

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Eine Kooperation von
PREMIUS TESTSIEGER und DISQ

DISQ - TEST

Für besseren Service
in Deutschland



**HIER SIND KUNDEN DIE
GEWINNER**

Deutscher Servicepreis 2017:
Diese Unternehmen bieten den besten Service

UNSER GESCHENK

Testen Sie das nächste DUB UNTERNEHMER-Magazin kostenlos und ohne Vertragsbindung



JETZT LESEN
Exklusiv in Deutschlands Magazin für Digitalisierung:
Wie Konzernlenker, Netzpolitiker und Visionäre die digitale Transformation anpacken.
Plus: Das radikale Erfolgskonzept von Amazon-Gründer Jeff Bezos



- KEIN ABO ✓
- KEINE VERPFLICHTUNGEN ✓
- KEIN WEITERES HEFT ✓

Sie möchten einmalig eine kostenlose Lieferung des DUB UNTERNEHMER-Magazins?
Einfach jetzt anfordern unter 040 468832-50 oder gratisausgabe@DUB.de

INHALT

4 Meldungen

Die besten Bäckereiketten, Universal-Online-Shops, Online-Lotto-Anbieter, Riester- und Rürup-Renten, Mobilfunkshops sowie Top-Kundenservice per Telefon und E-Mail

6 Service kann so schön sein

Beim Deutschen Servicepreis 2017 erhielten 51 Unternehmen eine der begehrten Trophäen für herausragenden Dienst am Kunden

12 Deutschlands bester Augenoptiker

Individuelle und umfassende Beratung, kompetente Mitarbeiter sowie eine riesige Auswahl – welche Augenoptiker-Kette im Test am besten abschneidet



16 Beliebteste Staubsaugermarke

Welcher Staubsaugerhersteller seine Kunden in puncto Reinigungswirkung und schickes Design am meisten überzeugt

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG, Dorotheenstraße 48, 22301 Hamburg

Redaktionsleitung: Martin Schechtel

Grafik und Produktion: Premium GmbH, Ölmühle 9, 20357 Hamburg

Fotoquellen: iStock.com/adventtr (S. 16), iStock.com/andresr (S. 4), iStock.com/DragonImages (S. 5), iStock.com/Edgy-kim (S. 3, 12), iStock.com/lucadp (S. 4), iStock.com/Martin-Prescott (S. 5), iStock.com/pixelfit (S. 4), iStock.com/zoranm (S. 5), Oliver Görnandt (S. 3), olly/fotolia (Titel), Thomas Ecke (S. 6, 7, 8, 9)

Druck: NEEF + STUMME premium printing GmbH und Co. KG, Wittingen

EDITORIAL



Markus Hamer und Bianca Möller, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität

Servicetests mit Durchblick

Dass dem DISQ die hierzulande gebotene Servicequalität sehr am Herzen liegt, lässt sich schon un-schwer an unserem Namen erkennen. Einmal im Jahr steht die Kundenorientierung aber noch mehr als sonst im Fokus: Der Deutsche Servicepreis, den das DISQ gemeinschaftlich mit dem Nachrichtensender n-tv verleiht, legt nicht – wie oft nötig – den Finger in die Wunden. Im Gegenteil: In zahlreichen Branchen werden hier die Besten der Besten in puncto Service gekürt. Welche Unternehmen zu den Preisträgern 2017 zählen und warum die geladenen Gäste von der feierlichen Veranstaltung im wahrsten Sinne des Wortes verzaubert waren, lesen Sie ab Seite 6.

Sind Sie Brillenträger? Haben Sie in letzter Zeit Brötchen beim Bäcker gekauft? Schwingen Sie ab und zu den Staubsauger? Besitzen Sie eine Riester-Rente oder haben Sie womöglich mit einem Lottotipp im Internet Ihr Glück herausgefordert? Schon wenn Sie nur eine Frage mit Ja beantwortet haben, werden Sie sich in diese Ausgabe gut aufgehoben fühlen: Zu diesen und noch mehr Themen hat das DISQ kürzlich Studien, Tests und Kundenbefragungen durchgeführt. Wir stellen einige spannende Ergebnisse vor, die für Durchblick sorgen und Ihnen, dem Verbraucher, Hilfestellung bieten sollen.

Eine anregende Lektüre wünschen Ihnen

Bianca Möller

Markus Hamer



Lecker: Bäckereien sind bei den Deutschen auch für den Snack zwischendurch sehr beliebt

Bäckereiketten: Hier gibt es besten Service

Unterwegs und schnell etwas essen? Ab zum Bäcker! 68 Prozent der Deutschen gehen für den kleinen Snack zwischendurch am liebsten dorthin. Das wissen auch die großen Bäckereiketten und bieten eine reichhaltige Auswahl an Brot, einfachen und belegten Brötchen, süßen Teilchen und anderen kleinen Speisen. Zehn dieser Ketten hat das DISQ nun getestet. In 100 Servicekontakten prüften die Mystery-Shopper das Angebot, die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Qualität des Umfelds, also die Sauberkeit und Atmosphäre der jeweiligen Filiale, sowie die Schnelligkeit der Bedienung. **Auf ganzer Linie zufrieden waren sie mit Junge Die Bäckerei: Dort gab es das branchenbeste Angebot, sehr gute Qualität, freundliches und kompetentes Personal sowie die beste Atmosphäre – und von den Testern dafür ein „sehr gut“.** Platz zwei ging an Schäfer's, ebenfalls mit einem „sehr gut“, unter anderem für die besonders kurzen Wartezeiten. Auf dem dritten Platz konnte sich Malzers Backstube mit der besten Kundenfreundlichkeit behaupten – auch für sie gab es ein „sehr gut“.

Schnell bestellt

Im Internet shoppen geht schnell und ist bequem – wie steht es aber um die Servicequalität? Bei der DISQ-Untersuchung von 16 Universal-Online-Shops konnten nicht alle punkten. Geprüft wurden der Service per Telefon und E-Mail, die Versandqualität einschließlich Kosten und Rücksendemodalitäten sowie die Internetauftritte. **In allen Punkten überzeugen konnte Otto.de – dafür gab es ein „sehr gut“.** Im Gesamtergebnis gingen Platz zwei und drei mit jeweils einem „gut“ an HSE24.de und Neckermann.de. Beim Internetauftritt hatte ebenfalls Otto.de die Nase vorn, gefolgt von Tchibo.de und Plus.de. Den besten telefonischen Service fanden die Tester bei Schwab.de, gefolgt von Klingel.de und QVC.de. In Sachen Versandqualität konnte sich Bader.de vor Tchibo.de und Otto.de positionieren.



