

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **Servicestudie: Elektromärkte**

#### **Lange Wartezeiten und Defizite bei der Beratung – EP Electronic Partner ist Testsieger**

**Hamburg, 20.10.2008 (ots)** – „Da müssen Sie sich selbst die Anleitung durchlesen“, quittierte ein Saturnmitarbeiter detaillierte Fragen zu einer Waschmaschine. Bei Euronics verwies ein Verkäufer auf den Produktkatalog, als sich der Kunde für die Ausstattung eines Notebooks interessierte. Und ein Mitarbeiter von Mega Company behauptete, dass alle Waschmaschinen gleich gut waschen würden – auch so lässt sich eine gezielte Beratung umgehen. Drei Beispiele für das Dienstleistungsverständnis in deutschen Elektromärkten, die Testkunden bei ihrem Einsatz für das Deutsche Institut für Service-Qualität erlebt haben.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte jetzt im Auftrag von n-tv im Rahmen einer umfangreichen Servicestudie die acht größten Elektromarktketten hinsichtlich ihres Angebotes, der Beratungskompetenz und der Kundenfreundlichkeit. Je zwölf Filialen der Unternehmen in unterschiedlichen Städten wurden von Testkunden besucht. Bei den insgesamt 96 Filialtests achteten sie unter anderem auf die Vielfalt der Produkte, eine übersichtliche Warenpräsentation und Preisauszeichnung, das Angebot an Zusatzservices sowie die Hilfsbereitschaft und Kompetenz des Personals.

Einer der größten Schwachpunkte: Die Mitarbeiter nehmen sich nicht genügend Zeit für den Kunden und erfragen dessen Bedürfnisse nicht genau. „Das mindert die Qualität der Beratung ganz erheblich“, kommentiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Bei fast der Hälfte der Besuche wurden unsere Tester nicht individuell beraten. In einigen Fällen wurden falsche Aussagen gemacht oder unpassende Produkte empfohlen.“ Des Weiteren bemängeln die Serviceexperten die Wartezeiten, bis überhaupt eine Beratung zustande kommt. Drei Viertel der Testkunden mussten sich länger als fünf Minuten gedulden, bis ihnen jemand zu Hilfe kam.

Besonderes Augenmerk sollten Kunden außerdem auf Zusatzservices wie Anlieferung, Anschluss und Aufbau der gekauften Produkte sowie die Entsorgung von Altgeräten legen, empfiehlt Bianca Möller. „Noch nicht einmal jedem vierten Testkunden wurden solche Extraleistungen kostenlos in Aussicht gestellt. Hier können schnell Zusatzkosten entstehen, mit denen der Kunde überhaupt nicht rechnet. Oder die neue Waschmaschine wird einfach unten vor der Haustür abgestellt, obwohl der Kunde im vierten Stock wohnt.“ Damit sich vermeintliche Schnäppchen später nicht als Kostenfalle entpuppen, sollten also Zusatzservices beim Preisvergleich auf jeden Fall berücksichtigt werden. Tendenziell waren diese im Test eher bei den kleineren Filialisten kostenlos als bei den großen Elektromärkten.

Mit einem insgesamt guten Testergebnis setzte sich EP Electronic Partner an die Spitze der Servicestudie und wurde damit „Bester Elektromarkt 2008“. Es folgten Euronics und ProMarkt mit ebenfalls guten Leistungen. Einen insgesamt nur befriedigenden Service boten die Märkte auf den weiteren Plätzen: Saturn, Expert, MediMax, Media Markt und Mega Company.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Montag 20. Oktober 2008 um 18:30 Uhr.

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

**Ansprechpartner:**

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 25

E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)

[www.disq.de](http://www.disq.de)