

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Parfümerien 2016

Guter Service in den Filialen – Personal oft kompetent und kulant beim Umtausch – Testsieger ist Parfümerie HC

Hamburg, 17.08.2016 – Egal, ob für Frau oder Mann, zum Geburtstag oder Valentinstag – Parfüms stehen auf der Hitliste der Geschenke oft ganz oben. Die Frage ist: schnell per Mausclick bestellen oder doch lieber eine Filiale vor Ort aufsuchen? Wer bei der Parfümerie vor Ort an eine fachkundige Beratung von freundlichen und motivierten Mitarbeitern denkt, liegt nicht verkehrt. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), das acht Parfümerie-Filialketten getestet hat.

Mitarbeiter sorgen für gutes Servicelevel

Die Parfümerien bieten eine insgesamt gute Servicequalität, drei Filialketten schneiden sogar mit dem Gesamturteil „sehr gut“ ab. Ausschlaggebend für das Ergebnis sind nicht zuletzt die fachkundigen Mitarbeiter. Egal, ob es um den Unterschied zwischen Eau de Toilette und Parfüm geht oder um den pH-Wert der Haut und was dieser aussagt – das Personal gibt sich keine Blöße und beantwortet alle Kundenfragen korrekt. Auch saubere, ansprechende gestaltete Filialen und eine übersichtliche Präsentation der Düfte, Kosmetika und Accessoires sorgen für ein angenehmes Einkaufserlebnis.

Kulanz beim Umtausch

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Auch wenn es die ein oder andere kleine Schwäche gibt, zum Beispiel ist nicht jede Beratung umfassend, so kann der Parfümerie-Fachhandel doch überzeugen. Der Service ist ein entscheidender Aspekt, um Kunden nicht an die zunehmende Konkurrenz im Internet zu verlieren.“ Auch zeigen sich die untersuchten Filialen erfreulich kulant – ein Umtausch der gekauften Ware ist fast immer möglich – oft sogar ohne Vorlage des Kassensbons. Allerdings wird der Kaufpreis nur in rund 61 Prozent der erfolgreichen Umtauschwünsche bar erstattet – häufig gibt es stattdessen Gutscheine oder der Kunde darf ein anderes Produkt wählen.

Wartezeiten als Schwachpunkt

Die Mitarbeiter gehen meist aktiv auf den Kunden zu – allerdings erst nach einer relativ langen Wartezeit. Im Test dauerte es im Schnitt rund drei Minuten bis zum Beratungsbeginn, in einigen Fällen sogar über fünf Minuten. Das Personal tritt dann aber motiviert und souverän auf, nimmt sich in der Regel ausreichend Zeit und stellt häufig mehrere Produktalternativen vor. Und: An der Kasse wird die Geduld der Kunden nicht auf die Probe gestellt – hier kommt es fast nie zu erwähnenswerten Wartezeiten.

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht Parfümerie HC mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ aus der Servicestudie hervor. Die Mitarbeiter überzeugen mit kompetenten Beratungen und umfassendem Fachwissen. In allen Tests gehen sie aktiv und freundlich auf die Kunden zu, und es entstehen meist nur kurze Wartezeiten. Die Angestellten nehmen sich zudem ausreichend Zeit für die Beratungen und ermitteln den Kundenbedarf im Anbietervergleich am ausführlichsten. Überzeugen kann auch die Angebotsvielfalt, vor allem bei Düften, Kosmetika und Pflegeartikeln. Den zweiten Rang nimmt Schwanen-Parfümerie Becker ein, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Ins Gewicht fällt insbesondere die

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:

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

Kommunikationsstärke der Mitarbeiter, die ausgesprochen freundlich auftreten und ihr Fachwissen sehr verständlich vermitteln. In puncto Umtauschkulanz schneidet das Unternehmen mit am besten ab. An der Kasse geht es zügig – Wartezeiten fallen hier fast gar nicht an. Sehr saubere Filialen und ansprechende Warenpräsentationen runden das positive Gesamtbild ab. Rang drei belegt Douglas (Qualitätsurteil: „sehr gut“). Die Mitarbeiter treten sehr souverän auf und beantworten Kundenfragen in allen Fällen korrekt und meist auch vollständig. In den Beratungen geht das Personal individuell auf die Kunden ein. Auf Beschwerden reagieren die Mitarbeiter freundlich und kundenorientiert. Auch beim Umtausch zeigt sich Douglas sehr kulant. Zudem gibt es zahlreiche Aktionsangebote.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte die acht nach Filialzahl größten Parfümerie-Filialketten in Deutschland, wozu auch die Parfümerien der Handelsunternehmen Galeria Kaufhof, Karstadt und Müller zählten. Die Messung der Servicequalität erfolgte bundesweit über jeweils zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Filialen der Unternehmen. Untersucht wurden dabei unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Wartezeiten, die Qualität des Umfelds, die Kulanz beim Umtausch sowie Zusatzservices, wie Bonus- bzw. Kundenkarten. Insgesamt flossen 80 Servicekontakte mit den Parfümerien in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 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.