DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

DOKUMENTATION – Zusammenfassung
Servicestudie: Möbelhäuser 2020

„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 13. Mai 2020

UNTERNEHMEN
KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Das Marktforschungsinstitut

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucher-orientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungs-methodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a.D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
1.	**Zahlen und Fakten zur Studie**	**5**
2.	**Fazit**	**7**
3.	**Gesamtergebnis**	**8**
4.	**Die besten Unternehmen**	**12**
5.	**Stärken und Schwächen der Branche**	**15**
	Beratungskompetenz	16
	Lösungsqualität	18
	Kommunikationsqualität	19
	Qualität des Umfelds	20
	Wartezeiten und Erreichbarkeit	21
	Zusatzservices	22
	Beratungserlebnis	23
	Angebot	24
6.	**Methodik**	**25**
Anhang		**34**

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

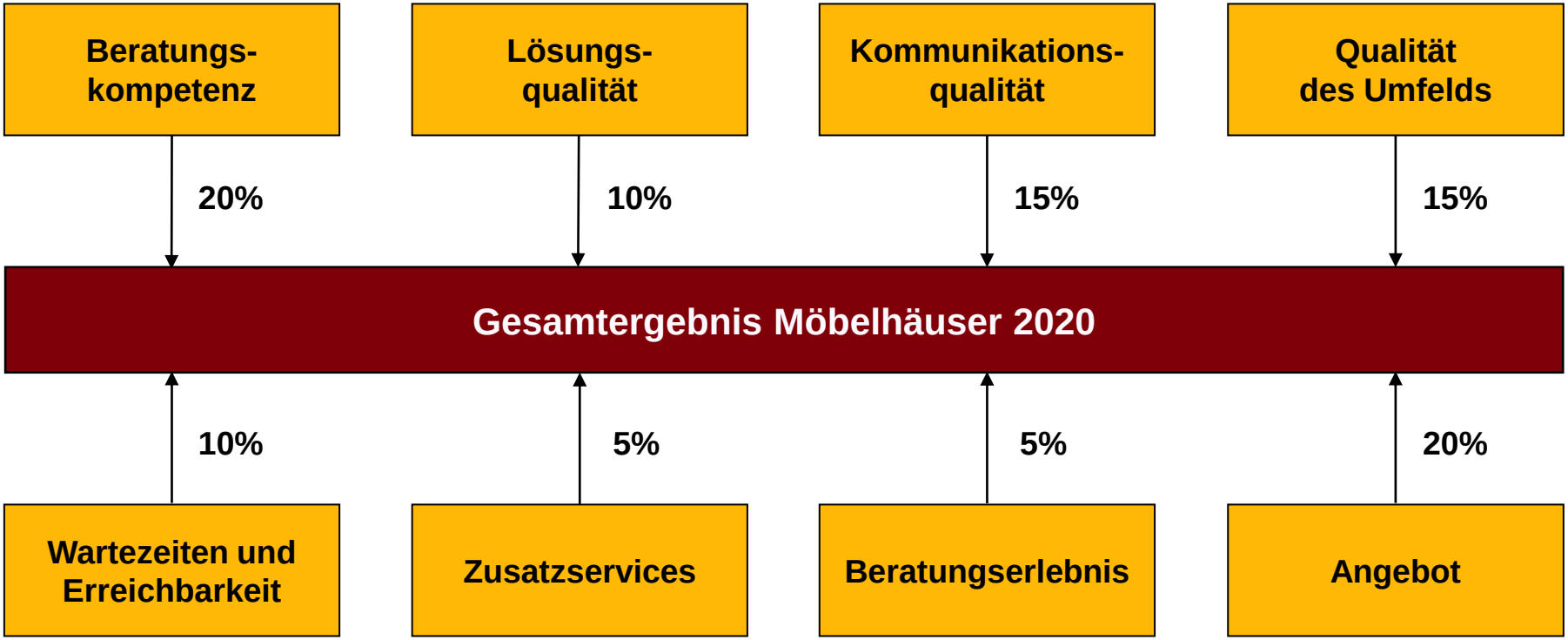
Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	16 Möbelhaus-Ketten
Studienzeitraum	Januar bis April 2020
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service vor Ort
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 160 Servicekontakte (10 je Anbieter) Umfassende Bewertung der Servicequalität anhand folgender Bereiche: ■ Beratungskompetenz (Fachkunde, individuelle Beratung etc.) ■ Lösungsqualität (Gezielte Bedarfsanalyse etc.) ■ Kommunikationsqualität (Freundlichkeit, Motivation etc.) ■ Qualität des Umfelds (Raumgestaltung, Sauberkeit etc.) ■ Wartezeiten und Erreichbarkeit (Warte- und Öffnungszeiten etc.) ■ Zusatzservices (Lieferservice, Montageservice etc.) ■ Beratungserlebnis (Gesprächsatmosphäre, Mehrwert etc.) ■ Angebot (Vielfalt an Warengruppen, Materialien, Stillrichtungen etc.)

