

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Möbelhäuser 2021

Gute Noten für Einrichtungshäuser – Kundenservice sorgt am stärksten für Zufriedenheit – Höffner auf Platz eins

Hamburg, 21.04.2021 – Die Umsatzeinbrüche durch Corona sind teils erheblich. Die aktuelle Verbraucherbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders ntv gibt der Branche aber Hoffnung für die Zukunft: Die meisten Möbelhaus-Ketten verfügen über eine insgesamt zufriedene Kundschaft (*Sendehinweis: ntv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 21.04.2021, 19:30 Uhr*).

Kundenservice und Produktangebot überzeugen

Gleich 15 der 18 Möbelhäuser erzielen ein gutes Gesamturteil. Damit kann die Branche das positive Ergebnis der letzten Kundenbefragung bestätigen – trotz der widrigen Umstände durch coronabedingte Einschränkungen. Bei den Discountern unter den Möbelhäusern ist die Kundenzufriedenheit allerdings etwas weniger stark ausgeprägt: Die Hälfte der zu dieser Kategorie zählenden Unternehmen schneidet mit „gut“, die weiteren lediglich mit „befriedigend“ ab.

Auch aktuell ist der Kundenservice eine Stärke der Möbelhäuser. Aspekte wie die Freundlichkeit und Aufmerksamkeit der Mitarbeiter, der Umgang mit Umtauschwünschen, Kinderspielangebote oder die Öffnungszeiten sorgen bei gut 81 Prozent der Befragten für Zufriedenheit. Bis auf zwei Ausreißer – einmal „sehr gut“, einmal „befriedigend“ – erzielen alle Möbelhäuser hier ein gutes Ergebnis. Positiv sticht auch das Produktangebot hervor, mit dem sich 79 Prozent der befragten Kunden eher oder sogar sehr zufrieden zeigen.

Viele Kunden handeln beim Preis

Die Lage sowie die Preise werden am häufigsten – bei jeweils über einem Viertel der Befragten – als Grund für die Wahl des Möbelhauses genannt. Auf große Resonanz stoßen zudem die Lieferservices der Möbelhäuser. Rund 41 Prozent der Befragten lassen sich ihre dort getätigten Möbelkäufe generell liefern. Interessant in puncto Preisverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher: Immerhin gut 39 Prozent vergleichen vor dem Kauf die Preise im Internet oder mit anderen Möbelhäusern. Zudem versucht ein Drittel der Kunden, im Möbelhaus stets den Preis zu verhandeln.

Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Der Besuch im Möbelhaus mündet nicht automatisch in einen Kauf – nahezu jeder vierte Befragte bekennt, sich dort vor allem Inspirationen holen zu wollen. Umso wichtiger ist ein stimmiges Gesamtpaket aus Preis, Angebot, Beratung und Service. Dass die Kundenzufriedenheit fast ausnahmslos hoch ist, sollte die Branche als gutes Zeichen für die Zeit werten, wenn der Konsum wieder deutlich anzieht.“

Die beliebtesten Möbelhäuser

Das beste Ergebnis in puncto Kundenzufriedenheit und damit Platz eins sichert sich Höffner (Qualitätsurteil: „gut“). Das Unternehmen erzielt in den Bewertungsbereichen durchweg gute bis sehr gute Resultate. Dabei schneidet Höffner hinsichtlich des Kundenservices sowie in puncto Lieferung und Montage im Anbietervergleich am besten ab. Zudem berichten nur wenige

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:
Brigitte Zypries (Vorsitz),
Jochen Dietrich, Marianne Voigt,
Prof. Peter Wippermann
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Kunden über aufgetretene Ärgernisse und die Bereitschaft zur Weiterempfehlung fällt bei den Befragten mit am höchsten aus.

Den zweiten Rang belegt Möbel Kraft, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Die Kundenzufriedenheit fällt in allen Bewertungsbereichen hoch aus, wobei der Kundenservice positiv hervorsteht. Darüber hinaus ist die Ärgernisquote unter den befragten Kunden niedrig und die Weiterempfehlungsbereitschaft vergleichsweise stark ausgeprägt.

Möbel Martin (Qualitätsurteil: „gut“) platziert sich auf Rang drei. Rund 88 Prozent der Befragten bewerten den Kundenservice positiv, was im Anbietervergleich das zweitbeste Ergebnis bedeutet. Das Unternehmen sichert sich den Rang durch eine konstant hohe Kundenzufriedenheit mit guten Ergebnissen in allen abgefragten Leistungsaspekten.

Top 3 der Discounter

Auch die drei bestplatzierten Möbel-Discounter sichern sich das Qualitätsurteil „gut“. Das beliebteste Unternehmen ist hier Dänisches Bettenlager. Der Anbieter profiliert sich insbesondere durch das Preis-Leistungs-Verhältnis: 77 Prozent der Bewertungen sind positiv. Zudem fällt die Bereitschaft zur Weiterempfehlung höher aus als bei allen anderen Discountern.

Auf Rang zwei folgt Poco Einrichtungsmärkte. Hier überzeugen vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis und der Kundenservice. SB-Möbel Boss auf Rang drei punktet vor allem mit dem Produktangebot; auch der Kundenservice sorgt für eine vergleichsweise hohe Zufriedenheit.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 2.091 Bewertungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern ein, die in den letzten zwölf Monaten in einem Möbelhaus eingekauft hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Beratungskompetenz, Produktangebot, Kundenservice, Lieferung und Montage sowie Filialgestaltung. Zudem flossen die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenärgernisse in das Gesamturteil ein. In der Einzelauswertung wurden alle Unternehmen berücksichtigt, zu denen sich 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 18 Möbelhäuser zu.

Veröffentlichung unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von ntv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20
E-Mail: m.schechtel@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 – Internet: 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 und Kundenbefragungen durch. Über 2.000 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.