Online shoppen: Bei Rückgaben, Versandkosten und Mindestbestellwerten lohnt der Vergleich

LOTTO ONLINE

Glück per Klick

Auch wenn die Gewinnwahrscheinlichkeit verschwindend gering ist, fordern viele Menschen Woche für Woche das Glück heraus. Mit Lotto im Internet geht es besonders bequem – das bestätigten jetzt mehrere Hundert Lottospieler, die in den vergangenen zwölf Monaten mindestens einmal online gespielt hatten. 988 Bewertungen lagen der Studie zugrunde, benotet wurden Spielangebot, Kundenservice, Internetauftritt, Transparenz und Aufklärung von neun Anbietern. **Am zufriedensten waren die Kunden in allen Kategorien mit Lotto.de, dem offiziellen Online-Angebot des Deutschen Lotto- und Totoblocks. Auf Platz zwei und drei folgten, ebenfalls mit einem „sehr gut“ bewertet, Lotto24.de und Lotterie.de. Den besten Internetauftritt bietet nach Meinung der Kunden Lotto24.de, beim Kundenservice kam Lottobay.de auf den zweiten Platz.** Und: Schlechter als „gut“ schnitt keiner der bewerteten Anbieter ab.



Zahlenspiel: Beim Lotto geht es um das große Glück

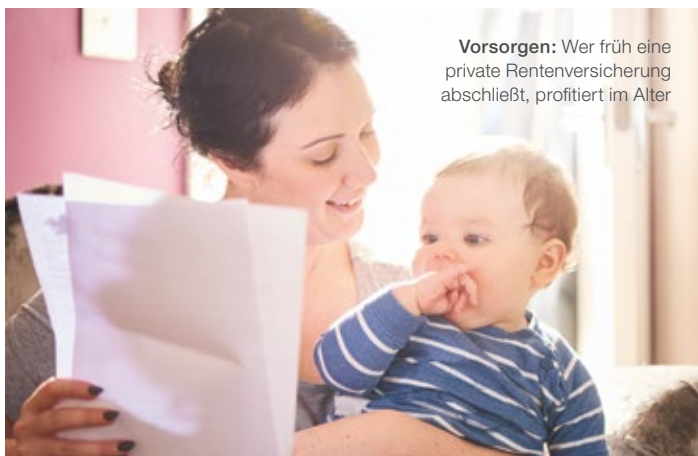
Darf's ein neues Smartphone sein?

Smartphones veralten schnell – alle paar Jahre kaufen sich die meisten Nutzer ein neues Modell. In den Shops der großen Mobilfunkanbieter gibt es dazu gute Beratung und besseren Service als noch vor zwei Jahren, so das Ergebnis der DISQ-Studie zur Servicequalität. Die Mystery-Shopper des Instituts prüften in den Shops von fünf Mobilfunkanbietern mit je 15 Besuchen die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Qualität des Filialumfelds und die Wartezeiten. **Gesamtsieger wurde mit einem „Gut“ Yourfone, deren Mitarbeiter die kompetenteste Beratung boten. Platz zwei ging an O₂, die sich durch das beste Angebot auszeichneten, Platz drei an die Telekom.** Verbesserungspotenzial gab es allerdings bei allen Anbietern in puncto Empfehlungen: Selbst bei ansonsten guter Beratung wurden oft zu teure Smartphones und Tarife empfohlen. Nachrechnen lohnt sich.



Qual der Wahl: Beim Kauf von Smartphone oder Tablet ist gute Beratung wichtig

Vorsorgen: Wer früh eine private Rentenversicherung abschließt, profitiert im Alter



Umfassend getestet: Riester- und Rürup-Renten

Wer seinen Lebensstandard im Alter beibehalten möchte, kommt um eine private Rentenversicherung nicht umhin. Staatliche Förderung bieten Riester-Rente für Angestellte und Rürup-Rente für Selbstständige. Doch trotz gleicher Förderung sind die Leistungen nicht bei allen Anbietern gleich – es lohnt sich immer ein Vergleich. Für den Test des Altersvorsorge-Angebots von 15 großen Versicherern mit Vermittlernetz hat das DISQ die Beratung vor Ort, per Telefon und per E-Mail geprüft sowie in Kooperation mit dem Ratingunternehmen Franke und Bornberg Produkte und Leistungen unter die Lupe genommen. **Sowohl bei der Riester als auch bei der Rürup-Rente erreichte die Axa über ein „gut“ den ersten Platz.** Bei der Riester-Rente gingen die Plätze zwei und drei, ebenfalls mit „gut“ an die Provinzial Nord-West und die AachenMünchener, beim Rürup-Angebot an die Provinzial Nord-West und HDI.

Hilfsbereit: Kundenservice wird bei den meisten Banken großgeschrieben



Nur eine Drei

Der Kunden-Support per Telefon und E-Mail ist im Schnitt nur befriedigend – Banken setzen sich positiv ab.

32 Studien, 364 Unternehmen bildeten die Grundlage für die Meta-studie des DISQ zur Qualität von telefonischem und E-Mail-Kundenservice 2016. Untersucht wurden Finanzinstitute, Versicherer und Tourismus-Portale sowie Anbieter aus den Branchen Haus und Energie, Online-Shopping, Reise und Mobilität sowie Technik und Telekommunikation. Während der Service insgesamt nur „befriedigend“ abschnitt und die Branche Technik und Telekommunikation das Schlusslicht bildete, konnten Banken punkten: **Auf dem ersten Platz aller geprüften Unternehmen landete die Interhyp, sowohl beim telefonischen als auch beim E-Mail-Kundenservice. Auf Platz zwei folgte in beiden Kategorien die Volkswagen Bank, Platz drei ging beim Kundenservice per Telefon an den Baufinanzierungsspezialisten Accedo, beim Kundenservice per E-Mail an die Consorsbank – alle mit einem „sehr gut“.**



Deutscher Servicepreis 2017: Am 14. Februar 2017 verliehen n-tv und DISQ die Auszeichnung zum siebten Mal. Die Vertreter der 51 gekürten Servicesieger nahmen die begehrten Trophäen in der Berliner Bertelsmann-Repräsentanz entgegen

Service-Sieger

Deutschlands Beste

Erneut zeichneten das Deutsche Institut für Service-Qualität und der Nachrichtensender n-tv Unternehmen mit dem Deutschen Servicepreis aus. Immer mehr Kriterien flossen in die Bewertungen ein. Jetzt wurde auch die Beratung via Chat gekürt.

