lag die durchschnittliche Wartezeit bis zur gewünschten Beratung bei fünf Minuten, bei jedem zehnten Testbesuch mussten sich die Kunden sogar über zehn Minuten gedulden. Die Kompetenz in den Beratungsgesprächen war dann zwar meistens überzeugend, es gab aber auch bedenkliche Ausreißer: „In elf Prozent aller Fälle machten die Angestellten falsche oder unvollständige Angaben, etwa zur Sicherheitsgarantie von Kinderwagen oder zum Umgang mit dem Schnuller“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Die größte Stärke der Märkte bildete ihre breite Angebotspalette. Ob Wickeltische oder Spieluhren, Babybekleidung oder Autositze: In angenehm gestalteten Verkaufsräumen präsentierten die Unternehmen ein großes Sortiment in vielen Ausführungen und Marken. Auch die Wartezeiten an der Kasse waren erfreulich kurz: Hier mussten die Testkunden im Schnitt weniger als eine Minute ausharren. Zu einem positiven Einkaufserlebnis trugen außerdem die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter bei.

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte zehn überregionale Babyfachmärkte auf ihre Servicequalität. Jedes Unternehmen wurde zehnmal von Testern in verschiedenen Städten und Filialen verdeckt besucht. Somit flossen insgesamt 100 Servicekontakte in die Analyse ein. Die Studie erfasste unter anderem das Erscheinungsbild der Babymärkte, die Qualität des Angebots sowie die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter.

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

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-12

Mobil: +49 (0)170 / 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de