

Freitag, 31. Oktober 2008

Der Preis ist nicht alles

Elektromärkte im Test

Der Super-Gau: Wichtige Ereignisse bewegen die Welt und der alte Fernseher rührt sich nicht mehr. Ein neuer muss her - aber was ist wichtiger: ein Super-Preis oder kompetente Beratung? Wir haben zusammen mit dem Deutschen Institut für Servicequalität den Test gemacht: Wo wird der Kunde nicht für dumm verkauft, sondern noch wirklich beraten?

Der Preis ist nicht alles, wie eine Umfrage vor einem großen Einkaufszentrum in Berlin zeigt: "Der Service ist mir schon wichtig. Ich möchte eine gute, fachkundige Beratung", sagte eine Kundin. "Ich wünsche mir vor allem eine sachkundige Auskunft, die die meisten nicht haben. Die verkauften Geräte, von denen sie selber keine Ahnung haben", lautet eine weitere Meinung. Für andere ist zwar "der Preis das Entscheidende", aber auch "was an Servicepaketen am Preis hängt". So legen viele Kunden auch Wert auf Pünktlichkeit und einen schnellen, guten und fachkundigen Reparaturservice. Am wichtigsten ist ihnen aber eine gute Beratung. "Die erkennt man daran, dass einer einem nicht etwas andrehen will", erklärt ein Kunde.

Anonyme Testkäufe

Genauer hingeschaut haben wir mit anonymen Testkäufern unter anderen in einem EP-Fachgeschäft in Berlin-Schöneberg. Kein großer Elektromarkt, sondern das typische Geschäft an der Ecke. Für Geschäftsführer Manfred Kelch kein Nachteil - ganz im Gegenteil. "Weil ich meine Kunden individuell berate. Weil ich auf das eingehe, was sie wollen. Und nicht darauf, was ich verkaufen will", erklärt er. "Es geht darum, was ein Kunde möchte."

Kein bloßes Lippenbekenntnis. Das zeigt unser Test: In der Rubrik "Kompetente Beratung" landen die Fachgeschäfte von Electronic Partner - kurz EP - unter den Top 3. Ganz vorn: MediMax, gefolgt von EP und Euronics. Beim Test-Aspekt "Zügige Bearbeitung von Kundenwünschen" haben die EP-Fachgeschäfte sogar am besten abgeschnitten.

Freundlichkeit ist Trumpf

Und auch der persönliche Umgang mit dem Kunden ist wichtig. Besonders freundlich haben die Verkäufer von Euronics beraten. Ein kompetenter Verkäufer lässt den Kunden nicht lange warten und ist bei der Beratung sehr freundlich. Vor allem verkauft er ihm nicht etwas, was der gar nicht gebrauchen kann. Das heißt, er fragt nach dessen Bedürfnissen und berät ihn dann ganz intensiv, was für den Kunden sinnvoll ist.

Aber auch die großen Elektrofachmärkte können in unserem Test punkten. Zum Beispiel durch ein attraktives Umfeld: Angenehme, saubere Verkaufsräume, in denen man sich schnell zu Recht findet und die Waren übersichtlich präsentiert werden. Ein zweiter wichtiger Vorteil der Großmärkte: das Angebot. Hier gibt es in der Regel ein breites Sortiment, gut gefüllte Regale, viele Aktionsangebote und die Ware ist deutlich mit Preisen und Produktmerkmalen gekennzeichnet.

Das Ergebnis unseres Service-Tests in den Rubriken "Qualität des Umfeldes/Angebot": Drei Großmarkt-Ketten teilen sich die vorderen Plätze. Auf Platz 1: Saturn - gefolgt von Promarkt und Mediamarkt.

Extras rechnen sich

Was nutzt aber der sorgsam ausgewählte Riesenbildschirm, wenn man für Lieferung und Montage teuer sind. Noch ärgerlicher, wenn der Kund auch noch für die Entsorgung des Altgerätes zur Kasse gebeten wird. Das muss nicht sein. Einige Läden bieten Käufern diesen Service und andere Zusatz-Leistungen gratis an. In dieser Rubrik schnitt EP am besten ab, gefolgt von Euronics und Mediamarkt.

Wer ist der Gesamtsieger? Qualität des Umfeldes, Zusatz-Services, Angebot und eine zügige, kompetente und freundliche Beratung wurden getestet. Platz 1 konnte Electronic Partner ergattern, auf Platz 2 landete Euronics und die Bronzemedallie ging an Promarkt.

Unser Fazit: Neben einem Besuch in den großen Elektromärkten, kann sich auch mal wieder der Gang in den kleinen Filialläden um die Ecke lohnen. Schauen Sie sich doch mal wieder in der eigenen Nachbarschaft um.

Wie getestet wurde: Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte insgesamt 96 Elektromärkte der acht größten überregional vertretenen Elektromarktketten. Von jedem Unternehmen wurden 12 Filialen besucht und bewertet. Die Studie erfasst Gestaltung, Sauberkeit und Pflege der Räumlichkeiten, das zur Verfügung stehende Angebot, die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter und die Schnelligkeit, mit der Kunden bedient wurden.

Adresse:

<http://www.n-tv.de/1039389.html>