Mit Maschinen beschäftigen sich die Deutschen deutlich lieber als mit ihren Mitmenschen – so sah es wenigstens der 2004 verstorbene ehemalige Wirtschaftsminister Günter Rexrodt. Von ihm stammt das Bonmot: „Wenn ein Deutscher eine Maschine bedient, dann leuchten seine Augen. Wenn er einen Menschen bedienen soll, sträuben sich ihm die Haare.“

Dass die sprichwörtliche Servicewüste hierzulande mittlerweile der Vergangenheit angehört, kann Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), bestätigen. Das DISQ misst regelmäßig die Servicequalität von Unternehmen zahlreicher Branchen und verfügt somit über einen Gesamtüberblick. Der fällt recht positiv aus: „Wie in den vergangenen Jahren sind der Service und die Beratung vor Ort der Garant für die Verbesserung der Servicequalität insgesamt“, sagt Hamer. Seit vier Jahren gibt er dem Service im Durchschnitt die Schulnote „gut“.

Feierliche Preisverleihung

Am 14. Februar 2017 ging es jedoch nicht um durchschnittlichen Service, sondern um die Auszeichnung von Unternehmen, die sich im Branchenvergleich als echte Könner in Sachen Service erwiesen haben. Diese Servicesieger schnitten bei den vom DISQ im vergangenen Jahr durchgeführten Servicetests als beste ab. Ihre Vertreter kamen in die Berliner Bertelsmann-Repräsentanz, um den Deutschen Servicepreis des DISQ und des Nachrichtensenders n-tv entgegenzunehmen.

Die Kunst des Gedankenlesens

Die Preisverleihung wurde von einem unterhaltsamen Rahmenprogramm begleitet. So sorgte der Illusionist Nicolai Friedrich für eine magische Atmosphäre in der Bertelsmann-Repräsentanz. Der Zauberer und Mentalist beeindruckte die Gäste unter anderem mit seiner Kunst des Gedankenlesens – einer Disziplin, die mitunter auch Mitarbeitern im Kundenservice die Arbeit erleichtern könnte.

„Wenn ein Deutscher eine Maschine bedient, dann leuchten seine Augen. Wenn er einen Menschen bedienen soll, sträuben sich ihm die Haare.“

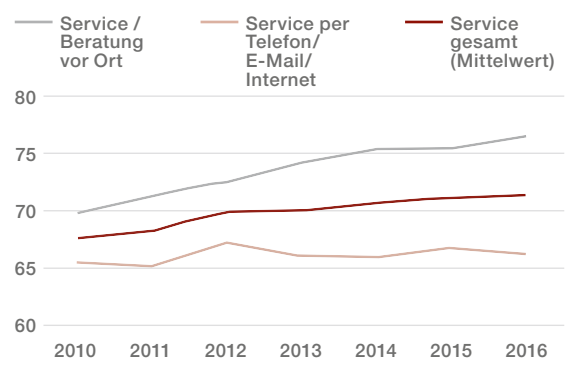
Günter Rexrodt (1941–2004), ehemaliger Bundesminister für Wirtschaft, FDP



Markus Hamer: Der Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität begrüßt die Gäste

STÄNDIGE STEIGERUNG

DIE SERVICEQUALITÄT INSGESAMT, BESONDERS JEDOCH DIE BERATUNG VOR ORT VERBESSERT SICH STETIG.



Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität

PREISTRÄGER DEUTSCHER SERVICEPREIS 2017

Kategorie (alphabetisch)	Preisträger (alphabetisch)
Einzelhandel	Fahrrad XXL Logo Parfümerie HC
Energie	Knauber Erdgas Leu Energie Stadtwerke München
Finanzinstitute Beratung vor Ort	Berliner Sparkasse Commerzbank Deutsche Bank
Finanzinstitute Service	Accedo Berliner Volksbank Interhyp
Gesundheit	Euro Eyes Iffland Hören Injoy
Haus und Wohnung Beratung vor Ort	Hansetrans Pickens Von Poll Immobilien
Haus und Wohnung Service	Confern Falc Immobilien Lagerbox
Online-Shopping	Neckermann.de Otto.de Outfittery
Reise und Mobilität Beratung vor Ort	DER Reisebüro Motel One Pneumobil
Reise und Mobilität Service	Lufthansa City Center Meventi Sixt
Technik & Telekommunikation Service	1&1 Acer Vodafone
Tourismus-Portale Service	Interchalet.de Mietwagen-Check.de Travelscout24
Versicherer Beratung vor Ort	AachenMünchener/DVAG Allianz Axa
Versicherer Service	AOK Plus Münchener Verein Sparkassen Direktversicherung

Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität

PREISTRÄGER DEUTSCHER SERVICEPREIS 2017

Kategorie (alphabetisch)	Preisträger (alphabetisch)
Sonderpreis: Kundenurteil Service	Aldi Talk Höffner Marché Restaurants
Sonderpreis: Kundenurteil B2B	Commerzbank Randstad Rödl & Partner
Sonderpreis: Online-Chat	Apple Ergo Direkt EWE

Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität



Torsten Knippertz: Der n-tv Moderator führte durch das Programm

„Die Methoden bei den Testverfahren haben wir verfeinert und an die Veränderungen in den verschiedenen Branchen angepasst.“

Markus Hamer,
Geschäftsführer
Deutsches Institut
für Service-Qualität

Insgesamt gingen 51 der begehrten Awards an einen Servicesieger. Ausgezeichnet wurden die jeweils drei Unternehmen mit der besten Servicequalität in 17 Kategorien. Die Daten, aus denen die Jury die Sieger ermittelt hat, entstammten 59 Studien und Kundenbefragungen, die das DISQ 2016 durchgeführt hatte. Dabei hatten die Tester – Marktforscher und Mystery-Shopper – 622 Unternehmen und ihre Dienstleistungen unter die Lupe genommen. 16307 Mal waren die Mystery-Kunden dabei verdeckte Testkontakte mit den Unternehmen eingegangen, daneben flossen 14152 Kundenmeinungen in die Auswertung des Gesamtergebnisses ein. Zusätzlich wurden 850 Entscheider-Interviews geführt. Aus dieser enormen Menge an Daten ermittelte das DISQ die Ausgezeichneten.

