

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Fliesenmärkte 2014

#### **Gute Beratung, aber lange Wartezeiten – Kemmler ist Testsieger vor Carro Fliesenmarkt und Fliesen Zentrum**

**Hamburg, 07.10.2014** – Mit Boden- und Wandfliesen ausgestattete Badezimmer sind heute fast eine Selbstverständlichkeit. Aber auch in anderen Wohnbereichen erfahren die variantenreichen Kacheln großen Zuspruch. Dabei ist der Fachhandel für den Verbraucher erste Wahl – der Umsatzanteil der hier verkauften Fliesen beträgt nach Verbandsangaben über 70 Prozent. Aber welche Fachmarktkette überzeugt mit kompetenten, hilfsbereiten und freundlichen Mitarbeitern? Wie individuell fällt die Beratung aus? Und welche Wartezeiten muss der Kunde hier in Kauf nehmen? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service von neun Fliesenmarkt-Filialketten getestet hat.

Die Servicequalität der Branche war im Durchschnitt noch gut. Vier Anbieter erzielten das Qualitätsurteil „gut“, wobei der Testsieger nur knapp ein sehr gutes Serviceergebnis verfehlte. Die weiteren fünf getesteten Unternehmen zeigten eine befriedigende Leistung.

In puncto Beratungskompetenz, dem wichtigsten Untersuchungsbereich der Servicestudie, erzielten die Fliesenmärkte ein im Schnitt gutes Ergebnis. Positiv fiel das motivierte Auftreten der Mitarbeiter auf, die sich für die Beratung viel Zeit nahmen. Sie beantworteten Fragen souverän und in über 93 Prozent der Fälle korrekt sowie überwiegend vollständig. Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität wies aber auch auf Verbesserungspotenziale hin: „In mehr als einem Drittel der Fälle wurden die Kundenvorstellungen nicht ausreichend erfragt. Auch auf die Vor- und Nachteile verschiedener Produkte gingen die Verkäufer oft nicht ausführlich genug ein.“

Die Wartezeiten in den Märkten stellten sich als weiterer Kritikpunkt heraus. Marktforschungsexpertin Bianca Möller legt den Finger in die Wunde: „Im Schnitt musste der Kunde fast fünf Minuten auf einen Ansprechpartner warten; in Einzelfällen dauerte es sogar bis zu einer Viertelstunde. Die meist kurzen Wartezeiten an der Kasse konnten dieses Manko nicht wettmachen.“

Dagegen kristallisierte sich das Produktangebot als Stärke heraus: Keramikfliesen waren meist in sehr großer Auswahl vorhanden, und immerhin 80 Prozent der Filialen boten auch ein umfangreiches Angebot an weiteren Fliesenarten, etwa aus Naturstein oder Glas. Weniger gut sah es beim Zubehör wie Fliesenkleber oder Werkzeug aus – hier war das Angebot in 40 Prozent der Filialen nicht umfassend genug.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 07.10.2014, 18:35 Uhr.*

Kemmler ging als Testsieger aus der Servicestudie „Fliesenmärkte 2014“ hervor. Ausschlaggebend für das Ergebnis (Qualitätsurteil: „gut“) waren insbesondere die ausgesprochen hohe Beratungskompetenz und die ebenso ausgeprägte Freundlichkeit der Mitarbeiter. Diese gaben stets vollständige und korrekte Auskünfte und erkundigten sich gezielt nach den individuellen Wünschen der Kunden. Ein weiterer Pluspunkt war das umfangreiche Angebot. Auf dem zweiten Rang platzierte sich Carro Fliesenmarkt.

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

Das Unternehmen war beim Angebot im Test am besten aufgestellt und punktete zudem mit relativ kurzen Wartezeiten. Auch sprachen die Angestellten die Kunden zumeist aktiv an und nahmen sich viel Zeit für die Beratung. Auf dem dritten Platz folgte Fliesen Zentrum. Die Kompetenz der Mitarbeiter erzielte den zweitbesten Wert der untersuchten Unternehmen. Das Personal, das sich auch durch Freundlichkeit hervorhat, ging individuell auf die Kunden ein und erfragte detailliert deren Vorstellungen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte neun bedeutende Fliesenmarkt-Ketten. Die Qualität des Services wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Filialbesuchen in 61 verschiedenen deutschen Städten erhoben. Insgesamt flossen 90 Bewertungen in die Analyse ein. Im Fokus der Studie standen insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit des Personals, das zur Verfügung stehende Angebot, die Wartezeiten sowie die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen.

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](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://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.