

Joey's ist bundesweiter Spitzenreiter unter den Pizzabringdiensten, fand das Hamburger Institut für Service-Qualität heraus

„Vegetarische Pizza ist beim Bringdienst immer am teuersten“

Licht und Schatten beim Pizzatest des Deutschen Instituts für Service-Qualität (Disq). Licht: Der Hamburger Pizzabringdienst „Joey's“ hat beim bundesweiten Vergleich von sechs überregional aktiven Lieferdiensten mit Abstand den ersten Platz belegt. „Hallo Pizza“ und „Smiley's“ belegten die Plätze zwei und drei.

Schatten: Es gibt noch viel zu verbessern. Im Durchschnitt hätten die Testkunden 30 Minuten auf die Pizzalieferung warten müssen. Jede zwanzigste Bestellung sei gar nicht oder erst nach mehr als 60 Minuten angekommen. „Wer sofort etwas zu essen braucht, sollte sich eine Stulle schmieren“, sagt Disq-Geschäftsführer Markus Hamer. Das Hamburger Institut testete nur Liefer-

dienste, die in mindestens zwei der drei größten deutschen Städte Berlin, Hamburg oder München, vertreten sind. Neben den drei Erstplatzierten waren „Call-a-Pizza“, „Blizzeria“ und „Pizza Max“ die weiteren getesteten Bringdienste.

Untersucht wurden Lieferqualität sowie Freundlichkeit und Kompetenz am Telefon und der Internetauftritt. Zudem wurden das Produktangebot und die Preise der Pizza-Lieferanten geprüft. Bundeschampion „Joey's“ schaffte in der Einzelwertung nur in München den

ersten Platz. In Berlin überzeugte „Pizza Max“. Zum besten Pizza-Service in Hamburg wurde „Hallo Pizza“ gekürt.

„Nicht alle gelieferten Pizzen konnten auch qualitativ überzeugen“, so Hamer. Jeder vierte Tester war nicht mit der Optik der Pizza zufrieden und bei 29 Prozent wurde der Geschmack kritisiert. „Alle Pizzen waren zumindest warm“, sagt der Service-Experte. Bei jedem

fünften Lieferanten bemängelten die Tester zusätzlich die Freundlichkeit. Die Preisunterschiede seien moderat. Eine Pizza mit Salami und Käse kostete zwischen 4,95 Euro und 5,90 Euro. Hamer: „Die teuerste Pizza im Test war stets die vegetarische, und nur ein Anbieter lieferte Bio-Produkte.“

Bei der telefonischen Bestellung fielen erhebliche Defizite auf. So sei nur jeder zweite Gesprächspartner insgesamt freundlich zum Tester gewesen. Auch innerhalb einer Kette gab es große Qualitätsunterschiede. „Es scheint schwieriger zu sein, bei Franchiseunternehmen einen durchgehende Qualität hinzubekommen“, nennt Hamer einen Grund für das Ergebnis des Tests.

stm