Methoden werden stetig verfeinert

Bereits zum siebten Mal verlieh das DISQ diese Auszeichnung. Die Art und Weise der Datenerhebung und Auswertung ist über die Jahre konstant geblieben, sagt Hamer: „Die Testverfahren sind im Großen und Ganzen stabil, daher können die Ergebnisse der vergangenen Jahre sehr gut miteinander verglichen werden. Allerdings wurden die Methoden verfeinert und an die Veränderungen in den unterschiedlichen Branchen angepasst.“ Dies betraf insbesondere die Rollenspiele, mit denen die geschulten Tester unterwegs sind, etwa bei den Mobilfunkanbietern: „Vor sieben Jahren haben wir Mobilfunkanbieter kaum über Smartphones gelöchert. Heute spielen Mobiltelefone ohne Touch-Display keine Rolle mehr.“

Bei den Mobiltelefonen ist die Digitalisierung bereits weit fortgeschritten. Indirekt wirkt sie sich jedoch in allen Branchen auf den Kundenservice aus. Hamer sagt: „Bisher vermeintlich getrennte Kommunikationswege können heute miteinander verbunden werden.“

Er beschreibt ein Beispiel: Während der Kunde mit einem Berater telefoniert, können sie gemeinsam eine Online-Präsentation anschauen, die interaktiv angepasst werden kann, um individuelle Wünsche zu berücksichtigen. Anschließend erhält der Kunde weitere Informationen per E-Mail und hat so alles noch einmal schwarz auf weiß vor sich. Hamer: „Durch die Technologie ergeben sich ganz neue Potenziale.“

Neben den 14 Branchenkategorien, in denen jeweils die ersten, zweiten und dritten Sieger gekürt wurden, gab es zusätzlich drei Sonderpreise, darunter derjenige zum „Kundenurteil Online-Chat“. Dieser zeichnet Unternehmen aus, die in der Kommunikation mit den Kunden neue Wege gehen und den Austausch nicht nur per E-Mail und Telefon suchen, sondern auch per Chat anbieten und dabei beste Arbeit leisten. Die Vorteile: Im Unterschied zur E-Mail ist der Chat deutlich schneller, da er in Echtzeit funktioniert. Auch die telefonische Beratung dauert häufig länger, da der Kunde häufig zunächst in einer Warteschleife hängt.

Entwicklungspotenzial bei Online-Chats

Allerdings ist Marktforscher Hamer noch nicht vollständig zufrieden. Seiner Ansicht nach nutzen viele Unternehmen die Potenziale der Digitalisierung noch nicht konsequent genug: „Seit 2016 analysieren wir auch den Service per Online-Chat. Die Konsumenten nutzen diese Art der Kommunikation spätestens seit WhatsApp intensiv – doch in vielen Branchen bietet nicht einmal die Hälfte der Unternehmen diesen Service an.“

Die beiden weiteren Sonderpreise waren der zum „Kundenurteil Service“ und der zum „Kundenurteil B2B“. Ersterer zeichnete diejenigen drei Unternehmen aus, deren Service von ihren Kunden am höchsten eingeschätzt wurde. Der B2B-Sonderpreis ging an drei Unternehmen, deren Kunden keine Endverbraucher sind, sondern Firmen, Institutionen oder Organisationen – auch in diesem Wettbewerb war selbstverständlich bester Kundenservice das Kriterium für die Kür der Sieger. <<



Nicolai Friedrich: Der Illusionskünstler faszinierte das Publikum

INTERVIEW



MARKUS HAMER
Geschäftsführer des
Deutschen Instituts für
Service-Qualität (DISQ)

SEIT SIEBEN JAHREN VERLEIHEN SIE NUN DEN DEUTSCHEN SERVICEPREIS. WAS HAT SICH SEITDEM VERÄNDERT?

HAMER: Seit wir den Servicepreis zusammen mit n-tv 2011 ins Leben gerufen haben, hat sich die Servicequalität in Deutschland kontinuierlich verbessert. Immer mehr Unternehmen erkennen, wie wichtig es ist, dem Kunden Top-Service zu bieten. Nur so lassen sich Kunden nicht allein gewinnen, sondern auch halten. Denn die Wirkung von Aktionsangeboten und Schnäppchenpreisen verpufft schnell, und nur langfristige Verlässlichkeit bei Preisen, Produkten, Dienstleistungen und eben beim Service sorgen für dauerhafte Zufriedenheit und Kundentreue.

VON JAHR ZU JAHR FLIESSEN MEHR STUDIEN UND UMFRAGEN IN DEN DEUTSCHEN SERVICEPREIS EIN. WARUM?

HAMER: Der Servicepreis wurde über die Jahre ausgeweitet: Branchen wie Einzelhandel, Tourismus oder Mobilität wurden erweitert, im Jahr 2014 haben wir neben den verdeckten Testerkontakten auch zusätzlich Kundenbefragungen mit einbezogen. Und dieses Jahr gibt es erstmals den Sonderpreis für Internet-Chat – hier werden innovative Lösungen der Kundenkommunikation prämiert.

DIE DIGITALISIERUNG EROBERT UNSEREN ALLTAG. WIE WIRKT SICH DAS AUF DIE SERVICEQUALITÄT AUS?

HAMER: Viele Unternehmen haben erkannt, dass in der Digitalisierung Chancen für die Verbesserung in der Kundenkommunikation liegen. Doch in der Umsetzung hapert es. Ein Beispiel: Bei der Beantwortung von E-Mail-Anfragen treten immer noch viele Defizite wie lange Wartezeiten oder unvollständige Antworten auf. Noch schlimmer beim Online-Chat: Nur wenige Unternehmen bieten diesen Service überhaupt an. Für den Kunden hat sich in der Praxis also noch nicht viel verbessert.

WELCHE BRANCHEN SIND HINSICHTLICH DER DIGITALISIERUNG BESONDERS FORTSCHRITTLICH?

HAMER: Die Digitalisierung hat Auswirkungen auf den Service in allen Branchen. Erfahrungsgemäß versuchen insbesondere technikaffine Branchen wie zum Beispiel Telekommunikation oder Informationstechnologie hier eine führende Rolle einzunehmen.



Familienfreundlich: Die Marché Restaurants bieten Erlebnisse und Genuss

Mag hohe Ansprüche:
Oliver Altherr, CEO
Marché International

Fotos: Jeibmann Photographik (1), Markus Lamprecht (1)

Deutscher Servicepreis 2017, Sonderpreis Kundenurteil Service

Marché begeistert

Vom kulinarischen Angebot bis zum ausgezeichneten Service: Die Marché Standorte in Deutschland überzeugen in jeder Hinsicht mit Top-Qualität. Freundliches Personal und eine einzigartige Marktplatz-Atmosphäre runden das Rundum-sorglos-Paket ab und sorgen für Wohlfühlmomente.

Marché Restaurants stehen für innovative Erlebnis- und Genusswelten. Markenzeichen ist die einzigartige Marktplatz-Atmosphäre, die die Gäste auf eine kulinarische Entdeckungsreise mitnimmt. Ein lebhaftes Ambiente und schmackhafte Highlights laden zum Verweilen ein. Beim Speisenangebot liegt der Fokus auf absoluter Frische und hoher Qualität, gepaart mit saisonalen Zutaten – vorzugsweise aus der Region. Für jeden Geschmack ist das Passende dabei: von Marché-Klassikern wie Schweizer Rösti bis hin zu originellen Pasta-Kreationen und erntefrischen Salaten. Als Pionier des Front-Cookings bereiten die Köche die köstlichen Speisen direkt vor den Augen der Besucher zu. „Unser Anspruch ist es, mit Live-Cooking in Form einer innovativ-frischen Marktküche Qualität und Natürlichkeit zu vereinen. Mit hausgemachten Rezepturen und einer

schonenden Zubereitung unserer Zutaten wollen wir die hohen Ansprüche unserer Restaurantbesucher an gesunde Ernährung erfüllen und ihnen gleichzeitig die größtmögliche Transparenz bieten“, erklärt Oliver Altherr, CEO Marché International. Frisch gepresste Saftkreationen, hausgemachtes Brot und feine Patisserie sowie verschiedene Kaffeespezialitäten vollenden das Marché Angebot.

