

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Elektromärkte 2010

Lange Wartezeiten auf eine Beratung, jedes dritte Gespräch mit Schwächen – Medimax ist Testsieger

Hamburg, 18.11.2010 (ots) – Mit offensiven Werbekampagnen und Sonderaktionen kämpfen die Elektromarktketten um Marktanteile und die Gunst der Kunden. Doch welches Unternehmen überzeugt nicht nur mit günstigen Preisen, sondern auch mit fundierter Beratung und großem Produktangebot? Im Auftrag des Fernsehsenders n-tv machte das Deutsche Institut für Service-Qualität den Test.

Je 12 Filialen von acht Elektromarktketten bzw. Verbund-Händlergruppen wurden anhand von verdeckten Testbesuchen analysiert. Die Hälfte der Unternehmen bot einen guten Service, die andere Hälfte war nur befriedigend. Während die großen Ketten vor allem mit einem umfangreichen Sortiment und attraktiven Aktionsangeboten punktetten, hatten die kleineren Händler der Verbünde bei der Kompetenz und Freundlichkeit des Personals die Nase vorn. „Bei der Beratung nahmen sich die Mitarbeiter viel Zeit für den Kunden und erklärten Themen wie die HD-Fähigkeit von Fernsehgeräten oder Schonprogramme von Waschmaschinen verständlich und umfassend“, betont Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts.

Das größte Defizit der Branche waren die langen Wartezeiten auf eine Beratung – vor allem in größeren Märkten. Wenn überhaupt ein freier Mitarbeiter zu sehen war, ging dieser nur in etwa der Hälfte der Fälle aktiv auf den Kunden zu. Im Durchschnitt kam es zu Wartezeiten von rund viereinhalb Minuten, im Einzelfall mussten sich Testkunden jedoch bis zu 25 Minuten gedulden. „Bei jedem dritten Gespräch war die Beratungsqualität dann nicht zufriedenstellend“, ergänzt Serviceexpertin Möller. „Die Mitarbeiter stellten keine Produktalternativen vor, erfragten die Kundenbedürfnisse unzureichend, informierten nicht über alle relevanten Aspekte oder konnten Fragen nicht beantworten.“

Servicesieger der Studie „Bester Elektromarkt 2010“ wurde Medimax. Das Unternehmen überzeugte mit der kompetentesten Beratung im Test sowie motivierten Mitarbeitern, guten Orientierungsmöglichkeiten und einem großen Angebot. Euronics erzielte den zweiten Platz. Hier war das Personal besonders freundlich und reagierte sehr professionell auf Kundenbeschwerden. Der Drittplatzierte EP Electronic Partner punktete unter anderem durch kurze Wartezeiten und kostenlose Zusatzservices wie Lieferung und Altgeräteentsorgung.

Insgesamt flossen 96 Servicekontakte in die Analyse ein. Die Studie erfasste das Erscheinungsbild der Filialen, deren Sauberkeit, das Produktangebot und dessen Präsentation, Warte- und Öffnungszeiten, die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter sowie kostenlose Zusatzservices.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Hightech, 18.11.2010 um 18:35 Uhr, sowie in der Computer Bild, Ausgabe 25/10, die am 20.11.2010 erscheint.

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 im Auftrag von n-tv.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de