

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Kinoketten 2018

Kinoerlebnis nicht zum Schnäppchenpreis – Lohnender Vergleich – Service überzeugt – Testsieger ist Cineplex

Hamburg, 11.10.2018 – Je kürzer die Tage, desto voller werden wieder die Kinosäle – im Herbst und Winter erfreuen sich die Filmpaläste zunehmender Beliebtheit. Wer den neuesten Blockbuster nicht verpassen will, sollte aber wählerisch sein: Die großen Kinoketten unterscheiden bei den Ticketpreisen deutlich. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv fünf Kinoketten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 11.10.2018, 18:35 Uhr*).

Keine Einheitspreise

Wer als Kinogänger die Wahl hat, sollte die Preise prüfen. So verlangt die teuerste Kinokette für ein Ticket am Samstagabend im Schnitt fast 20 Prozent mehr als die günstigste. Von einem billigen Vergnügen kann beim Kinobesuch aber kaum die Rede sein. Für eine Kinokarte zahlen erwachsene Besucher sonnabends durchschnittlich 8,73 Euro für die günstigste Sitzplatzkategorie. Hinzu kommt das für viele obligatorische Popcorn. Eine der Kinoketten kassiert für eine kleine Tüte im Schnitt happige 5,76 Euro. Der günstigste Anbieter bietet mit 3,44 Euro (Durchschnittspreis der getesteten Kinos) deutlich moderatere Preise.

„Die Kartenpreise sind übrigens bei keiner Kinokette einheitlich. Bei ein und demselben Anbieter kommt es am Vergleichstag je nach Standort zu Preisdifferenzen von bis zu gut vier Euro“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Bemerkenswert: Nicht immer ist der Platzwunsch ein weiterer Kostentreiber. Zwar fallen für Plätze im oberen Saalbereich (Loge bzw. Hochparkett) oft Zusatzkosten von einem bis 3,50 Euro an – in einigen Kinos wird hierfür allerdings gar kein Aufschlag verlangt.

Guter Service in den Kinos

Die Kino-Mitarbeiter punkten im Test mit Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und einem guten Fachwissen. Kundenfragen, etwa zur Gültigkeit von Gutscheinen oder der Gebühr bei Online-Ticketbuchungen, beantworten die Angestellten fast immer korrekt. Auch die Kinosäle selbst überzeugen – so sind zum Beispiel bequeme Sitze, gute Akustik und Sauberkeit die Regel. Ein Wermutstropfen für alle Kinogänger: Vor Filmbeginn muss mit einem langen Werbeblock von im Schnitt rund 23 Minuten gerechnet werden.

Die besten Kinoketten

Cineplex geht als Testsieger und als einziges Unternehmen mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ aus der Studie hervor. Im Testbereich Service wie auch bei den Preisen – für Kinokarten, Zuschläge, Softdrinks und Popcorn – platziert sich die Kinokette insgesamt auf Platz eins. Vor Ort beantworten die Mitarbeiter im Test alle Kundenfragen korrekt und punkten auch mit Schnelligkeit an der Kasse. Die Kinos der Kette überzeugen zudem in puncto Atmosphäre und Sauberkeit.

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:
Jochen Dietrich, Marianne Voigt
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Rang zwei belegt UCI Kinowelt (Qualitätsurteil: „gut“). Die reinen Ticketpreise sind hier am günstigsten. So kann etwa samstagsabends bei zuschlagsfreien Karten gegenüber dem teuersten Mitbewerber fast ein Fünftel gespart werden. Die Abholfrist für reservierte Karten ist zudem mit durchschnittlich 15 Minuten vor Vorstellungsbeginn am kundenfreundlichsten. Auf Beschwerden reagiert das Personal ausgesprochen professionell.

Auf dem dritten Platz folgt Cinemaxx, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Vor Ort profilieren sich die fachkundigen Mitarbeiter; die Kinosäle zeichnen sich durch bequeme Sitze und eine angenehme Akustik aus. Darüber hinaus werden Zusatzservices wie Kundenkarten und Ticketautomaten angeboten. Überzeugen kann zudem der Internetauftritt der Kinokette.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete fünf große, überregionale Kinoketten. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Kinos eines jeden Unternehmens. Zudem wurden je zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie je eine Inhaltsanalyse der Websites durchgeführt. Insgesamt flossen 105 Servicekontakte mit den Kinobetreibern in die Auswertung ein. Darüber hinaus erfolgte eine Preisanalyse hinsichtlich der Kinokarten, Zuschläge sowie gastronomischer Angebote (Erhebung: 01.-13.08.2018).

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

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.