Aktuelle Marché Standorte befinden sich an Autobahnen, Flughäfen und vereinzelt in Stadtlagen. Frische, themenspezifische Restaurantkonzepte hat das Unternehmen auch für die Freizeitgastronomie konzipiert und setzt darüber hinaus seine Expansion in attraktiven Stadtlagen fort.

Kundenfreundlichkeit im Mittelpunkt
Die Marché Restaurants stehen nicht nur für erstklassige Speisen, sondern auch

für einen hervorragenden Service. Das belegen zahlreiche Auszeichnungen. So wurden die Restaurants im Oktober 2016 bereits zum siebten Mal Testsieger beim Schnellrestaurant-Servicetest von n-tv und DISQ. Die freundlichen Mitarbeiter sind kompetent, schnell und hilfsbereit. Als engagierte Gastgeber gehen sie auf individuelle Wünsche ein. Familienfreundlichkeit wird bei Marché ebenfalls großgeschrieben. Der Nachwuchs stellt sich auf seinem Picky Kinderteller ein Menü selbst zusammen. Außerdem gibt es eine Reihe von Spiel- und Unterhaltungsmöglichkeiten sowie Wickel- und Baby-Service-Stationen, dank der Babys auch unterwegs gut umsorgt werden können.

➔ Weitere Informationen zu den Marché Restaurants erhalten Sie unter: www.marche-restaurants.com

MEDION Unternehmensporträt

Trendige Produkte

MEDION steht für hochwertige Elektronikprodukte zu fairen Preisen. Das Unternehmen verbindet jahrzehntelange Erfahrung mit einem Sinn für aktuelle Trends und kompetentem Service.

Wir sind Technik, wir leben Service, wir denken innovativ – wir sind MEDION!

Die MEDION AG ist eine Firma aus dem Herzen des Ruhrgebiets: Unser Firmensitz liegt in Essen, und seit 1983 stehen wir für erstklassige Elektronikprodukte zum fairen Preis. Wir sind Deutschlands führender Produzent von Unterhaltungselektronik und ein verlässlicher Anbieter digitaler Dienstleistungen für unsere Kunden und Handelspartner. Wir planen, entwickeln, designen, verpacken und vertreiben unsere Produkte selbst.

Unsere innovativen MEDION Produkte verbinden attraktives Design mit moderner Technik, und das zu einem fairen Preis. Die MEDION Produkte werden nach strengsten Qualitätsanforderungen hergestellt und erfüllen die aktuellsten technologischen Standards. Wir bringen neueste Technik und Dienstleistungen zu den Menschen. Nicht erst morgen, sondern schon heute. Ohne viel Schnickschnack, aber mit viel Herzblut und Erfahrung.

MEDION Produkte und Dienstleistungen

Unsere Kernkompetenz ist seit den Firmenanfängen die Entwicklung und der Vertrieb von Computer- und Multimedia-Produkten wie Notebooks, PC-Systemen, Monitoren, Smartphones und Tablets. Hierzu zählen auch die MEDION Smart Home Bausteine, mit denen unsere Kunden Hausautomation selbst nachrüsten können. Unterhaltungselektronik wie LCD-Fernseher, Internetradios und Bluetooth-Lautsprecher sowie Haushalts- und Gesundheitsprodukte sind weitere Felder, in denen wir über jahrzehntelange Erfahrung verfügen.

Darüber hinaus haben wir uns in den vergangenen Jahren einen ausgezeichneten Ruf als Entwickler und Vermarkter von Dienstleistungen erarbeitet. Dazu zählen der 2005 gemeinsam mit der E-Plus-Gruppe ins Leben gerufene Discount-Prepaid-Tarif ALDI TALK sowie der Foto-service ALDI Foto (seit 2005), der Musik-streaming-Dienst ALDI life Musik powered by Napster (seit 2015) sowie ALDI life eBooks (seit 2016).

Neuheiten bei MEDION: traditionell innovativ

Sowohl unsere Mitarbeiter als auch das gesamte Unternehmen MEDION können bei jedem Projekt auf eine langjährige Erfahrung zurückgreifen. Unser Blick bleibt trotzdem stets nach vorne gerichtet: Auf aktuelle Trends, spannende Entwicklungen und neue Themenfelder reagieren wir dynamisch und zeitnah.

MEDION: Spitzentechnik zum fairen Preis

Unsere Produkte sind sowohl online als auch im Handel erhältlich. Qualität und Aktualität stehen bei der Entwicklung und Fertigung an erster Stelle – ohne dass sich das in hohen Preisen niederschlägt: Wir bieten aktuelle Spitzenelektronik zu einem Preis, der so fair ist, dass wir in den (virtuellen) Regalen der Discounter ebenso Platz finden wie im Fachhandel. Und genau das ist die MEDION Mission: innovative, hochwertige und einfach zu bedienende Technik für alle verfügbar zu machen – nicht erst morgen und nicht zu hohen Preisen, sondern schon heute, und das auch noch günstig.



Designergestell: Brillen
sind Sehhilfe und modisches
Accessoire



Optiker

Genau hingeschaut

Der deutsche Optik-Markt ist hart umkämpft. Daher wird um jeden Kunden gerungen. Vor allem mit einer Eigenschaft punkten die Optiker im engen Wettbewerb. Das zeigt eine Untersuchung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Fernsehsenders n-tv.

Ohne geht es für gut die Hälfte der Deutschen über 16 Jahren nicht – sie tragen eine Sehhilfe. Gekauft wird die in der Regel beim Optiker in der Filiale. Aber wie gut sind die Optiker eigentlich? Und womit punkten sie beim Kunden? Vor allem mit einer Eigenschaft: Service. Und der umfasst eine ganze Reihe von Facetten. Da ist zum einen die fachliche Kompetenz, angemessen beraten zu können. Dazu gehören aber auch die Kommunikation, die Ansprache also, und der Umgang mit den Kunden. Auch das Umfeld spielt eine Rolle – die Sitzgruppe in der Filiale oder auch ein barrierefreier Zugang. Jede dieser Facetten hat das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv unter die Lupe genommen. Die Rangliste bietet einen Überblick über Deutschlands Optiker mit Filialnetz.

