

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Gartencenter 2014

#### **Kundenberatung teils ohne „grünen Daumen“ – Dehner auf Platz eins vor den Anbietern Grün erleben und Bellandris**

**Hamburg, 03.06.2014** – Garten, Terrasse oder auch der Balkon sind für viele Menschen im Sommer kleine Freizeitoasen. Nicht erstaunlich also, dass Gartencenter derzeit einen wahren Kundenansturm erleben. Von Blumen und Sträuchern über Gartengeräte bis hin zu Outdoor-Möbeln – hier gibt es scheinbar alles, was das Herz des Natur- und Pflanzenfreundes höher schlagen lässt. Aber welche Gartencenter überzeugen mit kompetenten, motivierten und freundlichen Mitarbeitern? Wo stimmen das Angebot und auch das Einkaufsumfeld? Diesen und weiteren Fragen ging das Deutsche Institut für Service-Qualität nach, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zwölf Gartencenter-Ketten getestet hat.

Die Servicequalität der untersuchten Gartencenter war insgesamt befriedigend. Gegenüber der Vorstudie aus dem Jahr 2012 konnte sich die Branche damit nur leicht verbessern (aktuell: 69,7 Punkte; 2012: 68,1 Punkte). Allerdings erzielten immerhin sieben Anbieter das Qualitätsurteil „gut“, vier waren befriedigend. Ein Unternehmen kam über ein ausreichendes Ergebnis nicht hinaus.

Ein Aspekt stellte sich in den Gartencentern vor allem als Kritikpunkt heraus: die langen Wartezeiten. Es vergingen im Schnitt mehr als fünf Minuten bis die Kunden beraten wurden. Doch auch in puncto Beratungskompetenz ließen die Mitarbeiter Verbesserungspotenzial erkennen. So gab jeder dritte Verkäufer auf Kundenfragen keine vollständigen Auskünfte. Zu einer Falschaussage kam es allerdings nur in einem einzigen der Beratungsgespräche. Es fiel in den Filialtests zudem auf, dass die Mitarbeiter meist ein hohes Maß an Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft an den Tag legten. „Obwohl die Branche insgesamt bei der Kompetenz Schwächen zeigte, dürfen aber nicht alle Unternehmen in Sippenhaft genommen werden. Es zeigte sich erfreulicherweise, dass fünf der zwölf Gartencenter-Ketten bei der Beratung eine sehr gute Leistung zeigten“, ergänzt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Hinsichtlich des Angebotsumfangs gaben sich die getesteten Gartencenter kaum eine Blöße: Die Branche erzielte hier insgesamt ein gutes Testergebnis. Neben einer vielfältigen Auswahl an Pflanzen und Gartengeräten gab es in gut 80 Prozent der Filialen auch klar beworbene Aktionsangebote. Zum guten Service zählte dabei ebenso, dass die Artikel zumeist eindeutig mit Preisen ausgezeichnet waren.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 03.06.2014, 18:35 Uhr.*

Dehner ging mit dem Qualitätsurteil „gut“ als Testsieger aus der Servicestudie „Gartencenter 2014“ hervor. Die Mitarbeiter überzeugten durch individuelle und kompetente Beratungen. Für das Kundengespräch nahmen sie sich zudem genügend Zeit und beantworteten Fragen stets korrekt und vergleichsweise vollständig. Darüber hinaus überzeugte Dehner mit dem umfangreichsten Angebot. Auf dem zweiten Rang folgte das Unternehmen Grün erleben. Der Anbieter setzte sich bei der Bewertung des Filialumfelds an die Spitze – die Gartencenter waren ansprechend gestaltet und boten eine sehr ange-

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

nehme Atmosphäre mit guten Orientierungsmöglichkeiten. Bei der Beratungskompetenz erzielten die Mitarbeiter das zweitbeste Ergebnis im Test. Auch deren Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft trug zur guten Platzierung bei. Bellandris belegte mit einem ebenfalls guten Gesamtergebnis den dritten Rang. Auch dieser Anbieter überzeugte durch ein sehr ansprechendes Filialumfeld mit übersichtlicher Warenpräsentation. Im Bereich der Beratungskompetenz punktete das Personal, indem es motiviert und glaubwürdig die Vor- und Nachteile der präsentierten Produkte erläuterte; auch trat es überdurchschnittlich freundlich auf.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte zwölf der bundesweit größten Gartencenter-Ketten und -Kooperationen. Auswahlkriterium war unter anderem eine Mindestanzahl von fünf Filialen in Deutschland. Die Qualität des Services wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Filialbesuchen vor Ort erhoben. Insgesamt flossen somit 120 Bewertungen in die Analyse ein. Im Fokus der Studie standen insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit des Personals, das zur Verfügung stehende Angebot, die Wartezeiten sowie die Gestaltung und Sauberkeit der Filialen.

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.