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT



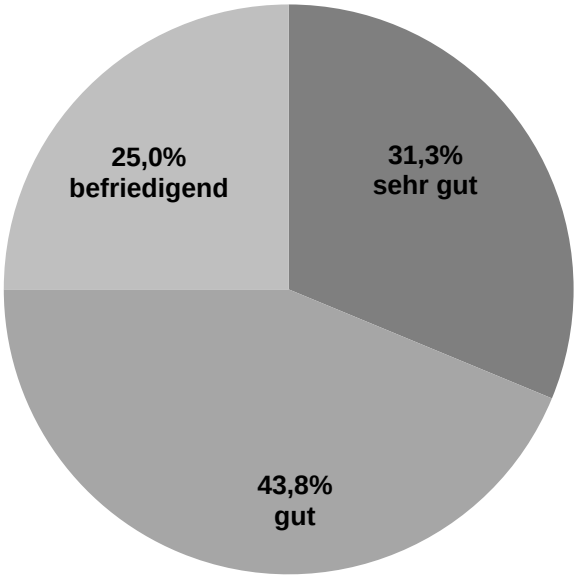
© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis
Möbelhäuser

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Möbelhäuser			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Porta	83,5	sehr gut
2	Höffner	83,0	sehr gut
3	Segmüller	82,4	sehr gut
4	Möbel Kraft	81,5	sehr gut
5	Möbel Martin	81,4	sehr gut
6	Ikea	79,8	gut
7	XXXLutz	77,8	gut
8	Opti-Wohnwelt	77,3	gut
9	Mömax	75,7	gut
10	Sconto	71,5	gut
11	Roller	70,9	gut
12	Poco Einrichtungsmärkte	70,9	gut
13	Tejo's SB Lagerkauf	69,8	befriedigend
14	SB-Möbel Boss	68,5	befriedigend
15	Maisons du Monde	67,1	befriedigend
16	Dänisches Bettenlager	66,6	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	75,5	