Ganz vorne liegt MATT optik mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der Testsieger ist Branchenprimus bei der Kommunikationsqualität. Die Mitarbeiter punkteten außerdem mit individueller und persönlicher Beratung. Zudem überzeugte MATT optik die Tester mit einem großen Sortiment an Brillen. Beim Zweitplatzierten Optiker Bode (Qualitätsurteil: „gut“) traten die Mitarbeiter im Beratungsgespräch am kompetentesten auf. Sie beantworteten Fragen stets korrekt, erläuterten Vor- und Nachteile der Produkte am deutlichsten und zeigten am häufigsten Produktalternativen

„Die Brille hat ihr Mauerblümchen-Image längst hinter sich gelassen.“

Markus Hamer, Geschäftsführer des DISQ

auf. Auf dem letzten Platz landete eyes + more (Qualitätsurteil: „befriedigend“). Dort gingen die Mitarbeiter in den Gesprächen nur wenig individuell auf die persönlichen Anliegen der Kunden ein und nahmen sich nicht genügend Zeit für die Beratung. Zudem fanden die Tester in den Filialen die geringste Angebotsvielfalt an Brillen und Kontaktlinsen vor.

Leistungsniveau gestiegen

Raum für Verbesserungen sahen die Tester branchenweit allerdings auch. Individuelle Eigenheiten wie Trageverhalten oder Preisvorstellungen würden nicht immer ausreichend gewürdigt. Und auch auf spezielle Zielgruppen wie Kontaktlinsenträger und Kinder wurde nicht immer ideal eingegangen, so das Urteil. Dennoch: Insgesamt überzeugt die Servicequalität der Branche. Das Leistungsniveau ist ausweislich der Studie im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Die Tester attestierten den geprüften Optikern eine „ausgeprägte Kundenorientierung“. Für Brillen- und Kontaktlinsenträger in Deutschland ist das eine gute Nachricht. <<

DAS RANKING

RANG	PUNKTE	UNTERNEHMEN
1. PLATZ	76,1	MATT OPTIK
2. PLATZ	76,0	OPTIKER BODE
3. PLATZ	75,7	ABELE OPTIK
4. PLATZ	75,6	BINDER OPTIK
5. PLATZ	74,7	PRO OPTIK
6. PLATZ	73,9	FIELMANN
7. PLATZ	72,1	KRASS OPTIK
8. PLATZ	71,8	APOLLO OPTIK
9. PLATZ	71,0	AKTIVOPTIK
10. PLATZ	66,0	EYES + MORE

GANZ OBEN HAT SICH MATT OPTIK PLATZIERT, DOCH DIE VERFOLGER WAREN DICHTAUF. UND AUCH DER BRANCHENSCHNITT IST MIT 73,3 PUNKTEN ÜBERZEUGEND.

BEWERTUNGSKRITERIEN

40 Filialen und mehr in unterschiedlichen Städten mussten die Unternehmen aufweisen, die in der Servicestudie „Augenoptiker Filialisten 2017“ untersucht wurden. Auch beim Umsatz wurde vorselektiert: 30 Millionen Euro pro Jahr mussten sie wenigstens erzielen. Zehn Filialtests pro Unternehmen sorgten für ein stimmiges Bild, vor allem für ein positives: Im Schnitt erhielt die Branche bei der Beurteilung ein „gut“, wie es für die Spanne zwischen 70 bis 79,9 Punkten vergeben wurde. Analysiert wurden die folgenden sechs Kategorien mit unterschiedlichen Gewichtungen:

Kompetenzgrad	35 %
Kommunikationsqualität	20 %
Angebot	20 %
Aktivitätsgrad	10 %
Qualität des Umfelds	10 %
Zusatzservices	5 %

Service-Studie Augenoptiker Filialisten 2017

Auf Service fokussiert

Der Brillen- und Kontaktlinsen-Spezialist MATT optik ist zum dritten Mal in Folge bester Augenoptiker-Filialist. Auch deshalb, weil er seine Kunden genau im Blick hat.



Der deutsche Brillenmarkt ist ein Markt der großen Zahlen. Pro Jahr werden rund elf Millionen Brillen verkauft. Rund 40 Prozent des Branchenumsatzes verteilen sich auf die zehn größten Filialisten. Wie schaffen es die Anbieter, Kunden zu überzeugen und zu binden? MATT optik macht es vor und wird dafür vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) ausgezeichnet.

„Viele unserer Produkte sind austauschbar. Daher macht die Service- und Beratungsleistung den Unterschied“, erklärt Michael Matt, Geschäftsführer von MATT optik. Genau die hat das DISQ im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersucht, bundesweit unter allen Optikern mit mehr als 40 Filialen. MATT optik belegt den Spitzenplatz, wie bereits in den Vorjahren. „Die Berater gingen ausführlich auf den persönlichen Bedarf der Kunden ein, boten überdurchschnittlich individuell und nahmen sich zudem ausreichend Zeit für die Beratungsgespräche“, begründet Markus Hamer, Geschäftsführer des DISQ, das Urteil.

Brillen mit Stil

„Uns bei MATT optik war es schon immer wichtig, den Menschen mit seinen Sehbedürfnissen in den Vordergrund zu stellen. Schließlich sind die Augen ein wichtiges Sinnesorgan und Sehen ist Vertrauenssache. Nur wer sich wohlfühlt, kommt auch gerne wieder“, so Firmen-

„Die Mitarbeiter von MATT optik waren sehr kommunikationsstark, boten besonders freundlich und hilfsbereit und erklärten inhaltlich verständlich.“

Markus Hamer, Geschäftsführer des DISQ

inhaber Matt. Schon Firmengründer Bernhard Matt sah 1955 die Aufgaben eines Optikers mit anderen Augen als viele seiner Kollegen: Für ihn war die Brille nicht nur Hilfsmittel, sie verlieh ihrem Träger auch Charakter. Ein Credo, das Michael Matt und seine Frau Birgit teilen, die seit 1996 das Unternehmen führen. „Im Laufe der letzten 60 Jahre hat sich die Brille sehr

gewandelt. Sie wurde zunehmend zu einem modischen Accessoire. Das ist mit ein Grund, weshalb uns unser Beruf so begeistert“, sagt Michael Matt. Großen Wert legt MATT optik außerdem auf die heimische Fertigung hochwertiger Brillen. „Nur in der eigenen Produktion kann ich jeden Prozessschritt optimal steuern“, sagt Matt.

