

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Weinhändler 2017

Kompetente und individuelle Beratungen – Hohes Servicelevel im Weinfachhandel – Testsieger ist Vino

Hamburg, 07.06.2017 – Der Weinfachhändler ist nicht nur für passionierte Weinliebhaber eine gute Anlaufstelle. Auch Kunden ohne Fachwissen werden kompetent und persönlich beraten. Schwachpunkte bleiben im Test jedoch nicht verborgen. Dies zeigt die Servicestudie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv sieben Weinhändler-Ketten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 07.06.2017, 18:35 Uhr*).

Vier Unternehmen ragen heraus

Die Branche beweist eine gute Kundenorientierung und bestätigt damit das Serviceergebnis aus der Vorstudie (aktuell: 79,8 Punkte; 2015: 79,6 Punkte). Vier Unternehmen sichern sich das Qualitätsurteil „sehr gut“, die weiteren drei untersuchten Weinhändler-Ketten erzielen ein gutes Gesamtergebnis. Ausschlaggebend sind nicht zuletzt die überzeugenden Beratungsleistungen: Meist analysieren die Mitarbeiter in den Filialen gezielt die Wünsche der Kunden und gehen individuell darauf ein. Zudem sorgt ein freundliches und hilfsbereites Auftreten häufig für eine angenehme Gesprächsatmosphäre.

Große Angebotsvielfalt

Weiß-, Rot-, Roséweine und Sekt: In rund 89 Prozent der Filialen ist das Angebot umfangreich – auch, was das Sortiment an Weinen unterschiedlicher Rebsorten angeht. Zubehör wie Gläser und Karaffen, gute Preisauszeichnungen und sichtbare Aktionsangebote zählen ebenfalls zum Standard in den meisten Filialen. Nur die Auswahl an Bioweinen fällt ab: Hier ist das Angebot in mehr als der Hälfte der Geschäfte nicht vielfältig genug.

Schwächen im Detail

Zu einem positiven Einkaufserlebnis kann auch das Filialumfeld beitragen. In puncto Sauberkeit und Raumatmosphäre überzeugen die Weinhändler fast ausnahmslos. Doch auch Defizite bleiben nicht verborgen: Konkrete Fachfragen der Kunden werden in rund 29 Prozent der Gespräche nur unvollständig beantwortet. Auch die Öffnungszeiten von im Schnitt gut 7,5 Stunden (Sechs-Tage-Woche) sind vergleichsweise knapp bemessen.

Ein insgesamt positives Fazit zieht Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Die Weinfachhändler punkten mit persönlicher Beratung, einem vielfältigen Sortiment und ansprechenden Filialen. Durch den guten Service können sich die Fachgeschäfte gegenüber der Konkurrenz der Supermärkte und Online-Shops profilieren.“

Die besten Weinhändler

Vino geht mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Das Unternehmen überzeugt mit dem besten Angebot: Die Vielfalt an verschiedenen Rot-, Weiß-, Roséweinen und Sekt sowie Weine aus unterschiedlichen Regionen ist überaus umfangreich. Bei der Beratung zeigen sich die Mitarbeiter kompetent, freundlich und hilfsbereit.

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

Sie nehmen sich viel Zeit für die Gespräche, gehen individuell auf Kundenwünsche ein und vermitteln ihr Wissen gut verständlich. Auch das Umfeld überzeugt, beispielsweise mit guten Parkmöglichkeiten an den Filialen und übersichtlicher Präsentation des Weinsortiments.

Auf dem zweiten Rang platziert sich Wein-Musketier, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Ausschlaggebend ist die sehr gute Beratung: In puncto Kompetenz und Kommunikationsqualität schneiden die Mitarbeiter am besten ab. Sie erfragen am detailliertesten den Kundenbedarf und stellen Vor- und Nachteile der Weinempfehlungen sehr gut heraus. Auch geben die überaus freundlichen und hilfsbereiten Angestellten ausnahmslos korrekte Antworten und mit Beschwerden wird kundenorientiert umgegangen.

Rang drei nimmt Barrique mit einem sehr guten Gesamtergebnis ein. Eine Stärke des Weinhändlers ist die große Angebotsvielfalt; auch aktuelle Angebote sind präsent und in ausreichender Menge verfügbar. Die Mitarbeiter treten im Beratungsgespräch sehr motiviert auf und beantworten Kundenfragen stets korrekt. Auch nehmen sie sich ausreichend Zeit für die Kunden. Positiv fallen zudem die übersichtliche Warenpräsentation und die Sauberkeit in den Filialen auf. Als weiteres Unternehmen mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ platziert sich Mövenpick Weinkeller auf Rang vier.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete sieben große Weinhändler-Ketten mit Vor-Ort-Beratung, die an mindestens zehn Standorten im Bundesgebiet präsent waren. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in den Filialen einer jeden Kette. Untersucht wurden unter anderem Beratungskompetenz, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Angestellten, Angebot, Gestaltung der Räumlichkeiten, Wartezeiten und Öffnungszeiten sowie Zusatzservices, etwa Weinverkostungen vor Ort oder Lieferservice. Insgesamt flossen 70 Servicekontakte mit den Unternehmen 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.