

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Augenoptiker 2015

Mit Service vor Ort gegen die Online-Konkurrenz – gutes Angebot, freundliche Mitarbeiter – sechs Filialisten „gut“

Hamburg, 13.05.2015 – Die Augenoptiker sorgten buchstäblich für guten Durchblick, doch bei den Kundenberatungen gab es neben viel Licht auch Schatten. Dies zeigt die aktuelle Servicestudie von zehn Augenoptiker-Filialisten, die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat.

Rund 24 Millionen Menschen nutzen hierzulande eine Sehhilfe. Der Augenoptiker vor Ort muss sich jedoch zunehmender Konkurrenz aus dem Internet erwehren. Brillen und Kontaktlinsen per Mausclick bestellen oder lieber die persönliche Beratung in einer Filiale in Anspruch nehmen? Der Kunde hat die Wahl. Dass die Augenoptiker die Kundenorientierung ernst nehmen, belegt der umfangreiche DISQ-Test: Die Branche verbesserte sich im Vergleich zur Vorstudie und bot eine insgesamt gute Servicequalität (2013: „befriedigend“). Aktuell schnitten gleich sechs Filialunternehmen mit „gut“, die weiteren vier mit „befriedigend“ ab.

Positiv in puncto Kompetenz: Die motiviert auftretenden Mitarbeiter gaben sich bei Fragen der Kunden keine Blöße und erteilten fast ausnahmslos korrekte Auskünfte. Relativ oberflächlich fiel dagegen die Analyse des Kundenbedarfs aus. So wurden beispielsweise die Preisvorstellungen nur in etwa jedem fünften Beratungsgespräch erfragt, und viele Beratungen (rund 44 Prozent) waren nicht individuell genug. „Die Tests zeigten das Verbesserungspotenzial deutlich auf. Zu kritisieren ist auch die Tatsache, dass sich die Mitarbeiter in fast jeder vierten Beratung nicht genügend Zeit für den Kunden nahmen“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Ein gutes Ergebnis erzielten die Augenoptiker im Bereich Angebot – sowohl was die Modell- und Markenvielfalt, als auch die Abdeckung verschiedener Preissegmente anging. Vergleichsweise eingeschränkt war dagegen oft das Angebot im Bereich Kinderbrillen und Kontaktlinsen. „Es gibt Services, mit denen sich die Optiker von der Konkurrenz im Internet abgrenzen, etwa kostenlose Sehtests. Dieses Angebot gab es in weit über 80 Prozent der getesteten Filialen“, ergänzt Markforschungsexperte Markus Hamer.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 13.05.2015, um 18:35 Uhr.

Als Testsieger ging Optik Matt mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Servicestudie hervor. Ausschlaggebend waren insbesondere die Berater, die mit Kompetenz und Freundlichkeit überzeugten. Sie erläuterten umfassend Vor- und Nachteile der Sehhilfen, berieten individuell und die Bedarfsanalyse verlief insgesamt am ausführlichsten. Zudem verfügten die Filialen über ein gutes Brillenangebot und boten eine sehr übersichtliche Warenpräsentation sowie eine barrierefreie Gestaltung. Den zweiten Rang belegte Optiker Bode (Qualitätsurteil: „gut“). Die Mitarbeiter bewiesen die im Anbietervergleich höchste Fachkundigkeit. Die Fragen der Kunden wurden ausnahmslos korrekt und zumeist auch vollständig beantwortet. Zudem nahmen sich die Berater ausreichend Zeit für die Kunden, stellten auch Produktalternativen vor und berieten inhaltlich verständlich. Das ausgesprochen freundliche Personal zeichnete sich zudem durch einen professionellen Umgang mit Beschwerden aus.

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

Auf Rang drei platzierte sich Abele Optik, ebenfalls mit dem Gesamturteil „gut“. Bei diesem Optiker überzeugte vor allem die Kommunikationsstärke der Angestellten, die den Kunden sehr freundlich und hilfsbereit begegneten. Außerdem berieten sie inhaltlich verständlich, traten souverän auf und beantworteten Kundenfragen fehlerfrei. Auch die im Schnitt relativ kurzen Wartezeiten bis zum Beratungsbeginn fielen positiv auf. Darüber hinaus sicherten sich mit Pro Optik, Fielmann und Binder Optik drei weitere Unternehmen das Qualitätsurteil „gut“.

Im Rahmen der Studie untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität zehn große Augenoptiker. Basis der Servicestudie bildeten jeweils zwölf verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Filialen eines jeden Unternehmens. Untersucht wurden dabei unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Angebot, die Wartezeiten, die Gestaltung der Räumlichkeiten sowie Zusatzservices wie das Fotografieren des Kunden als Hilfestellung bei der Brillenauswahl. Insgesamt flossen 120 Servicekontakte in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@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.