

## PRESSEMITTEILUNG

### **Kundenbefragung: Möbelhäuser 2016**

#### **Gute Noten für Einrichtungshäuser – Nur jeder zehnte Kunde mit schlechten Erfahrungen – Höffner auf Platz eins**

**Hamburg, 27.09.2016** – Die großen Möbelhaus-Ketten können sich über zufriedene Kunden freuen; kein Unternehmen sorgt für einen negativen Ausreißer. Das gute Ergebnis führt aber nicht automatisch zu klingelnden Kassen – ein Möbelkauf ist nämlich nicht immer Zweck des Besuchs. Das zeigt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 27.09.2016, 18:35 Uhr*).

#### **Deutliche Kaufzurückhaltung**

Bei Besuchern der Möbelhäuser steht bei weitem nicht immer auch ein Möbelkauf an. Nicht wenige der befragten Verbraucher verfahren eher nach dem Motto „Nur gucken, nicht kaufen“. So bekundet ein hoher Anteil, ein Drittel der Kunden, im Möbelhaus in erster Linie nur zu stöbern oder sich Anregungen für die eigenen vier Wände zu holen.

#### **Breite Zustimmung in vielen Bereichen**

Als große Stärke der Unternehmen stellt sich der Kundenservice heraus. Gut 83 Prozent der Befragten zeigt sich hiermit eher oder sehr zufrieden. Auch mit dem Produktangebot können die Möbelhäuser punkten und gute bis sehr gute Resultate erzielen. Das Produktsortiment als Teilaspekt stößt dabei auf sehr hohe Zustimmung: gut 96 Prozent positive Bewertungen. „Auch hinsichtlich Lieferung und Montage ist die Kundenzufriedenheit bemerkenswert hoch“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Über drei Viertel der Kunden, die schon mal einen Liefer- oder Montageservice genutzt haben, zeigen sich damit zufrieden.“

#### **Beratung nicht tadellos**

In puncto Beratungskompetenz überzeugen die Möbelhäuser weniger als in den anderen Bereichen. Insgesamt rund 28 Prozent der Befragten bewerten die Beratung nicht positiv. Allerdings fallen hier recht deutliche Unterschiede auf: Die Unternehmen schneiden zwischen „gut“ und „befriedigend“ ab; Ikea belegt dabei den vierzehnten und letzten Platz. Zudem berichtet fast jeder zehnte Befragungsteilnehmer, sich über sein bevorzugtes Möbelhaus auch schon einmal geärgert zu haben. Für Frust sorgen in rund 19 Prozent dieser Fälle – und damit am häufigsten – lange Wartezeiten auf eine Beratung oder an der Kasse.

#### **In der Kundengunst vorn**

Als Sieger und damit beliebtestes Möbelhaus geht Höffner mit dem Gesamturteil „gut“ aus der Befragung hervor. Insbesondere vom Produktangebot zeigen sich die Kunden überzeugt: 95 Prozent der Bewertungen fallen positiv aus; der Anteil sehr zufriedener Kunden liegt bei sehr hohen 48 Prozent. Darüber hinaus erzielt Höffner das im Anbietervergleich beste Ergebnis in den Bereichen Kundenservice sowie Beratungskompetenz. Auch für Preis-Leistungs-Verhältnis, Lieferung/Montage und Filialgestaltung bekommt das Unternehmen gute Zufriedenheitswerte. Den zweiten Rang nimmt Segmüller (Qualitätsurteil: „gut“) ein. Das Unternehmen schneidet im Bereich Lieferung und Montage am vergleichsweise besten ab. Der Kundenservice punktet mit einem Anteil von 89 Prozent an positiven Bewertungen. Auch die Zufrieden-

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:  
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

heiten mit Produktangebot, Filialgestaltung, Preis-Leistungs-Verhältnis und Beratungskompetenz bewegen sich im guten Bereich. Ausgeprägt ist außerdem die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden. Dänisches Bettenlager (Qualitätsurteil: „gut“) belegt als bester Möbel-Discounter den dritten Rang im Gesamtergebnis. Die Kundenbewertungen zum Preis-Leistungs-Verhältnis fallen hier besser aus als bei allen Mitbewerbern: 88 Prozent der Befragten geben an, eher oder sogar sehr zufrieden zu sein. Gute Ergebnisse erzielt der Anbieter zudem bei der Beratungskompetenz und dem Produktangebot. Der Anteil an Befragten mit Ärgernissen liegt bei vergleichsweise geringen sechs Prozent.

In die Online-Befragung flossen insgesamt 1.900 Bewertungen von Verbrauchern ein, die in den letzten 24 Monaten Kunde einer Möbelhaus-Kette waren. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen zu den Aspekten Preis-Leistungs-Verhältnis, Beratungskompetenz, Kundenservice, Produktangebot, Lieferung und Montage sowie Filialgestaltung. Zudem flossen Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft in die Gesamtbewertung ein. Berücksichtigt wurden alle Möbelhäuser, zu denen sich jeweils mindestens 100 Kunden geäußert hatten. Dies traf auf 14 Unternehmen zu.

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

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de  
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@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.