Verteilung der Qualitätsurteile**



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis
Möbelhäuser

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Möbelhäuser 100%			Beratungs-kompetenz 20%		Lösungs-qualität 10%		Kommunikations-qualität 15%		Qualität des Umfelds 15%		Wartezeiten und Erreichbarkeit 10%		Zusatzservices 5%		Beratungs-erlebnis 5%		Angebot 20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	**Porta**	**83,5**	2	89,9	1	78,5	1	89,6	3	88,4	1	68,5	8	78,0	1	70,5	6	83,7
2	**Höffner**	**83,0**	1	90,3	3	78,0	4	83,0	1	88,8	9	53,6	2	88,0	3	67,5	1	91,1
3	**Segmüller**	**82,4**	4	88,1	5	75,6	2	88,3	2	88,4	2	65,1	4	81,0	1	70,5	8	83,4
4	**Möbel Kraft**	**81,5**	3	89,5	4	76,9	5	82,8	4	88,0	8	56,1	6	80,0	5	65,0	4	86,9
5	**Möbel Martin**	**81,4**	7	86,5	2	78,3	3	85,2	6	85,9	5	58,3	1	90,0	7	63,0	5	85,8
6	**Ikea**	**79,8**	5	87,3	7	73,3	7	81,2	5	87,4	16	45,7	6	80,0	4	65,5	3	89,4
7	**XXXLutz**	**77,8**	8	80,3	8	72,0	8	79,9	7	84,0	14	49,6	5	80,5	9	60,5	2	89,5
8	**Opti-Wohnwelt**	**77,3**	5	87,3	6	73,6	6	82,6	8	83,0	6	57,1	9	64,0	6	64,5	11	77,5
9	**Mömax**	**75,7**	10	79,9	9	70,1	8	79,9	9	80,9	15	46,7	3	82,0	7	63,0	7	83,4
10	**Sconto**	**71,5**	14	77,5	10	66,4	13	77,3	13	76,0	7	56,9	10	53,5	15	52,5	12	77,1
11	**Roller**	**70,9**	13	77,9	16	58,0	14	76,6	12	78,6	11	52,0	13	45,0	11	56,5	9	79,9
12	**Poco Einrichtungsmärkte**	**70,9**	15	74,8	15	58,1	12	77,7	11	79,0	12	52,0	11	53,0	11	56,5	10	79,8
13	**Tejo's SB Lagerkauf**	**69,8**	12	78,6	12	64,6	10	79,1	15	71,8	4	61,7	14	44,0	13	55,0	14	69,4
14	**SB-Möbel Boss**	**68,5**	16	73,0	13	62,3	16	74,7	10	80,7	10	52,8	12	47,0	16	49,5	13	71,6
15	**Maisons du Monde**	**67,1**	8	80,3	14	60,4	11	78,5	14	71,9	13	50,5	15	31,0	10	58,5	15	64,7
16	**Dänisches Bettenlager**	**66,6**	11	79,6	11	65,1	15	76,0	16	65,2	3	62,5	16	24,0	14	54,5	16	64,0
	Branche (Mittelwert)	**75,5**		82,5		69,4		80,8		81,1		55,6		63,8		60,8		79,8

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

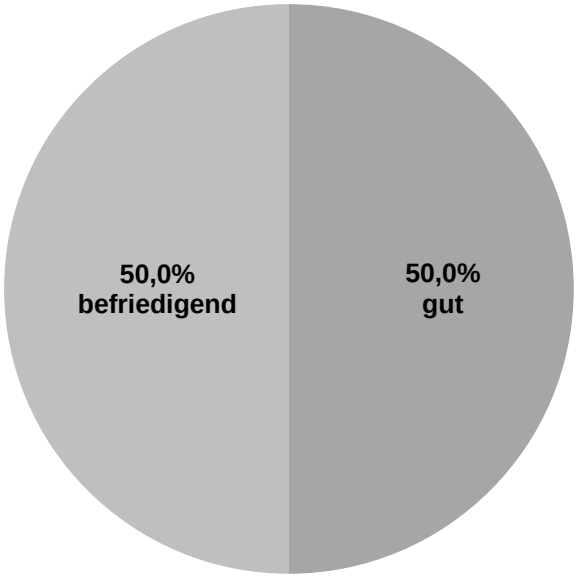
© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis
Möbel-Discounter

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Ergebnis Möbel-Discounter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	**Sconto**	**71,5**	**gut**
2	**Roller**	**70,9**	**gut**
3	**Poco Einrichtungsmärkte**	**70,9**	**gut**
4	**Tejo's SB Lagerkauf**	**69,8**	**befriedigend**
5	**SB-Möbel Boss**	**68,5**	**befriedigend**
6	**Dänisches Bettenlager**	**66,6**	**befriedigend**
	Branche (Mittelwert)	**69,7**	

