

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Fachmärkte für Bodenbeläge/Heimtextilien

Guter Service, aber teils Mängel bei der Fachberatung – Testsieger ist TTM vor Hammer und Knutzen Wohnen

Hamburg, 01.07.2013 – Teppichböden, Laminat, Parkett & Co. – vor der Wahl des Bodenbelags steht der Verbraucher in der Regel nur alle paar Jahre. Deshalb spielen vor der Kaufentscheidung neben dem Preis insbesondere auch die Beratung, das Angebot und Zusatzservices eine wichtige Rolle – Aspekte, mit denen der Fachhandel gegenüber der geballten Konkurrenz der Baumärkte und teils auch Einrichtungshäuser punkten kann? Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte in einer Studie im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv, welche Servicequalität Fachmarktketten tatsächlich bieten.

Die Branche zeigte insgesamt einen guten Service und überzeugte durch ein vielfältiges Angebot und freundliches Personal. Verbesserungspotenzial offenbarte sich hingegen bei der Beratungskompetenz und den Wartezeiten.

Ein Fachmarkt schnitt in puncto Service mit „sehr gut“ ab, acht Anbieter sicherten sich das Qualitätsurteil „gut“ und nur ein Unternehmen kam nicht über ein „ausreichend“ hinaus. Eine der Stärken der Branche war dabei die Kommunikation mit dem Kunden: In 85 Prozent der Gespräche verhielten sich die Mitarbeiter freundlich und hilfsbereit. Der Umgang mit Beschwerden verlief aber weniger gut. In rund jedem vierten Beschwerdefall reagierten die Verkäufer nicht angemessen und professionell. Besonders positiv fiel im Test das Angebot an kundenorientierten Zusatzservices auf: So boten zum Beispiel jeweils 95 Prozent aller getesteten Fachmärkte sowohl einen Aufmaß-Service vor Ort wie auch die Verlegung des gewünschten Bodenbelags. Einen Lieferservice offerierten sogar 97 Prozent der Geschäfte.

Auch bei der Beratungskompetenz, einem wichtigen Baustein der Serviceanalyse, schnitten die Fachmärkte im Durchschnitt gut ab. Allerdings es gab auch Anlass zur Kritik: In fast jeder dritten Beratung erhielten Kunden nur unvollständige Auskünfte, in einigen Fällen auch falsche Informationen. „Mitarbeiter behaupteten, dass man Laminatboden mit einem Dampfreiniger säubern könne oder dass sich bei einer Fußbodenheizung jeder Teppichboden gut eigne. Diese Fälle werfen einen kleinen Schatten auf die insgesamt gute Kompetenz der Fachhandelsmitarbeiter“, bemerkt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Ebenso verbesserungswürdig: Die Mitarbeiter gingen häufig nicht aktiv auf die Kunden zu. Bei 41 Prozent der Testbesuche mussten die Kunden selbst um Hilfe bitten, und die Wartezeiten bis zur Beratung betragen im Durchschnitt fast vier Minuten.

Testsieger und damit „Bester Fachmarkt für Bodenbeläge und Heimtextilien 2013“ wurde TTM Tapeten-Teppichboden-Markt. Das Unternehmen verfügte mit einer breiten und vielfältigen Produktpalette über das beste Angebot. Die Mitarbeiter nahmen sich viel Zeit für die Kundenberatung, erläuterten die Vor- und Nachteile der Produkte und stellten verschiedene Alternativen vor. Weiterer Pluspunkt: das im Testfeld beste Erscheinungsbild der Filialen. Freundliche und kompetente Beratung sicherten dem Anbieter Hammer Rang zwei. Auch hier war das Angebot in den Filialen sehr vielfältig und umfasste eine große Auswahl an Teppich- und Laminatböden sowie Tapeten und

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Sonnenschutzprodukten. Den dritten Platz errang Knutzen Wohnen. Positiv fielen hier die hohe Fachkompetenz der Angestellten sowie die umfangreichen Zusatzservices ins Gewicht.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt zehn Fachmarktketten für Bodenbeläge und Heimtextilien. Basis der Studie waren jeweils zehn verdeckte Testbesuche in unterschiedlichen Filialen eines jeden Anbieters. So flossen insgesamt 100 Servicekontakte in die Auswertung ein. Untersucht wurden Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, Angebotsumfang und -vielfalt, Gestaltung und Sauberkeit der Filialen, Wartezeiten bis zur Beratung sowie das Angebot an Zusatzservices.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 2. Juli 2013, um 18:35 Uhr.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundebefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de