

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Buchhandlungen im Test

#### **Gutes Angebot, aber Beratungsmängel – Hugendubel ist Testsieger vor Mayersche Buchhandlung und Osiander**

**Hamburg, 10.10.2013** – Bücherwürmer und Leseratten – diese Spezies findet man nicht in zoologischen Gärten, sondern in allen Bevölkerungsschichten. Lesen ist – allen Unkenrufen zum Trotz – eines der beliebtesten Hobbies. So gibt es in Deutschland 3.800 Buchhandlungen, die sich allerdings einer zunehmenden Konkurrenz aus dem Internet erwehren müssen. Wie können die Filialen vor Ort punkten? Nehmen sich die Mitarbeiter Zeit und beraten kompetent? Wie groß und vielfältig ist das Angebot? Und lädt die Filialgestaltung zum Einkauf ein? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt 13 Buchhandelsketten getestet hat.

Die Buchhandlungen zeigten einen insgesamt befriedigenden Service. Die Bandbreite der Ergebnisse war relativ groß: Immerhin sieben Filialanbieter sicherten sich das Qualitätsurteil „gut“, jeweils drei schnitten mit „befriedigend“ beziehungsweise „ausreichend“ ab. Positiv fielen das gute Produktangebot und die ansprechende Filialgestaltung auf. Die größten Defizite stellten die Beratungskompetenz der Mitarbeiter und die langen Wartezeiten dar.

Viele Kunden, die eine Buchhandlung aufsuchen, wünschen eine individuelle Beratung. Doch obwohl einzelne Buchhandelsketten gute Ergebnisse erzielten, zählte ausgerechnet die Kompetenz zu den Schwächen der Branche. Defizite zeigten die Mitarbeiter beispielsweise bei der Empfehlung von Büchern: In knapp 40 Prozent der Fälle fiel die Buchberatung zu oberflächlich aus, Empfehlungen wurden nicht gut begründet und Pluspunkte der Bücher nicht genannt. Auch gingen die Verkäufer zu selten auf Kundenwünsche ein. Gezielt erfragt wurden diese nur in etwa der Hälfte der Gespräche. Daher ließen die Angestellten häufig Vorlieben der Kunden außer Acht – zum Beispiel hinsichtlich eines bestimmten Autors oder Themengebietes. Die Preisvorstellungen der Kunden berücksichtigten sogar nur rund 14 Prozent der Mitarbeiter.

Oft überzeugen konnten die Angestellten dagegen durch ihre hohe Motivation und ausgeprägte Freundlichkeit. Auch für das Angebot und das Einkaufsumfeld erhielten die Buchhandlungen im Schnitt gute Bewertungen. „Zum Stöbern und Verweilen eignen sich die meisten der getesteten Filialen. Da aber die Beratungsleistung teilweise zu wünschen übrig lässt, vergeben viele Buchhändler einen großen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz aus dem Internet“, resümiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Testsieger der Servicestudie wurde Hugendubel. Die Buchhandelskette verfügte nicht nur über das beste Angebot und das beste Umfeld – auch die Kompetenz der Mitarbeiter war im Anbietervergleich am stärksten ausgeprägt. Die Angestellten nahmen sich für die Kunden viel Zeit, um deren Wünsche gezielt zu erfragen und um sie individuell zu beraten. Das Buchsortiment zeichnete sich durch die hohe Vielfalt aus; auch waren zusätzliche Angebote wie Hörbücher, CDs und DVDs sowie E-Book-Reader in allen getesteten Filialen vorhanden. Auf dem zweiten Platz positionierte sich Mayersche Buchhandlung. Auch hier fiel das große Angebot positiv auf. Die Mitarbeiter waren zudem sehr motiviert und stellten den Kunden Buchempfehlungen

#### 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

umfassend dar. Die Beratungskompetenz war die zweitbeste im Test. Das sehr ansprechende Einkaufsumfeld rundete den insgesamt guten Service ab. Auf dem dritten Rang platzierte sich Osiander. Bei keinem Konkurrenten waren die Mitarbeiter insgesamt freundlicher. Weitere Pluspunkte gab es für die Zusatzservices – so waren beispielsweise in fast allen Filialen Kinderspielecken eingerichtet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte 13 Buchhandelsketten – Sortimentsanbieter sowie Bahnhofsbuchhandlungen –, die über mindestens zehn Filialen verfügten. Basis der Servicestudie bildeten jeweils zehn verdeckte Besuche in unterschiedlichen Geschäften eines jeden Anbieters. Die Tests erfolgten im gesamten Bundesgebiet. In die Auswertung flossen insgesamt 130 Servicekontakte ein. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz, das Angebot und die Zusatzservices, die Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Wartezeiten und die Gestaltung der Filialen.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 10.10.2013, um 18:35 Uhr.*

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

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.