Verteilung der Qualitätsurteile**



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

3. Gesamtergebnis
Möbel-Discounter

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Ergebnis Möbel-Discounter 100%			Beratungs-kompetenz 20%		Lösungs-qualität 10%		Kommunikations-qualität 15%		Qualität des Umfelds 15%		Wartezeiten und Erreichbarkeit 10%		Zusatzservices 5%		Beratungs-erlebnis 5%		Angebot 20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	**Sconto**	**71,5**	4	77,5	1	66,4	3	77,3	4	76,0	3	56,9	1	53,5	5	52,5	3	77,1
2	**Roller**	**70,9**	3	77,9	6	58,0	4	76,6	3	78,6	5	52,0	4	45,0	1	56,5	1	79,9
3	**Poco Einrichtungsmärkte**	**70,9**	5	74,8	5	58,1	2	77,7	2	79,0	6	52,0	2	53,0	1	56,5	2	79,8
4	**Tejo's SB Lagerkauf**	**69,8**	2	78,6	3	64,6	1	79,1	5	71,8	2	61,7	5	44,0	3	55,0	5	69,4
5	**SB-Möbel Boss**	**68,5**	6	73,0	4	62,3	6	74,7	1	80,7	4	52,8	3	47,0	6	49,5	4	71,6
6	**Dänisches Bettenlager**	**66,6**	1	79,6	2	65,1	5	76,0	6	65,2	1	62,5	6	24,0	4	54,5	6	64,0
	Branche (Mittelwert)	**69,7**		76,9		62,4		76,9		75,2		56,3		44,4		54,1		73,6

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

4. Die besten Unternehmen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Möbelhäuser	**Porta**	Höffner	Segmüller
Gesamtergebnis Möbel-Discounter	**Sconto**	Roller	Poco Einrichtungsmärkte
Beratungskompetenz	Höffner	Porta	Möbel Kraft
Lösungsqualität	Porta	Möbel Martin	Höffner
Kommunikationsqualität	Porta	Segmüller	Möbel Martin
Qualität des Umfelds	Höffner	Segmüller	Porta
Wartezeiten und Erreichbarkeit	Porta	Segmüller	Dänisches Bettenlager
Zusatzservices	Möbel Martin	Höffner	Mömax
Beratungserlebnis	Porta, Segmüller	-	Höffner
Angebot	Höffner	XXXLutz	Ikea

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Hintergrund der Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Fast 80 Prozent der Verbraucher geben an, dass ihnen eine nach ihrem Geschmack und Wünschen eingerichtete Wohnung wichtig ist.* Die hohe Relevanz der Inneneinrichtung spiegelt sich auch in den Konsumausgaben der Bevölkerung wider. 2018 gaben die privaten Haushalte in Deutschland 43,7 Milliarden Euro für Möbel, Leuchten und Teppiche aus und erhöhten ihre Ausgaben seit 2008 um 9,6 Milliarden Euro.** Rund zwei Drittel der Verbraucher präferiert es, Möbel und Haushaltswaren offline zu kaufen. Obwohl auch in dieser Branche der Online-Handel langsam Einzug hält, ist hier im Vergleich zu anderen Konsumgütern ein deutlicher Fokus auf dem Offline-Vertrieb. Wenngleich der stationäre Möbelhandel auf Grund der Kostenstruktur der Filialen es schwer hat, mit den Preisen der Online-Händler mitzuhalten, bietet er zwei entscheidende Vorteile: Zum einen kann sich der Verbraucher in der Filiale von der Produktqualität überzeugen und die Eigenschaften ausprobieren.*** Zum anderen ist eine individuelle Beratung möglich, die vor allem bei kostenintensiven Anschaffungen, etwa einem Bett oder einer Wohnlandschaft, von Bedeutung ist.

Bei welcher Möbelhaus-Kette Verbraucher eine fachkundige sowie freundliche Beratung, ein attraktives und vielseitiges Angebot, angemessene Öffnungs- und Wartezeiten und etwaige Zusatzservices finden, wurde im Rahmen einer umfassenden Analyse untersucht.

* Vgl. Möbelmarkt-Online (2018): VDM-Studie „Wohnen in Deutschland“ 18,8 Millionen Menschen möchten ihre Wohnung umgestalten, verfügbar unter: https://www.moebelmarkt.de/beitrag/vdm-studie-wohnen-in-deutschland-188-millionen-menschen-moechten-ihre-wohnung-umgestalten (Abrufdatum: 17.01.2020).

** Vgl. Statistisches Bundesamt (2019): Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland für Möbel, leuchten und Teppiche in den Jahren 1991 bis 2018 (in Milliarden Euro), verfügbar unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/283615/umfrage/konsumausgaben-in-deutschland-fuer-moebel/ (Abrufdatum: 17.01.2020).

