

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Bäckerei-Ketten 2015

Gute Qualität, saubere Filialen – Biobackwaren-Angebot nicht überall ausreichend – Testsieger ist Junge Die Bäckerei

Hamburg, 20.02.2015 – Frisch und geschmacklich gut – die Backwaren von 13 großen Bäckerei-Ketten konnten im Test des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) mehrheitlich überzeugen. Defizite zeigten sich dagegen teils bei der Angebotsvielfalt und bei der Kompetenz der Mitarbeiter.

Erfreuliches Ergebnis: Optik und Frische von Brötchen, Brot und Gebäck punktet in rund 90 Prozent der Fälle, und auch der Geschmack stieß auf ein positives Echo. Zudem konnte das Angebot an Standardprodukten insgesamt überzeugen. Anders sah dies bei speziellen Backwaren aus: So erwies sich beispielsweise das Sortiment an Biobackwaren in rund 47 Prozent der Bäckereien als zu gering. Auch Zusatzprodukte wie warme Snacks oder Salate wurden oftmals nur sehr eingeschränkt angeboten.

Das Verkaufspersonal bewies im Schnitt eine gute Beratungskompetenz, aber auch Defizite deckten die Testbesuche auf: In fast jeder dritten Filiale konnten die Mitarbeiter die Fragen ihrer Kunden nicht vollständig beantworten. Zu einer Falschaussage kam es nur in einem Fall, aber dies kann bei Lebensmitteln weitreichende Folgen haben. So deklarierte ein Mitarbeiter Dinkelbrötchen als glutenfrei und empfahl diese sogar für Glutenallergiker.

Überzeugen konnte insbesondere das Filialumfeld: Die Kunden stießen auf zumeist ansprechend gestaltete Räumlichkeiten, in denen großer Wert auf Sauberkeit gelegt wurde. „Gerade beim Verkauf von Frischwaren ist Hygiene das A und O. Hier war die Branche bezüglich der Verkaufsräume gut aufgestellt“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Auch das Verhalten der Mitarbeiter passte in dieses Bild: Bei rund 84 Prozent der Bestellungen benutzte das Verkaufspersonal eine Zange oder Handschuhe, um die Waren anzufassen.

Weiterer Pluspunkt: Der Umgang mit Reklamationen erwies sich oft als serviceorientiert. Meist wurde das Kundenanliegen ernst genommen und eine Lösung des Problems angeboten. Marktforschungsexpertin Bianca Möller zieht ein insgesamt positives Fazit: „Die Servicequalität fiel im Schnitt gut aus. Damit konnte die Branche das Ergebnis der Vorstudie aus dem Jahr 2013 bestätigen.“

Junge Die Bäckerei ging als Testsieger aus der Servicestudie „Bäckerei-Ketten 2015“ hervor. Das Unternehmen (Qualitätsurteil: „sehr gut“) überzeugte mit einem vielfältigen Angebot an schmackhaften und frischen Backwaren und einem sehr ansprechenden Umfeld. So waren die Räumlichkeiten und die Verkaufstresen sehr sauber, und die Filialen luden durch eine angenehme Raumatmosphäre und ausreichende Sitzgelegenheiten zum Verweilen ein. Auch die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter trugen zum Testsieg bei. Auf dem zweiten Rang platzierte sich Malzers Backstube, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Die engagierten Angestellten zeigten in puncto Kompetenz eine sehr gute Leistung und reagierten auch auf Reklamationen sehr kundenfreundlich. Darüber hinaus verfügte das Unternehmen über das zweitbeste Angebot. Schäfer's folgte auf Rang drei. Die Mitarbeiter bestachen durch ihre ausgeprägte Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft.

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

Die Bäckerei-Kette punktete zudem mit einem vielfältigen Warensortiment und einer sehr ansprechenden Filialgestaltung.

Im Rahmen der Servicestudie analysierte das Deutsche Institut für Service-Qualität 13 große Bäckerei-Ketten mit Bedienung über den Verkaufstresen. Basis der Servicestudie bildeten jeweils zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in unterschiedlichen Filialen eines jeden Anbieters. Untersucht wurden dabei unter anderem das Angebot, die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Gestaltung der Räumlichkeiten sowie die Warte- und Öffnungszeiten. Insgesamt flossen 130 Servicekontakte in die Auswertung ein.

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

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 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.