Individuelle Beratung

MATT optik bietet eine große Bandbreite an Brillengestellen. Dem Kunden steht neben Marken wie Prada, Dolce&Gabbana, Chanel und Alain Mikli auch eine ganze Reihe junger, neuer Designer zur Verfügung wie Meyer Eyewear, Martin+Martin oder Etnia Barcelona. Dank der Stilberatung, die selbstverständlich zum Serviceangebot von MATT optik gehört, findet jeder Kunde seinen persönlichen Favoriten. Wichtig sei, so Matt, den Kunden auf Augenhöhe zu begegnen und mit ihnen gemeinsam die ideale Brille auszusuchen. „Unser Grundsatz lautet: Behandle den Kunden wie deinen besten Freund“, erklärt der Geschäftsführer.



Überhaupt legen die Mitarbeiter sehr viel Wert auf individuelle Betreuung. „Unsere Mitarbeiter sprechen mit den Kunden in den ersten Minuten nicht über Produkte oder die Brille. Zunächst ermitteln sie, für welche Einsatzzwecke die Brille gedacht ist. Erst dann folgt die Glas- und schließlich die Fassungsberatung.“ Denn ob Sportbrille oder eher eine fürs Büro, an beide hat der Kunde ganz unterschiedliche Erwartungen. Und nur im Gespräch können diese Anforderungen herausgearbeitet werden. „Wir bieten beste Qualität, eine bedarfsgerechte Beratung, immer die zum Preis erhältliche höchste Leistung sowie schnellen Service und absolute Zuverlässigkeit“, betont Matt.

Fachkundige Mitarbeiter

Zur Begeisterung der Belegschaft kommt deren ausgeprägter Sachverstand. MATT optik setzt auf umfassend geschultes Personal und bildet zudem den Beraternachwuchs selbst aus. Durch das umfangreiche MATT-Weiterbil-

dungsprogramm bleiben die Mitarbeiter stets auf dem neuesten Stand. „Durch Schulungen etwa zum Hightechprodukt Brillenglas gewährleisten wir eine optimale Beratung und die individuelle Anpassung an die Sehsituation jedes Kunden“, erklärt Matt. Dieses Engagement zahlt sich aus. So brachten die Weiterbildungen der Mitarbeiter in den vergangenen Jahren stets Innungssieger und Jahrgangsbeste hervor. „Das familiäre Betriebsklima, die Weiterbildungs- und die persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind für die MATT-Mitarbeiter wichtig. Langjährige Mitarbeiter mit größter Begeisterung und höchstem Wissensstand – so garantiert MATT seinen Kunden die beste Beratung!“

Die Kunden wissen die Leistungen des Optikers zu schätzen: „Wir verzeichnen eine hohe Kundentreue und erhalten viel positives Feedback unserer zahlreichen Stammkunden“, so Matt. Dies zeigt: Nicht nur die Tester des DISQ überzeugt das Servicekonzept von MATT optik.

DAS SERVICE-PLUS

Bei MATT optik profitieren Kunden von zahlreichen Zusatzservices. Neben einem kostenlosen Sehtest und der Möglichkeit, Kontaktlinsen kostenlos zu testen, bietet der Optiker umfangreiche Garantien: Auf MATT-Korrektionsbrillen erhalten Kunden zehn Jahre Garantie. Sehen sie das gleiche Produkt innerhalb von drei Monaten bei einem anderen Optiker günstiger, greift die MATT-Preisgarantie, und sie erhalten den Differenzbetrag erstattet. Die Verträglichkeitsgarantie ermöglicht es Brillenkäufern, innerhalb von drei Monaten ihre Gläser umzutauschen, sollten sie diese nicht vertragen.

Gegen eine geringe Gebühr können sich Brillenbesitzer zudem mit dem MATT-Sorglos-Paket PLUS absichern: Dann erhalten sie neue Gläser, falls sich ihre Sehstärke ändert. Bei Bruch, Zerstörung oder Diebstahl bekommen sie 70 Prozent des Preises erstattet. Auch für Kinderbrillen ist ein Sorglos-Paket erhältlich. Damit bekommen sie 100 Prozent Ersatz der Gläser bei einer Sehstärkeänderung und einen jährlichen Fassungsutschein.



Birgit und Michael Matt:

Die Geschäftsführer von MATT optik leben die Begeisterung für ihren Beruf



Supersauger: Er soll gut arbeiten, keinen Ärger machen und schick aussehen

Staubsaugermarken

Zuverlässig und günstig

Marken sollten ihre Versprechen einlösen. Inwiefern das für Staubsaugerhersteller zutrifft, hat nun das Deutsche Institut für Service-Qualität gefragt. Das Ergebnis: Fast alle Kunden sind zufrieden.

DAS RANKING

RANG	PUNKTE	UNTERNEHMEN
1. PLATZ	82,5	DYSON
2. PLATZ	81,7	MIELE
3. PLATZ	81,3	VORWERK

IM STUDIENZEITRAUM HABEN 1 518 KUNDEN IHR URTEIL ZU 39 STAUBSAUGERMARKE-
N ABGEGEBEN. FÜR 16 MARKEN GAB ES
80 KUNDENURTEILE ODER MEHR, DIESE
KAMEN IN DIE EINZELAUSWERTUNG.

BEWERTUNGSKRITERIEN

Voraussetzung für die Teilnahme an der Kundenbefragung „Staubsaugermarken 2017“ war, dass die Befragten ab 18 Jahren in den vergangenen zwölf Monaten einen Staubsauger benutzt haben und sich zu folgenden Bewertungskriterien äußern konnten:

Preis-Leistungs-Verhältnis	25 %
Produktqualität	25 %
Gewährleistung/Garantie	15 %
Image der Marke	10 %
Weiterempfehlung	10 %
Ärgernisse	10 %
Kundenservice	5 %

Staubsauger sollen nicht nur viel Staub verschwinden lassen, sondern auch Lärm sowie Energie sparen und gut aussehen. Das scheinen sie zu erfüllen, zumindest sind die meisten Besitzer mit ihrem Gerät zufrieden. Dies hat die Kundenbefragung „Staubsauger-Marken 2017“ ergeben, für die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) vom 18. Oktober bis 23. November 2016 insgesamt 1 518 Meinungen von Staubsaugernutzern gesammelt haben. 93 Prozent der Befragten würden ihre Marke wieder wählen. 88 Prozent erklärten, mit der Qualität ihres Staubsaugers zufrieden zu sein. Ausschlaggebend dafür waren die Handhabung, die Langlebigkeit oder auch das Design. Mit der Reinigungsleistung war rund ein Drittel sogar sehr zufrieden. Am besten schnitt die Marke Dyson ab, sie erzielte die meisten Punkte und wurde mit „sehr gut“ bewertet. Auch die Marken Miele und Vorwerk erhielten die Note „sehr gut“.

