

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Augenoptiker 2019

Überzeugender Service in den Filialen – Angebot zum Teil lückenhaft – Testsieger ist Binder Optik

Hamburg, 31.01.2019 – Der klassische Augenoptiker oder doch lieber der smarte Brillen-Shop im Internet? Wer auf die persönliche Beratung nicht verzichten möchte, wählt den Weg zu einem Fachgeschäft vor Ort – und wird oft mit gutem Service belohnt. Aber sowohl bei der Beratung als auch beim Angebot gibt es Schwachstellen. 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, 31.01.2019, 18:35 Uhr*).

Gute Beratung dank fachkundiger Mitarbeiter

Beim Augenoptiker erwartet Kunden eine insgesamt gute Servicequalität. Zwei Unternehmen erzielen das Qualitätsurteil „sehr gut“, sieben schneiden mit „gut“ ab, ein Anbieter ist „befriedigend“. Positiv im Vergleich zur Vorstudie 2017: Die Branche verbessert sich sowohl bei der Individualität der Beratungen wie auch hinsichtlich der anfallenden Wartezeiten in den Filialen.

Für das gute Ergebnis sorgt insbesondere das Fachpersonal, das eine hohe Beratungskompetenz beweist und mit ausgeprägter Freundlichkeit punktet. Die Mitarbeiter beraten gut nachvollziehbar und fachlich korrekt. Insbesondere bei Fragen zu Brillengläsern und Sonnenbrillen stellen die Angestellten ihr profundes Wissen unter Beweis. Auch beim Thema Kontaktlinsen kommt es zu keiner Falschaussage, aber die Auskünfte fallen hier teils oberflächlicher aus. Auch beim Angebot zeigte sich, dass einige Augenoptiker den Bereich Kontaktlinsen im Vergleich zu Brillen eher stiefmütterlich behandeln.

Kundenbedarf nicht immer im Fokus

Von einer perfekten Beratung sind die Augenoptiker auch aus einem anderen Grund noch ein Stück weit entfernt: Nicht immer ermitteln die Mitarbeiter gezielt den Kundenbedarf. Vor allem die persönlichen Preisvorstellungen der Kunden werden häufig nicht erfragt. In diesem Bereich zeigen sich zwischen den Anbietern vergleichsweise große Leistungsunterschiede.

In puncto Filialumfeld erzielen die Unternehmen dagegen durchgängig gute bis sehr gute Ergebnisse: Die Räumlichkeiten sind attraktiv gestaltet und sauber, die Brillenmodelle werden übersichtlich präsentiert und es stehen genügend Spiegel für die Anprobe bereit. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Das Standardsortiment umfasst in der Vielzahl der untersuchten Filialen eine große Modellauswahl, auch in Hinblick auf Marken- und Designerbrillen. Positiv fällt auch auf, dass kostenlose Sehtests fast überall zum Service zählen.“

Die besten Augenoptiker

Als Testsieger geht Binder Optik mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ aus der Servicestudie hervor. Das Unternehmen positioniert sich in allen untersuchten Bereichen auf Rang eins und punktet insbesondere mit der sehr hohen Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter. Diese beraten

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, Marianne Voigt,

Prof. Peter Wippermann

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

strukturiert und beantworten Kundenfragen fachlich stets korrekt und souverän. Auf die Vorteile der empfohlenen Brillen und Kontaktlinsen gehen sie umfassend ein und sorgen für ein positives Beratungserlebnis. Zudem kommt es im Test in keinem einzigen Fall zu Wartezeiten für den Kunden.

Auf Platz zwei positioniert sich Aktivoptik, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Das Verkaufspersonal ermittelt gezielt den Kundenbedarf und erteilt individuelle und bedarfsgerechte Auskünfte. Auf Beschwerden reagieren die Mitarbeiter professionell. Zudem überzeugt das Angebot mit einem breiten Sortiment an Brillen sowie einer vielfältigen Auswahl an Kontaktlinsen und Zubehör.

Rang drei belegt Optik Matt mit einem guten Gesamtergebnis. Für die Kundengespräche nehmen sich die kompetenten Mitarbeiter viel Zeit, beraten souverän und treten freundlich sowie motiviert auf. Die Filialräumlichkeiten sind attraktiv gestaltet und bieten eine übersichtliche Warenpräsentation.

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

Veröffentlichung 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.