

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Sportgeschäfte 2013

Mit gutem Service gegen die Online-Konkurrenz – Testsieger ist Decathlon vor Intersport Sportpoint und Sportscheck

Hamburg, 08.08.2013 – Nordic Walker und Jogger bevölkern die Parks, Fitnessstudios schossen in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden und der Anteil der in Deutschland in einem Sportverein organisierten Personen lag 2012 bei immerhin rund 30 Prozent. Der Bedarf an Sportartikeln und -bekleidung und auch an Beratung ist entsprechend hoch. So setzte der deutsche Sportfachhandel im letzten Jahr weit über sieben Milliarden Euro um. Doch wie kompetent und kundenorientiert ist das Verkaufspersonal? Wie ist es um das Angebot bestellt? Und wie geht man dort mit Beschwerden und Umtauschwünschen um? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt acht Sportgeschäfte mit Filialnetz im Rahmen einer Servicestudie getestet.

Die Analyse zeigte auf, dass die Branche der Sportgeschäfte beim Service gut aufgestellt ist: Alle getesteten Unternehmen erzielten das Qualitätsurteil „gut“. Damit konnte der Fachhandel das positive Ergebnis aus dem Vorjahr nochmals leicht verbessern (2012: 74,0 Punkte, aktuell: 74,6 Punkte).

Im wichtigen Bereich der Beratungskompetenz erreichten drei Anbieter ein sehr gutes Ergebnis, vier ein gutes, und lediglich ein Fachgeschäft musste sich mit dem Urteil „befriedigend“ begnügen. „Der Sportfachhandel scheint die Chance erkannt zu haben, sich mit einem guten Kundenservice gegenüber der Konkurrenz im Internet zu behaupten“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Die Sportgeschäfte punkteten auch durch die insgesamt hohe Kundenorientierung ihrer Mitarbeiter, die sich in 90 Prozent aller Fälle freundlich und in rund 86 Prozent auch sehr hilfsbereit zeigten. Als gut erwies sich auch das Angebot. Allerdings ließ in fast jedem vierten Geschäft die Auswahl für Kinder und Jugendliche zu wünschen übrig. Als echte Stärke stellte sich die Kulanz bei der Warenrückgabe heraus: In rund vier von fünf Fällen nahmen die Geschäfte die Ware gegen Geldauszahlung zurück – in der Regel innerhalb von 14 Tagen. Bei originalverpackter Ware klappten Rückgabe oder Umtausch fast ausnahmslos sogar ohne Kassenbon.

Erstplatziertes der Servicestudie und damit „Bestes Sportgeschäft 2013“ wurde der Anbieter Decathlon. Die Filialmitarbeiter überzeugten durch Beratungskompetenz, Freundlichkeit sowie Hilfsbereitschaft und gingen kundenorientiert mit Beschwerden um. Zudem erzielte der Testsieger in den Bereichen Angebot und Kulanz beim Umtausch im Anbietervergleich das beste Ergebnis. Rang zwei ging an Intersport Sportpoint. In der Kategorie Beratungskompetenz war der Anbieter führend (Qualitätsurteil „sehr gut“). Auch in puncto Filialgestaltung schnitt Intersport Sportpoint am besten ab. Sportscheck nahm den dritten Rang ein. Das Sportgeschäft punktete durch ein sehr gutes Angebot und die besten Zusatzservices wie einer Laufbandanalyse in nahezu allen getesteten Filialen. Auch das Angebot und die Kulanz beim Umtausch trugen zum guten Ergebnis bei.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 08.08.2013, 18:35 Uhr.

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

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete im Rahmen einer bundesweiten Studie acht große Sportgeschäfte. Jeweils 16 verdeckte Besuche in unterschiedlichen Filialen eines jeden Anbieters bildeten die Basis der Servicestudie. Insgesamt flossen somit 128 Kundenkontakte in die Analyse ein. Die Tests erfolgten in insgesamt 58 Städten. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz, die Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Wartezeiten bis zur Beratung sowie die Kulanz beim Umtausch gekaufter Ware.

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

Ansprechpartner:
Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.disq.de

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 Kundenbefragungen 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.