*** Vgl. PricewaterhouseCoopers GmbH (2019): Die deutsche Möbelbranche - Struktur, Trends und Herausforderungen, verfügbar unter: https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/die-deutsche-moebelbranche-marktueberblick-2019_neu.pdf (Abrufdatum: 17.01.2020).

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungsumfang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Im Rahmen dieser Studie wurde der Vor-Ort-Service des stationären Möbelhandels in Deutschland untersucht. Unternehmen, die sich etwa auf Küchen, Polstermöbel oder den Verkauf von Designer-Möbeln spezialisiert haben, wurden ausgeschlossen. Berücksichtigung fanden Full-Service Möbelhäuser mit mindestens zehn Filialen in Deutschland oder einem Jahresumsatz von mindestens 150 Millionen Euro sowie Möbel-Discounter mit mindestens 19 Standorten deutschlandweit.*

Folgende 16 Unternehmen wurden aufgrund der Auswahlkriterien in der Studie berücksichtigt (in alphabetischer Reihenfolge):

- Dänisches Bettenlager**
- Höffner
- Ikea
- Maisons du Monde
- Möbel Kraft
- Möbel Martin
- Mömax
- Opti-Wohnwelt
- Poco Einrichtungsmärkte**
- Porta
- Roller**
- SB-Möbel Boss**
- Sconto**
- Segmüller
- Tejo‘s SB Lagerverkauf**
- XXXLutz

* Als primäre Quelle zur Recherche diente die Website des jeweiligen Unternehmens.
** Bei diesen Unternehmen handelt es sich um Möbel-Discounter.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Vorgehensweise

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Die Tests fanden vom 6. Februar bis zum 7. März 2020 in 79 deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Filialen in Berlin, Hamburg, Hannover und Köln getestet.
- Pro Unternehmen wurden insgesamt zehn Filialtests durchgeführt – sechs Besuche zu Stoßzeiten (Montag bis Freitag 17 bis 19 Uhr; Samstag ganztägig; eventuell verkaufsoffener Sonntag) und vier Besuche zu normalen Zeiten (Montag bis Freitag vor 17 Uhr).
- Die Beratungsqualität wurde anhand von drei Rollenspielen zu unterschiedlichen Themenbereichen analysiert. Bei fünf der zehn Filialtests kommunizierten die Tester zudem eine Beschwerde über einen plausiblen Grund (zum Beispiel über lange Wartezeiten bis zur Beratung oder mangelnde Orientierungsmöglichkeiten).
- Bei jedem Besuch führten die Tester außerdem einen Testkauf durch, um die Kundenfreundlichkeit und die Wartezeiten an der Kasse zu messen.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Rollenspiele

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- **Rollenspiel A – Boxspringbett:** Der Testkunde besuchte das Möbelhaus, um sich nach einem neuen Bett umzuschauen. Er interessierte sich für ein Boxspringbett. Daher fragte er zunächst nach den Besonderheiten von Boxspringbetten und wollte darüber hinaus wissen, warum es Matratzen mit unterschiedlichen Härtegraden gibt.
- **Rollenspiel B – Esstisch:** Der Filialbesucher war auf der Suche nach einem Esstisch aus Massivholz. Er gab an, preislich flexibel zu sein und zeigte sich bereit, für einen qualitativ hochwertigen Tisch entsprechend mehr zu bezahlen. Er erkundigte sich daher, worauf er bei dem Kauf des Esstischs achten sollte und welche besondere Pflege ein geölter Massivholztisch benötige.
- **Rollenspiel C – Schreibtischstuhl:** Der Kunde suchte nach einem Schreibtischstuhl, der möglichst rückenschonend ist. Er erkundigte sich, nach welchen Kriterien ein Schreibtischstuhl auszusuchen wäre, wenn dieser für längeres Sitzen geeignet sein sollte. Zudem fragte er, ob bei der Nutzung des Stuhls auf dem Parkettboden bestimmte Schreibtischstuhl-Rollen nötig wären.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse		100,0%
Beratungskompetenz		**20,0%**
Richtigkeit der Aussagen	6,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	4,0%	
Strukturierte Beratung	2,0%	
Individuelle Beratung	3,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	2,0%	
Glaubwürdigkeit der Aussagen	3,0%	
Lösungsqualität		**10,0%**
Gezielte Bedarfsanalyse	3,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	1,5%	
Aufzeigen des Produktnutzens	1,0%	
Aufzeigen von Produktalternativen	1,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	0,5%	
Einfache Lösung des Anliegens	1,0%	
Reaktion auf Beschwerden	2,0%	

