

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

Servicestudie Buchhandlungen

Vage Empfehlungen und Warten auf Beratung – Testsieger ist Hugendubel vor Zeilenreich und Mayersche Buchhandlung

Hamburg, 07.08.2012 (ots) – Ob spannender Roman für den Urlaub, schmackhafte Rezepte für die schnelle Küche oder ein Bilderbuch für das Patenkind – auf der Suche nach dem passenden Buch erhoffen sich viele Verbraucher Rat in einer fachkundigen Buchhandlung. In welchen Geschäften die Mitarbeiter besonders kompetent und freundlich sind, hat aktuell das Deutsche Institut für Service-Qualität getestet. Der Service in 130 Filialen von 13 großen Buchhandelsketten wurde dabei umfangreich untersucht – neben der Beratungsqualität flossen auch das Angebot, die Räumlichkeiten und Wartezeiten für die Kunden in die Bewertung ein.

Das Serviceniveau der Branche war insgesamt nur befriedigend. Größte Schwachstelle: Die Mitarbeiter erkundigten sich bei jeder zweiten Beratung nicht nach den genauen Vorstellungen und Interessen der Kunden. Bei der Empfehlung von Büchern wurden die Vorteile der vorgeschlagenen Exemplare in 40 Prozent der Fälle nicht genug erläutert. Auch Produktalternativen präsentierten die Verkäufer in zu geringem Maße. „Letztlich blieben viele Empfehlungen vage und wurden nicht ausreichend und glaubwürdig begründet“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Ein weiteres Manko: Bis zu der Beratung mussten die Kunden im Durchschnitt über dreieinhalb Minuten warten.

Zu den Stärken der Branche zählte das vielfältige Angebot. Die Buchhandlungen überzeugten mit einer breiten Auswahl an Romanen sowie Kinder- und Jugendbüchern. In allen Geschäften waren die Top 20 der Bestsellerlisten erhältlich. Nicht vorhandene Literatur konnte in über 90 Prozent der Filialen bestellt werden. Ein weiterer Pluspunkt: Die ansprechende Gestaltung der Buchhandlungen mit einladenden Lesecken und übersichtlicher Präsentation der Produkte. „Auch das junge Publikum war in vielen Buchhandlungen besonders willkommen, 43 Prozent der Filialen hatten die Verkaufsräume mit Spielmöglichkeiten für Kinder ausgestattet“, ergänzt Serviceexpertin Möller.

Beste Buchhandlung 2012 wurde Hugendubel. Das Unternehmen verfügte über die ansprechendsten Filialen, das beste Angebot und die kompetentesten Mitarbeiter. Zeilenreich belegte den zweiten Platz. Die Verkäufer waren sehr motiviert und nahmen sich viel Zeit für eine individuelle Beratung. Darüber hinaus punktete das Unternehmen mit besonders kurzen Wartezeiten. Den dritten Rang belegte Mayersche Buchhandlung mit einem vielfältigen Angebot, beratungsstarken Mitarbeitern und den meisten Zusatzservices von der Geschenkverpackung bis zur Kundenkarte.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte von Mai bis Juli 2012 in einer umfassenden Studie 13 Buchhandelsketten. Die Qualität von Service und Beratung wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Filialbesuchen vor Ort evaluiert. Insgesamt flossen 130 Testfälle in die Analyse ein. Berücksichtigt

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Ust.-Id.-Nr. DE249603922

wurden die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Wartezeiten und das Erscheinungsbild der Buchhandlungen.

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 / 27 88 91 48 12

Mobil: 0170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de