

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

Servicestudie: Shopping Center

Vielseitiges Angebot aber schlechte Orientierungsmöglichkeiten, Service nur befriedigend

Hamburg, 8.10.09 (ots) – Wer einkaufen möchte, hat dazu in Deutschland Gelegenheit genug. Hierzulande locken mehr als 380 Shopping Center mit einer Verkaufsfläche von über 12 Millionen Quadratmetern. Doch welches Center überzeugt durch einen ausgewogenen Branchenmix und die größte Auswahl für Jung und Alt? Wo herrscht eine angenehme Einkaufsatmosphäre, wo werden spezielle Services für Kinder oder saubere Sanitäranlagen geboten? Und in welchem Shopping Center können sich Besucher am leichtesten zurecht finden?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte jetzt 15 bedeutende Einkaufszentren in den Städten Hamburg, Berlin und München hinsichtlich der Ausstattung und des Service. Im Rahmen von 150 verdeckten Besuchen wurden die Gestaltung und Attraktivität der Center, die Orientierungsmöglichkeiten und die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter bewertet. Zudem nahmen die Tester das Angebot an Fachhandel, Dienstleistungen und Gastronomie sowie die Parkplatzsituation genau unter die Lupe.

In der Gesamtbetrachtung aller getesteten Shopping Center erreichte das Berliner Center EastGate die Spitzenposition. Die Attraktivität des Branchenmix und beste Bewertungen für Einrichtung und Ambiente, die großzügigen Gänge und Ruhezonen sowie die freundlichen Mitarbeiter überzeugten. Das Alstertal Einkaufszentrum in Hamburg lag auf Platz zwei und punktete mit der größten Auswahl an Geschäften sowie vielen Sonderservices – etwa einer Kinderbetreuung und einem Einkaufsservice für mobilitätseingeschränkte Personen. Der dritte Platz ging an das Hamburger Billstedt Center, welches über das vielseitigste gastronomische Angebot verfügte.

Zum besten Berliner Shopping Center wurde EastGate gekürt, zum besten Hamburger Shopping Center das Alstertal Einkaufszentrum und zum besten Shopping Center in München das Olympia Einkaufszentrum.

Defizite zeigten sich vor allem bei den Orientierungsmöglichkeiten. „Knapp 40 Prozent der Testbesucher waren mit der Beschilderung in den Einkaufszentren und der Auffindbarkeit der Orientierungspläne nicht zufrieden. Ein gutes Drittel bemängelte zudem deren Übersichtlichkeit“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Weiteres Optimierungspotenzial gab es bezüglich der Ruhezonen. Ein Drittel der Tester beklagte die zu geringe Anzahl an Sitzmöglichkeiten außerhalb der Gastronomie, ein weiteres Drittel bewertete die Ruhezonen als wenig einladend gestaltet. Darüber hinaus fehlten in den meisten Centern Aufbewahrungsmöglichkeiten und Schließfächer für Einkaufstüten und Jacken. Eine Kinderbetreuung wurde lediglich in zwei Centern angeboten.

Im Durchschnitt war der Service der Shopping Center nur „befriedigend“. Als Gründe führt das Institut unter anderem fehlende Informationsstände in einigen Centern an sowie die Kompetenz der Infostand-Mitarbeiter in anderen Einkaufszentren. Das Personal war zwar sehr hilfsbereit und freundlich, konnte aber auf viele Fragen – etwa zum Angebot in den Geschäften – nicht ausreichend Antwort geben. Auch die Reaktion auf Beschwerden ist verbesserungsfähig. „Kritik stieß in über 40 Prozent der Fälle auf kein echtes Interesse“, kommentiert Möller.

Insgesamt verfügten die Shopping Center über ein umfangreiches Angebot an Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungen und Gastronomie. Dabei konnten die Tester im Durchschnitt aus knapp 150 Geschäften auswählen. Zudem wurden die Atmosphäre und die Sauberkeit in den Shopping Centern von den Testern sehr positiv bewertet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de