

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Coffee-Shops 2018

Motivierte und kompetente Mitarbeiter – Filialumfeld teils mit Schwachpunkten – Testsieger ist Balzac Coffee

Hamburg, 26.01.2018 – Ob für den schnellen Kaffee auf dem Weg zur Arbeit oder als gemütlicher Treffpunkt bei Heißgetränk und Snack – Coffee-Shops erfreuen sich großer Beliebtheit. Das kann auch am Service liegen, der in vielen Fällen überzeugt. Schwachpunkte bleiben im Test jedoch nicht verborgen. Dies zeigt die Servicestudie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches zehn Coffee-Shop-Ketten getestet hat.

Personal als Garant für guten Service

Die Coffee-Shops beweisen insgesamt eine gute Kundenorientierung: Acht Unternehmen sichern sich das Qualitätsurteil „gut“, zwei weitere sind „befriedigend“. Als eine Stärke der Shops stellt sich das Personal heraus, das oft mit Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Motivation punktet. Bestellungen – auch von Sonderwünschen – werden in 90 Prozent der Fälle korrekt ausgeführt. Der Umgang mit Snacks erfolgt zumeist hygienisch einwandfrei mithilfe einer Zange oder mit Handschuhen – zumeist heißt allerdings nicht immer: Im Test kommt es bei gut jedem zehnten Besuch hierbei zu Fehlern. Ein Pluspunkt wiederum: Mit Reklamationen geht das Personal der Coffee-Shops kundenorientiert und professionell um.

Filialumfeld mit Licht und Schatten

Der Wohlfühlfaktor kommt in den Coffee-Shops teilweise etwas kurz: Punkten können beispielsweise die oft angenehme Raumatmosphäre sowie die sauberen Räumlichkeiten und Tresenbereiche. Nicht selten mindern aber die Kundentoiletten den positiven Gesamteindruck: In mehr als einem Drittel der Fälle gibt es im sanitären Bereich Mängel in puncto Sauberkeit. Zudem gibt in mehr als jeder vierten untersuchten Filiale kein ausreichendes Angebot an Sitzmöglichkeiten.

Große Vielfalt an Kaffeespezialitäten

Coffee-Shops liegen im Trend, was sich allerdings teils auch in den Wartezeiten niederschlägt: Bis zur Aufgabe der Bestellung müssen sich Kunden im Schnitt gut zwei Minuten gedulden – im Einzelfall sogar bis zu 13 Minuten. Dagegen ist die Beratung häufig gut: Im Test beantworten die Mitarbeiter sämtliche Fragen, etwa zu Kaffeespezialitäten und Röstverfahren der Bohnen, fachlich korrekt. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, ergänzt: „Die Produktvielfalt insbesondere bei Kaffeevarianten ist bestechend, bei Snacks fällt das Angebot aber weniger üppig aus. Trotz Verbesserungspotenzial in Teilbereichen sind die Coffee-Shops in puncto Service insgesamt erfreulich gut ausgestellt.“

Die besten Coffee-Shops

Balzac Coffee geht mit dem Qualitätsurteil „gut“ als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Die motivierten Mitarbeiter begrüßen die Kunden ansprechend und treten freundlich und hilfsbereit auf. Auf Beschwerden reagiert das Verkaufspersonal stets mit einer Entschuldigung. Ein weiterer

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:

Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Pluspunkt sind die kurzen Wartezeiten bis zur Bestellung und bis zur Ausgabe der Getränke und Speisen. Das große Angebot an Zusatzservices, wie kostenloses WLAN oder eine Bonuskarte, runden das positive Bild ab.

Den zweiten Rang belegt Campus Suite (Qualitätsurteil: „gut“). Überzeugend ist das Angebot, das bei Getränken und Speisen ausgesprochen vielfältig ausfällt. Zudem beweist das freundliche und hilfsbereite Personal Kompetenz: Bestellungen werden korrekt ausgeführt und es wird individuell auf die Kundenfragen eingegangen. Das Filialumfeld ist einladend und sauber.

Dritter wird Starbucks, ebenfalls mit einem guten Gesamtergebnis. Das Unternehmen punktet mit einem vielfältigen Angebot, insbesondere an Kaffeespezialitäten und Kaltgetränken. Fragen beantworten die hilfsbereiten Mitarbeiter leicht nachvollziehbar. Auch bei Reklamationen und Beschwerden verhalten sie sich kundenorientiert.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zehn Coffee-Shop-Ketten, die bundesweit an jeweils mehr als 20 Standorten präsent sind. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in den Filialen einer jeden Kette. Untersucht wurden unter anderem Angebot, Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten, Beratungskompetenz, Freundlichkeit der Angestellten, Warte- und Öffnungszeiten sowie Zusatzservices, etwa kostenloses WLAN vor Ort. Insgesamt flossen 100 Servicekontakte mit den Unternehmen in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

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.