

## PRESSEMITTEILUNG

### **Servicestudie: Getränkemärkte 2018**

#### **Üppiges Angebot, kurze Wartezeiten – Zusatzservices mit Schwächen – Testsieger ist Logo**

**Hamburg, 28.03.2018** – In Getränkemarkt-Branchen erwartet den Kunden ein insgesamt gutes Service, der nicht nur mit dem oft sehr umfangreichen Angebot zu tun hat. Alle Wünsche werden aber nur selten erfüllt – Stichwort: Lieferservice. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service von zwölf Getränkemarkt-Ketten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 28.03.2018, 18:35 Uhr*).

#### **Gute Kundenorientierung**

Die Getränkemärkte bieten ein insgesamt gutes Serviceniveau. Gegenüber der Vorstudie 2016 haben sich die Unternehmen verbessern können; das Qualitätsurteil „sehr gut“ erzielen aber nur zwei der zwölf getesteten Anbieter. Eine große Stärke ist die Angebotsvielfalt: Beinahe alle Filialisten punkten mit einem sehr umfangreichen Sortiment an Getränkesorten und -marken. Auch das Drumherum stimmt: Gute Parkmöglichkeiten, kundenfreundliche Öffnungszeiten, saubere Verkaufsräume und eine übersichtliche Warenpräsentation sorgen vielfach für ein stressfreies Einkaufsumfeld.

#### **Beratungen ausbaufähig**

Die Wartezeit, bis ein Mitarbeiter für eine Beratung zur Verfügung steht, ist mit durchschnittlich 73 Sekunden erfreulich kurz; an der Kasse geht es noch schneller: im Schnitt 25 Sekunden. Das Personal selbst tritt meist freundlich auf und nimmt sich genügend Zeit für die Kundengespräche, in puncto Kompetenz zeigen sich aber Defizite. Längst nicht jeder Fachmarkt-Mitarbeiter verfügt über gute Produktkenntnisse; so kommt es im Test zu einigen Falschaussagen und oft zu unvollständigen Auskünften.

#### **Lieferservice Mangelware**

Überraschend: Einen Lieferservice gibt es relativ selten. Nur in 30 Prozent der getesteten Märkte wird eine Anlieferung überhaupt angeboten, zumeist ist dieser Service aber auch dort an einen Mindestwarenwert gebunden. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Der Konkurrenz der Supermärkte müssen die Getränkemarkt-Branchen einen rundum guten Service entgegenhalten. Die Option der Lieferung sollte gerade bei großen Einkäufen deshalb vorhanden sein. Andere Extras wie Getränkekauf auf Kommission und ein Verleih von Partyzubehör zählen erfreulicherweise jetzt schon oft zum Angebot.“

#### **Die besten Getränkemärkte**

Logo geht mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ als Testsieger aus der Servicestudie hervor. Die motivierten Mitarbeiter zeigen die beste Beratungsleistung: Sie treten freundlich auf, beantworten Fragen kompetent und gehen individuell auf die Kunden ein. Die Märkte selbst sind ansprechend gestaltet. Die große Angebotsvielfalt und in ausreichender Menge verfügbare Aktionsangebote ergänzen das positive Bild.

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

Auf dem zweiten Rang folgt Getränke Hoffmann (Qualitätsurteil: „sehr gut“). Das Angebot überzeugt mit einer sehr großen Produktpalette und die Märkte verfügen über sehr gut befüllte Regale bzw. Standflächen und saubere Verkaufsräume. Die Wartezeiten bis zur Beratung sowie an der Kasse fallen sehr kurz aus. Das sehr freundliche Personal berät zudem souverän.

Trinkgut belegt mit dem Qualitätsurteil „gut“ Rang drei und überzeugt mit dem vergleichsweise umfangreichsten Produktsortiment mit großer Markenvielfalt. Kundenfreundliche Zusatzservices wie einen Getränkekauf auf Kommission und der Verleih von Partyzubehör werden in allen untersuchten Märkten angeboten.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete zwölf Getränkemarkt-Ketten mit bundesweit jeweils mindestens 100 Filialen. Die Messung der Servicequalität erfolgte über je zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Märkten eines jeden Unternehmens. Untersucht wurden unter anderem das Angebot, die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter, die Warte- und Öffnungszeiten, die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten sowie Zusatzservices wie die Option der Getränkelieferung oder ein Partyzubehör-Verleih. Insgesamt flossen 120 Servicekontakte mit den Getränkemarkten 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.