

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Fahrradhäuser 2014

Fachgeschäfte überzeugen mit guter Kundenorientierung – Fahrrad XXL ist Testsieger vor Mega Bike und B.O.C.

Hamburg, 11.04.2014 – Ob als flotte Alternative im Stadtverkehr, zum Freizeitvergnügen oder als Sportgerät – Fahrräder stehen hoch im Kurs. Über 71 Millionen Drahtesel bewegen sich laut Branchenverband der Zweirad-Industrie hierzulande auf Straßen und Radwegen. Dabei ist guter Rat gefragt, wenn es um eine Neuanschaffung oder auch Reparatur geht. Doch wird der Kunde im Fahrradfachhandel kompetent und freundlich beraten? Wo finden Interessierte ein großes Angebot und ansprechend gestaltete Filialen vor? Dies und mehr klärt das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht Fahrradhaus-Filialketten getestet hat.

Gute Nachricht für den Verbraucher: Die Servicequalität fiel positiv aus – alle getesteten Fahrradhäuser erzielten das Qualitätsurteil „gut“. Im wichtigen Bereich der Beratungskompetenz zeigte die Branche insgesamt sogar eine sehr gute Leistung. In über 84 Prozent der Filialbesuche beantworteten Mitarbeiter die Fragen vollständig; zu Falschinformationen kam es in keinem einzigen Fall. In großer Mehrzahl traten die Angestellten zudem motiviert auf und nahmen sich ausreichend Zeit für die Kunden. „Zu den wenigen Kritikpunkten zählte, dass in einem Viertel der Beratungen zu wenige Produktalternativen vorgestellt wurden“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, die trotz des erfreulichen Ergebnisses noch Verbesserungspotenzial sieht.

Ein deutliches Defizit deckte der Test nämlich auf: die relativ langen Wartezeiten. Im Durchschnitt mussten sich die Kunden annähernd vier Minuten bis zum Beginn einer Beratung gedulden. Die Wartezeit an der Kasse war mit im Schnitt fast 38 Sekunden ebenfalls noch verbesserungswürdig.

Mit ihrem Angebot punkteten die Fahrradhäuser hingegen. Ein umfangreiches Sortiment gab es sehr oft nicht nur bei Fahrradtypen – von Stadträdern über Mountain- und E-Bikes bis hin zu Rennrädern –, auch die Vielfalt an Fahrradteilen wie Sättel, Lenker oder Pedalen war in etwa 90 Prozent der getesteten Filialen sehr groß. Lobende Worte findet Marktforschungsexpertin Möller zudem für das Verhalten des Personals: „In rund 94 Prozent der Fälle zeigten sich die Mitarbeiter dem Kunden gegenüber freundlich, und zwar bereits angefangen bei der Begrüßung. Dies ist leider nicht in allen Branchen eine Selbstverständlichkeit.“

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, 11.04.2014, 18:35 Uhr.

Fahrrad XXL ging als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Das Unternehmen überzeugte vor allem mit dem im Vergleich umfangreichsten Angebot und auch der größten Vielfalt an Zubehör und Bekleidung. Weiterer Pluspunkt: Die Angestellten beantworteten alle Kundenfragen korrekt und stellten bei der Beratung die Vor- und auch Nachteile der Produkte dar. Die sauberen, ansprechend und barrierefrei gestalteten Räumlichkeiten rundeten den guten Gesamteindruck ab. Auf dem zweiten Platz positionierte sich Mega Bike. Als Stärke stellte sich die Kompetenz der Mitarbeiter heraus, die sich ebenso wie beim Testsieger insgesamt als sehr gut erwies. Die Angestellten berieten inhaltlich verständlich und gezielt hinsichtlich der Kundenbedürfnisse, zeigten

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

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

Produktalternativen auf und beantworteten alle Fragen vollständig und korrekt. Das Unternehmen B.O.C. belegte den dritten Rang. Das Angebot war das zweitbeste im Test, wozu die umfangreiche Produktpalette und die Aktionsangebote entscheidend beitrugen. Auch nahmen sich die Mitarbeiter Zeit für die Kunden und reagierten professionell auf Beschwerden.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte acht Fahrradhaus-Filialketten. Auswahlkriterium war unter anderem eine Mindestanzahl von fünf Filialen in Deutschland mit einheitlichem Markenauftritt. Die Basis der Untersuchung bildeten jeweils zwölf verdeckte Testbesuche in unterschiedlichen Fahrradhäusern jeder Kette. Insgesamt umfasste die Analyse 96 Kundenkontakte zu den Unternehmen. Im Fokus der Studie standen insbesondere 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
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.