

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Augenoptiker 2017

Gute Kundenorientierung in den Filialen – Angebot nicht immer zufriedenstellend – Testsieger ist Optik Matt

Hamburg, 12.01.2017 – Geht es um Brillen und Kontaktlinsen, führt der Weg häufig zum Optiker vor Ort. Viele Kunden wollen auf das Anprobieren und die persönliche Beratung nicht verzichten. Zu Recht, denn der Service der Branche überzeugt – auch wenn das Angebot leichte Defizite aufweist. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service von zehn Augenoptiker-Filialisten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 12.01.2017, 18:35 Uhr*).

Gutes Servicelevel

Die Augenoptiker bieten insgesamt eine gute Servicequalität und verbessern sich damit im Vergleich zur Vorstudie (2017: 73,3 Punkte; 2015: 71,3 Punkte). Die größte Stärke sind die Filialmitarbeiter, die mit Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft überzeugen und inhaltlich leicht verständlich beraten. Auch in puncto Kompetenz erzielen die Unternehmen insgesamt ein gutes Ergebnis. Die motivierten Mitarbeiter erteilen fast ausnahmslos korrekte und oft auch vollständige Auskünfte. Zudem nehmen sie sich zumeist ausreichend Zeit für die Beratung. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, sieht aber auch Verbesserungspotenzial: „Die Individualität der Beratung lässt noch zu oft zu wünschen übrig. Beispielsweise werden in längst nicht jedem Gespräch die Preisvorstellungen der Kunden erfragt.“

Angebotslücken

Das Sortiment an Brillen in den Filialen überzeugt mit einem breiten Standardangebot. Buchstäblich Lücken zeigen sich jedoch beim Angebot für speziellere Zielgruppen wie Kontaktlinsenträger und Kinder. So fallen 40 Prozent der untersuchten Filialen mit einem zu geringen Angebot an Kinderbrillen negativ auf. „Das Angebot zählt in Summe zwar nicht zu den Stärken der Branche, erreicht im Schnitt aber noch ein gutes Ergebnis“, so Marktforschungsexperte Markus Hamer.

Einladende Filialen, aber oft lange Wartezeiten

Kundenfreundliche Öffnungszeiten von im Schnitt fast zehn Stunden täglich (montags bis samstags) sind nur eine Seite der Medaille. Die Kehrseite: In den Filialen müssen sich die Kunden relativ lang gedulden – bis zum Beratungsbeginn verstreichen im Schnitt über vier Minuten. Die Geschäfte selbst sind einladend: Saubere, ansprechend gestaltete Verkaufsräume, angenehme Raumatmosphäre und übersichtliche Präsentation der Waren sind die Regel.

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht Optik Matt mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Servicestudie hervor. Neben einer guten Beratungskompetenz überzeugen die Mitarbeiter mit ihrem ausgesprochen freundlichen und hilfsbereiten Auftreten. Sie gehen ausführlich auf den persönlichen Bedarf der Kunden ein, beraten individuell und nehmen sich ausreichend Zeit für die Gespräche. Optik Matt bietet zudem ein insgesamt großes Brillensortiment.

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

Die Filialen selbst punkten mit ansprechender Gestaltung und Übersichtlichkeit. Den zweiten Rang nimmt Optiker Bode ein, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil "gut". Das Unternehmen ist in puncto Beratungskompetenz führend. Die Mitarbeiter beantworten im Test alle Fragen korrekt und erläutern die Vor- und Nachteile der Produkte. Professionell ist auch das Verhalten bei Kundenbeschwerden: In vier von fünf Fällen entschuldigen sich die Angestellten und nehmen das Kundenanliegen ernst. Positiv ins Gewicht fallen zudem die große Angebotsbreite an Brillen sowie die Zusatzservices, beispielsweise die stets kostenlose Brillenreinigung. Rang drei belegt Abele Optik mit einem guten Ergebnis. Positiv fallen die sehr kurzen Wartezeiten bis zur Beratung und die Kommunikationsstärke der freundlichen und hilfsbereiten Mitarbeiter auf. Die erteilten Auskünfte sind korrekt und häufig vollständig. In der Beratung gehen die Angestellten vergleichsweise individuell auf den Kunden ein. Zudem bietet Abele Optik in allen untersuchten Filialen Brillenversicherungen wie auch kostenlose Sehtests an.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte zehn nach Standortzahl und Umsatz bedeutende Augenoptiker-Filialisten. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in den Filialen eines jeden Unternehmens. Untersucht wurden dabei unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Wartezeiten, die Qualität des Umfelds, das Angebot sowie Zusatzservices, wie eine generell kostenlose Feinjustierung oder Reinigung der Brille. Insgesamt flossen 100 Servicekontakte mit den Augenoptikern in die Auswertung ein.

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.