

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

Servicestudie Bio-Supermärkte

Beratung verbesserungswürdig – Testsieger ist Ebl Naturkost vor Naturgut und Voll Corner

Hamburg, 14.09.2012 (ots) – Artgerechte Tierhaltung, Verzicht auf Gentechnik und keine präventiven Antibiotika – es gibt gute Gründe, die für Bio sprechen. Supermärkte, die sich auf den Verkauf von ökologischen Erzeugnissen spezialisiert haben, liegen voll im Trend, auch weil Kunden sich hier gut aufgehoben fühlen. Dass die Mitarbeiter jedoch gar nicht immer so kompetent sind wie angenommen, zeigt nun die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Die Marktforscher nahmen Service und Beratung von zehn Bio-Supermarkt-Ketten unter die Lupe.

Zwar informierten die Mitarbeiter ihre Kunden meistens engagiert, oft jedoch lückenhaft und zum Teil sogar falsch. Mehr als jede vierte Auskunft, etwa zum Unterschied zwischen Glutamat und Hefeextrakt, ließ wesentliche Informationen vermissen. In acht von 100 Testbesuchen machten die Verkäufer falsche Angaben. „Selbst die Frage nach dem Unterschied zwischen Eiern aus Bio- und konventioneller Freilandhaltung überforderte einige Verkäufer“ erklärt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts.

Die Stärke der Biomärkte war das umfassende Angebot. Neben verschiedenen Marken und Sorten – etwa bei Müslis oder Säften – überzeugte die Branche mit der Qualität der Produkte. So waren Obst und Gemüse stets frisch und abgelaufene Produkte mussten nicht bemängelt werden. Auch exotische Lebensmittel sowie Theken für frische Produkte wie Backwaren, Fleisch oder Käse gehörten in vielen Geschäften zum Angebot. Darüber hinaus sorgten die Märkte mit ihren ansprechend gestalteten und saubereren Filialen für ein positives Einkaufserlebnis.

Testsieger und damit „Bester Bio-Supermarkt“ wurde Ebl Naturkost. Die bayerische Biomarkt-Kette überzeugte mit dem besten Erscheinungsbild und einem vielfältigen Sortiment. Die Mitarbeiter zeigten sich sehr freundlich und kompetent. Auf Rang zwei platzierte sich Naturgut unter anderem mit einem sehr guten Angebot. Die Filialen boten außerdem die meisten Zusatzservices wie Bistros oder Kinderspielecken an. Drittplatzierter wurde Voll Corner. Die Verkäufer hatten meistens sofort Zeit für eine Beratung. Hilfsbereit und entgegenkommend beantworteten sie alle Fragen richtig.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte in einer umfassenden Studie zehn Bio-Supermarkt-Ketten. Die Qualität von Service und Beratung wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Filialbesuchen in unterschiedlichen Städten evaluiert. Insgesamt flossen 100 Testfälle in die Analyse ein. Berücksichtigt wurden die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Wartezeiten und das Erscheinungsbild der Biomärkte.

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

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Ust.-Id.-Nr. DE249603922

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