

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Tankstellenshops 2014

#### **Insgesamt guter Service trotz einiger Beratungsmängel – Testsieger ist Aral vor OMV und Shell**

**Hamburg, 31.01.2014** – Ein schneller Kaffee auf dem Weg zur Arbeit, ein Mittagsnack oder aber der Notfalleinkauf nach Ladenschluss des Supermarkts – das Shopgeschäft der Tankstellen findet regen Zuspruch und gewinnt auch für die Unternehmen kontinuierlich an Bedeutung. Aber wie umfangreich ist das Sortiment tatsächlich? Und in welchen Shops punkten die Angestellten mit guter Beratung? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv die Shop-Filialen von elf Tankstellenketten getestet hat.

Insgesamt fiel die Servicequalität der Branche gut aus. Neben zehn Unternehmen mit dem Qualitätsurteil „gut“ erreichte ein Anbieter sogar ein sehr gutes Leistungsniveau. Der Aktivitätsgrad stellte sich erwartungsgemäß als die größte Stärke der Tankstellenshops heraus – vor allem aufgrund der langen Öffnungszeiten von durchschnittlich knapp 20 Stunden am Tag.

Ein deutlicher Verbesserungsbedarf zeigte sich aber bei der Beratungskompetenz. So gaben die Shop-Mitarbeiter in fast zwei Drittel der 132 getesteten Filialen keine vollständigen Auskünfte. Fragen der Kunden – etwa nach der Nutzung von Winterdiesel und zum Handy-Verbot an Tankstellen – wurden nicht nur in einem Einzelfall schlichtweg falsch beantwortet. „Auch wenn die Tragweite der Falschaussagen nicht extrem groß war – es ist schon bedenklich, wenn die Angestellten nicht einmal über Kernprodukte wie die einzelnen Kraftstoffe fachgerecht informieren können“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Das Angebot der Tankstellenshops wurde insgesamt als gut eingestuft, offenbarte jedoch auch Optimierungspotenzial. Zum Beispiel umfasste das Sortiment in nahezu jedem Shop kalte und warme Getränke sowie Autozubehör. Warme Snacks, Blumen und vor allem Obst suchten die Kunden dagegen häufig vergeblich. „Die Qualität der Speisen und Getränke im Bistro war im Durchschnitt zwar ebenfalls gut“, ergänzt Marktforschungsexpertin Möller, „in einigen Filialen gab es allerdings Mängel in puncto Frische, etwa ange-trockneten Belag bei Brötchen oder pappiges Gebäck.“

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, 31.01.2014, 18:35 Uhr.

Als Testsieger ging Aral aus der Studie „Tankstellenshops 2014“ hervor. Ausschlaggebend war insbesondere das im Test beste Angebot. Die Filialen waren zudem über alle Bereiche hinweg sauber sowie ansprechend und barrierefrei gestaltet. Auch erzielten die Aral-Mitarbeiter bei der Beratungskompetenz ein gutes Ergebnis. Auf dem zweiten Rang positionierte sich OMV. Das Unternehmen erreichte in sämtlichen Untersuchungsbereichen gute oder sogar sehr gute Resultate und punktete vor allem hinsichtlich Angebot, Mitarbeiterkompetenz und Gestaltung der Räumlichkeiten – etwa mit einer übersichtlichen Warenpräsentation. Shell belegte den dritten Rang.

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer  
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

Hier profilierten sich die Mitarbeiter mit der im Test höchsten Kompetenz und Kommunikationsqualität. Vor allem auf Beschwerden und Reklamationen reagierten die Shell-Angestellten äußerst hilfsbereit und professionell. Auch nahmen sie sich viel Zeit für die Kunden und beantworteten Fragen vollständig und individuell.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte elf Tankstellenshops. Basis der Analyse waren jeweils zwölf verdeckte Testbesuche pro Unternehmen in 37 verschiedenen Städten Deutschlands. Insgesamt umfasste die Analyse 132 Vor-Ort-Tests. Im Fokus der Studie standen die Kompetenz und Freundlichkeit der Angestellten, das zur Verfügung stehende Angebot, die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen sowie die Öffnungs- und Wartezeiten.

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](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://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.