Zuverlässige Markenqualität

Markus Hamer, Geschäftsführer DISQ, sagt: „Wer einen neuen Staubsauger benötigt, will vor allem Verlässlichkeit: ein leistungsfähiges Gerät zu einem möglichst guten Preis. Die Bekanntheit von Herstellermarken spielt bei der Entscheidung häufig eine Rolle – zu Recht, wie die Befragung zeigt.“

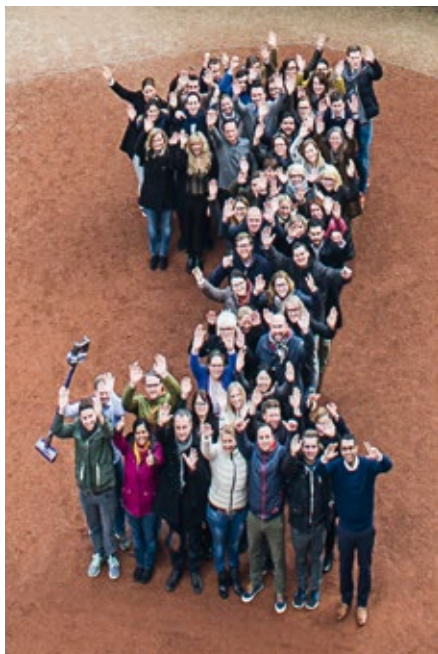
Über ihren Staubsauger geärgert hatten sich lediglich acht Prozent der Befragten, unter anderem Kunden der Marke Dirt Devil. Der Hersteller bietet genau wie der Umfragesieger Dyson auch beutellose Staubsauger an, die offenbar nicht immer halten, was sie versprechen: „Ständig verstopft irgendwo etwas und man muss alles auseinandernehmen, um das Problem zu beheben“, gab ein Kunde zu Protokoll. Dirt Devil ist die einzige Marke, die im Kundenurteil lediglich ein „befriedigend“ erzielte. Testsieger Dyson überzeugte hingegen mit seiner Saugleistung – selbst bei Tierhaaren, wie ein Kunde schwärmt: „Der Dyson saugt auch nach vielen Jahren noch sehr kräftig und hat uns mit den beiden Hunden zu Hause nie im Stich gelassen.“



Staubsauger-Experten

Die Dyson-Story

Der britische Staubsaugerhersteller Dyson erhielt zum zweiten Mal in Folge die Auszeichnung „Deutschlands beliebteste Staubsauger-Marke“. Ständige Optimierung von Qualität und Design sind das Fundament seines Erfolgs.



Fotos: PR (4)

Dyson-Mitarbeiter: Dank ihres Engagements macht Hausarbeit Freude

Das bisschen Haushalt kann so schlimm nicht sein“, sang Johanna von Koczian 1977 in der deutschen Hitparade. Der Brite James Dyson sah das offenbar anders. Er ärgerte sich so sehr über die mangelnde Saugwirkung seines Staubsaugers, dass er 1978 beschloss, ein besseres Produkt zu erfinden. Fünf Jahre tüftelte er und baute insgesamt 5127 Prototypen, bis er sein Werk vollbracht hatte: den ersten beutellosen

Staubsauger. Damit legte er den Grundstein für ein globales Technologieunternehmen. Längst beschränkt sich Dyson nicht mehr nur auf Staubsauger: Auch Haartrockner, Raumklimageräte, Händetrockner und Zimmerleuchten hat das Unternehmen im Sortiment.

Anhaltender Erfolg

Mittlerweile verkauft der britische Hersteller seine Haushaltsgeräte in 65 Ländern der Welt. Zudem hat Dyson den Staubsauger weiter revolutioniert. So ist das Haushaltsgerät zum Beispiel komplett frei von Wartungskosten, und neben beutellosen gibt es auch kabellose Staubsauger. Sie sind mittlerweile das am stärksten wachsende Segment. Auch Akku- und Matratzensauger sowie ein Saugroboter gehören zum Programm.

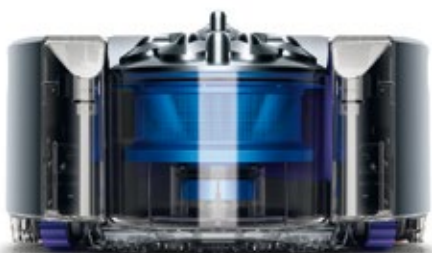
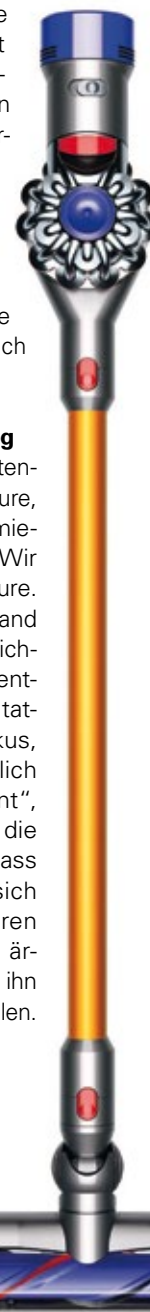
Beliebteste Staubsaugermarke

Den Kunden von Dyson gefällt das. In Deutschland legen Hausmänner und -frauen nicht nur großen Wert auf Produktqualität, sondern auch auf ansprechendes Design und guten Service. So wundert es nicht, dass Dyson zum zweiten Mal in Folge vom Deutschen Institut für Service-Qualität ausgezeichnet wurde als „beliebteste Staubsauger-Marke Deutschlands“. Dyson erzielte in der Kundenbefragung zu 16 Staub-

sauger-Marken die Note „sehr gut“ und erreichte noch vor Miele und Vorwerk die höchste Punktzahl. „Als Premiemarken stellen wir höchste Ansprüche an die Qualität unserer Produkte und an unseren Service“, erklärt Katrin Huss, Category Director Floorcare bei Dyson Deutschland. Dieses Engagement spiegelt sich auch in den Verkaufszahlen wider: Nach Wert war Dyson hierzulande 2016 im Bereich Bodenpflege Marktführer – und will dies auch 2017 erreichen.

Stetige Weiterentwicklung

Weiterer Garant für den anhaltenden Erfolg: die Dyson-Ingenieure, die kontinuierlich an der Optimierung der Geräte arbeiten. „Wir sind stolz auf unsere Ingenieure. Bei ihnen geht Innovation Hand in Hand mit Benutzerfreundlichkeit. Denn bei der Produktentwicklung von Dyson steht tatsächlich derjenige im Fokus, der das Gerät letztendlich benutzt – der Konsument“, betont Huss. So sorgen die Konstrukteure dafür, dass Dyson-Kunden sich nicht über ihren Staubsauger ärgern, sondern ihn weiterempfehlen.



Dyson-Staubsauger: Saugroboter sowie beutel- und kabellose Staubsauger erfreuen sich wachsender Beliebtheit