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		**15,0%**
Positive Gesprächseröffnung*	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	1,0%	
Interaktionsqualität	1,0%	
Blickkontakt*	1,0%	
Freundlichkeit*	3,0%	
Motivation der Mitarbeiter	3,0%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	2,0%	
Akustische Verständlichkeit des Mitarbeiter	1,0%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung*	1,0%	

* Diese Kriterien wurden jeweils bei der Beratung und an der Kasse erhoben.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Qualität des Umfelds		**15,0%**
Gestaltung der Räumlichkeiten*	2,0%	
Raumatmosphäre**	1,0%	
Übersichtliche Präsentation der Waren	2,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten***	2,0%	
Orientierungsmöglichkeiten****	2,0%	
Erscheinungsbild der Mitarbeiter	1,0%	
Mitarbeiter als solche erkennbar	1,0%	
Barrierefreies Umfeld	1,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	1,0%	
Vorhandensein und Sauberkeit der Toiletten	1,0%	
Parkmöglichkeiten	1,0%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		**10,0%**
Aktives Hilfsangebot	1,0%	
Beurteilung des aktiven Hilfsangebots	1,0%	
Wartezeit bis zur Beratung	3,0%	
Wartezeit an der Kasse	2,0%	
Öffnungszeiten	3,0%	

* Etwa Platz zwischen den einzelnen Möbelstücken bzw. Ausstellungsflächen, Ambiente.
** Etwa angenehme Musik, keine störenden Lautsprecherdurchsagen, etc.
*** Etwa staubfreie Regale, sauberer Fußboden, etc.
**** Etwa Hinweise bzgl. Abteilungen wie Wohnzimmer, Küche, Lampen, Gastronomie gut erkennbar; weitere Schilder: Kunden-WC, Kassen, Infopoints.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Zusatzservices		**5,0%**
Lieferservice	1,0%	
Anhänger- oder Transporterverleih	1,0%	
Montageservice	1,0%	
Gastronomiebereich (Restaurant, Snack-Ecke, Café/Kaffeebar)	1,0%	
Digitale Auswahlunterstützung*	0,5%	
Kinderspielecke/Kinderbetreuung	0,5%	
Beratungserlebnis		**5,0%**
Authentischer Berater	1,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	
Erinnerungswert	1,0%	

* Z. B. Planungstools, Apps, VR-Brillen, welche bei der Auswahl der Produkte unterstützen.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Serviceanalyse (Fortsetzung)		
Angebot		**20,0%**
Angebotsvielfalt		
Unterschiedliche Warengruppen*	3,5%	
Verschiedene Materialien**	3,5%	
Unterschiedliche Stilrichtungen***	3,0%	
Aktionsangebote gut erkennbar	4,0%	
Auszeichnung der Ware mit Produktmerkmalen	3,0%	
Auszeichnung der Ware mit Preisen	3,0%	

* Z. B. Kindermöbel, Badmöbel, Küchen, Textilen, Lampen, Büromöbel, Deko-Artikel, Gartenmöbel.
** Z. B. Furnier, Glas, Massivholz, Kunststoff, Metall (getestet bei Tischen und Schränken).
*** Z. B. Landhaus, minimalistisch/modern, skandinavisch/maritim, Industrial, Retro/Pop-Art, antik/kolonial.

