

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Outlet-Center 2014

Service oft top – Testsieger ist Zweibrücken The Style Outlets vor Designer-Outlet Berlin und Outlecity Metzingen

Hamburg, 07.08.2014 – Outlet-Center, in denen zahlreiche Hersteller mit einem Geschäft präsent sind, üben auf die Verbraucher eine scheinbar magische Anziehungskraft aus. So konnten diese Verkaufsareale für Markenware im Jahr 2013 hierzulande rund 37 Millionen Kunden begrüßen. Dabei lockt insbesondere die Aussicht auf Schnäppchen: 20 bis 30 Prozent Rabatt auf reguläre Einzelhandelspreise sind hier keine Seltenheit. Doch in welchem Outlet-Center überzeugt das Angebot? Welcher Service erwartet den Besucher auf dem teils weitläufigen Gelände? Wie kompetent und freundlich sind die Mitarbeiter am Infocenter? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zehn große Outlet-Center getestet hat.

Erfreulich: Die Chancen auf einen erfolgreichen Schnäppcheneinkauf stehen generell gut – die Outlet-Center-Besucher erwartete überall eine große und vielfältige Auswahl. Allerdings klafften zwischen einem großen und sehr großen Angebot deutliche Lücken – sowohl hinsichtlich der Geschäfte als auch der gastronomischen Einrichtungen. Die Store-Zahl variierte beispielsweise zwischen 41 und 111 je nach Outlet-Center. Mode war dabei überall das beherrschende Thema: Der Anteil an Mode- und Bekleidungsgeschäften betrug in jedem Center mehr als 50 Prozent.

Tolles Angebot, mieser Service? Dies bewahrheitete sich im Test nicht. Im Gegenteil: Die Outlet-Center boten eine im Schnitt sehr gute Servicequalität. Gleich sechs Anbieter erzielten das Qualitätsurteil „sehr gut“, drei weitere schnitten mit „gut“ ab. Bei einem Outlet-Center existierte dagegen kein Informationscenter, hier war eine vollständige Serviceanalyse nicht möglich.

Eine ausgesprochene Stärke zeigte sich in der Kompetenz und dem Verhalten der Infocenter-Mitarbeiter. Alle Auskünfte gegenüber den Kunden waren fachlich korrekt und meist auch vollständig. Die Angestellten verhielten sich zudem in der Regel sehr freundlich, engagiert und nahmen sich genügend Zeit für den Kunden. „Die Qualität des Umfelds war ein weiterer Pluspunkt. Die meisten Outlet-Center überzeugten mit einer durchdachten Gestaltung und schufen ein attraktives und einladendes Ambiente“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 07.08.2014, um 18:35 Uhr.

Zweibrücken The Style Outlets ging als Testsieger aus der Studie „Outlet-Center 2014“ hervor. Das Unternehmen profilierte sich mit einem großen und vielfältigen Angebot an Geschäften. Das Areal umfasste 111 Läden in zahlreichen Produktsegmenten. Im Service erzielte der Testsieger ein sehr gutes Ergebnis, beispielsweise durch das sehr attraktive Umfeld und die sehr freundlichen und kompetenten Mitarbeiter. Rang zwei belegte das Designer-Outlet Berlin. In puncto Ausstattung/Infrastruktur erzielte das Unternehmen das zweitbeste Ergebnis im Test. So gab es hier unter anderem eine Kinderbetreuung und relativ zur Verkaufsfläche besonders viele Parkplätze. Auch dieses Unternehmen schloss die Serviceanalyse mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ ab.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
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

Auf Rang drei positionierte sich Outletcity Metzingen, die mit 87 Einzelgeschäften und dem im Test umfangreichsten Gastronomie-Angebot überzeugte und in diesem Untersuchungsbereich das mit Abstand beste Ergebnis erzielte. In puncto Service zeigte der Anbieter eine gute Leistung.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte bundesweit zehn Outlet-Center, die eine Mindestanzahl von 20 Geschäften (Outlet-Stores) und eine Gesamtverkaufsfläche von mindestens 8.000 Quadratmetern aufwiesen. Gegenstand der Untersuchung waren die Outlet-Center als Infrastruktur-Dienstleister, die den verschiedenen Shops ein adäquates Verkaufsumfeld bieten. Einzelne Outlet-Stores wurden nicht getestet. Die Qualität des Services wurde im Rahmen von jeweils zehn verdeckten Testbesuchen erhoben. Insgesamt flossen 100 Bewertungen in die Analyse ein. Im Fokus der Studie standen insbesondere das Angebot, die Ausstattung und Infrastruktur, die Qualität des Umfelds sowie die Freundlichkeit und Kompetenz des Service-Personals.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.