

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Badaussteller 2014

#### **Freundliche Berater, Wartezeiten ein Manko – Andreas Paulsen-Gruppe ist Testsieger vor Peter Jensen und GC-Gruppe**

**Hamburg, 21.11.2014** – Der Trendbegriff Wellness macht vor den heimischen vier Wänden nicht halt. Vor allem das Badezimmer steht beim Wunsch nach einer häuslichen Wohlfühloase oft im Zentrum. Ob Renovierung oder Neueinzug – die Ausstattung des Bades genießt eine entsprechend hohe Aufmerksamkeit. Erste Anlaufstelle für Interessenten sind hier vor allem die großen Badausstellungen des Fachhandels. Aber bei welchem Badaussteller überzeugen die Mitarbeiter durch Kompetenz, Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit? Und wie ist es um die Wartezeiten und das Angebot bestellt? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das den Service von zwölf Badausstellern mit mehreren Filialen getestet hat.

Die Servicequalität der Branche war im Durchschnitt befriedigend. Ein Anbieter erzielte das Qualitätsurteil „sehr gut“, fünf Unternehmen erreichten ein gutes und fünf weitere ein befriedigendes Resultat. Lediglich ein Badaussteller kam über ein ausreichendes Ergebnis nicht hinaus.

Bei der Beratungskompetenz, dem wichtigsten Untersuchungsbereich der Servicestudie, zeigten die Anbieter eine im Schnitt nur befriedigende Leistung. Einerseits gaben die Berater in fast drei Viertel der Fälle souverän Auskunft und beantworteten die Kundenfragen vollständig. Andererseits deckte der Test auch Schwachpunkte auf. So gingen die Mitarbeiter häufig nicht individuell genug auf die Kunden ein, und in fast jedem zweiten Gespräch wurden die Kundenbedürfnisse zu oberflächlich behandelt.

Kritikwürdig waren auch die Wartezeiten. Bis zur Begrüßung musste der Kunde im Durchschnitt über eineinhalb Minuten warten, bis zum Beginn der Beratung waren es im Mittel sogar über drei Minuten. „Trotz langer Wartezeiten fiel allerdings positiv auf, dass die Mitarbeiter in fast 80 Prozent der Filialen aktiv auf die Kunden zugingen“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Auch das Verhalten der Berater überzeugte. In rund 86 Prozent der Gespräche traten diese freundlich auf und zeigten sich zudem in überwiegendem Maße hilfsbereit. Bei Beschwerden waren die Mitarbeiter meist kundenorientiert und nahmen die vorgebrachten Ärgernisse der Kunden ernst.

Die Andreas Paulsen-Gruppe ging als Testsieger aus der Servicestudie „Badaussteller 2014“ hervor. Ausschlaggebend für das Ergebnis (Qualitätsurteil: „sehr gut“) war insbesondere die Kompetenz wie auch die Freundlichkeit der Mitarbeiter. Die Angestellten berieten individuell und erfragten am genauesten die Kundenbedürfnisse. Auch das vergleichsweise vielfältigste Angebot sowie die im Test kürzesten Wartezeiten bis zur Beratung trugen zum erfolgreichen Abschneiden bei. Auf dem zweiten Rang folgte das Unternehmen Peter Jensen mit einem guten Gesamtergebnis. Auch hier war die ausgeprägte Fachkenntnis der Berater mitentscheidend für die Platzierung. Die attraktiv gestalteten Verkaufsräume, gute Zusatzservices und das im Test zweitbeste Angebot rundeten das Bild ab. Auf Rang drei platzierte sich die GC-Gruppe. Als eine Stärke kristallisierten sich die kurzen Wartezeiten und die freundlichen Mitarbeiter heraus, die sich auch im Beschwerdefall

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

kundenorientiert verhielten. Zudem traten sie kompetent und motiviert auf und nahmen sich ausreichend Zeit für eine Beratung.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte zwölf bedeutende Bad-austeller, die über acht oder mehr Filialen verfügten. Die Qualität des Services wurde im Rahmen von je zehn verdeckten Filialbesuchen in 80 verschiedenen deutschen Städten erhoben. Insgesamt flossen 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

**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.