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Anhang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
A.	**Tester-Erlebnisse**	**35**
	Positiv	35
	Negativ	36
B.	**Städteverzeichnis**	**37**
C.	**Allgemeine Methodik (Servicetests)**	**39**

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

B. Städteverzeichnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Aachen
- Adendorf
- Aschheim
- Backnang
- Bad Segeberg
- Bayreuth
- Berlin
- Bielefeld
- Bochum
- Braunschweig
- Bremen
- Buchholz bei Hamburg
- Butzbach
- Chemnitz
- Dillingen
- Dortmund
- Dresden
- Duisburg
- Düsseldorf
- Eching
- Eisenach
- Ensdorf
- Essen
- Frankfurt am Main
- Friedberg
- Fulda
- Fürth
- Gießen
- Gifhorn
- Grimma
- Halle (Saale)
- Hallstadt
- Hamburg
- Hanau
- Hannover
- Helmstedt
- Hirschaid
- Homburg
- Ingelheim
- Itzehoe
- Jena
- Kaiserslautern
- Kaltenkirchen
- Karlsruhe
- Koblenz
- Köln
- Konz
- Laatzen

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

B. Städteverzeichnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Landshut
- Leipzig
- Linden
- Lübeck
- Magdeburg
- Mainz
- Mannheim
- Meisenheim
- München
- Münster
- Neunkirchen-Wellesweiler
- Neu-Ulm
- Nürnberg
- Offenbach
- Oldenburg
- Oldenburg in Holstein
- Passau
- Petersberg
- Rendsburg
- Rostock
- Saarbrücken
- Schleswig
- Stuttgart
- Uelzen
- Vaterstetten
- Vogelsdorf
- Weiterstadt
- Wetzlar
- Wiesbaden
- Wilhelmshaven
- Zweibrücken

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

C. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

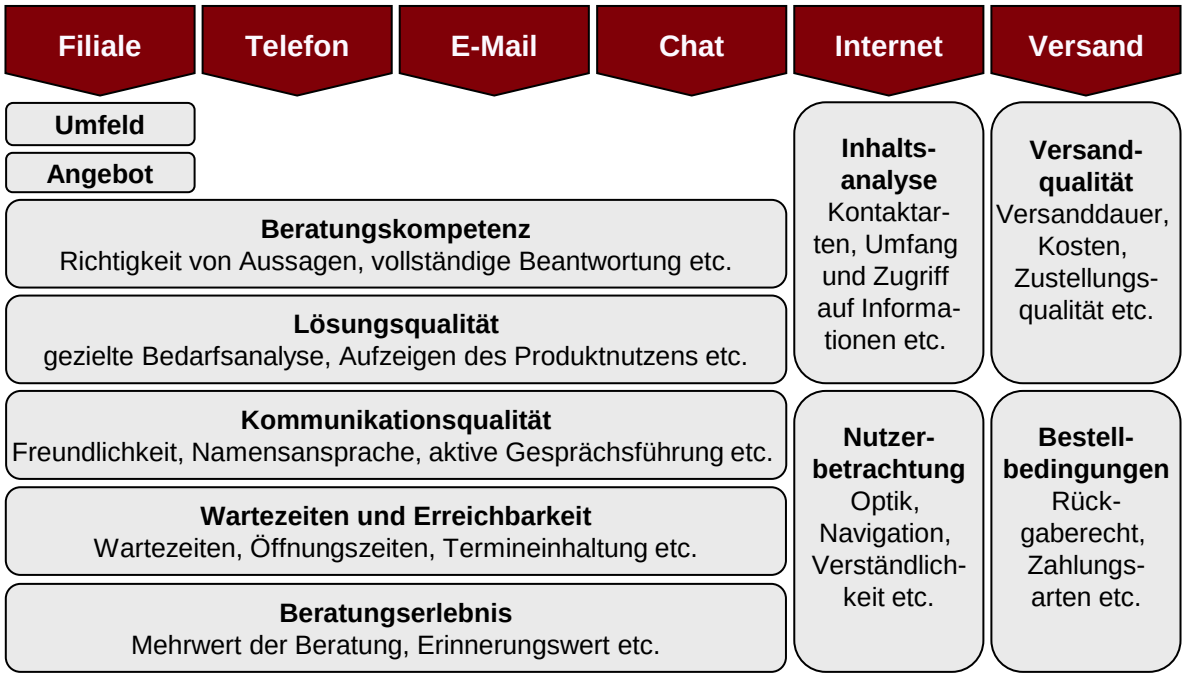
- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

C. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätsurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

© 2020 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG