

Servicestudie

Welche Restaurantketten sind top, welche Flop?

Von Carsten Dierig 11. Dezember 2009, 12:37 Uhr

Unaufmerksame Kellner, dreckige Räume, schlechtes Essen: Eine neue Studie stellt den großen Restaurantketten ein zum Teil wenig schmeichelhaftes Zeugnis aus. Ob Pizza Hut, Café Extrablatt oder Wienerwald, der Service könnte deutlich besser sein. Besser sieht es hingegen bei Steakhäusern aus.



Foto: dpa

Pommes Frites aus dem Wienerwald: Die Kette landete auf dem letzten Platz

Der Service in Deutschlands Restaurantketten lässt stark zu Wünschen übrig. „Die Qualität ist im Durchschnitt nur befriedigend“, sagt Markus Hamer, der Geschäftsführer vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ). In einer aktuellen Studie, die WELT ONLINE exklusiv vorliegt, kritisieren die Prüfer vor allem die mangelnde Kompetenz der Mitarbeiter.

„Bei lediglich drei von acht getesteten Unternehmen wurden alle Bestellungen korrekt ausgeführt“, berichtet Hamer. Bei einer Kette waren laut Testbericht sogar sieben von zehn Bestellungen unvollständig.

1 von 9

So ist der Service in Deutschlands Restaurantketten

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat acht Restaurantketten untersucht. Für perfekten Service hätte es die Maximalpunktzahl von 100 gegeben. So haben die Ketten tatsächlich abgeschnitten:

Darüber hinaus kannten die Servicekräfte vielfach nicht mal die Zutaten der angebotenen Menüs. „Über die Hälfte der Tester hat auf Nachfrage keine zufriedenstellenden Auskünfte zu Inhaltsstoffen und möglichen Problemen mit Unverträglichkeiten bekommen“, sagt Hamer.

Noch dazu erschien den Prüfern die versuchte Beratung in jedem zweiten Fall ungläubwürdig. In jedem fünften Fall fehlte es sogar am nötigen Problembewusstsein für Allergiker. Dies habe sich dadurch bemerkbar gemacht, dass die Mitarbeiter bei den Nachfragen mit genervter Stimme gesprochen haben oder gleichgültig erschienen, heißt es in der Studie. Gab es dagegen keine Extra-Wünsche, sei das Personal äußerst freundlich gewesen. Zudem empfanden die Tester die durchgängig kurzen Wartezeiten als besonders positiv.

Bewertet hat das DISQ wie schon im Vorjahr acht namhafte Ketten, die deutschlandweit mit mindestens 25 Filialen vertreten sind und sogenannten Full-Service bieten, also in denen am Tisch bedient wird. Schnellrestaurants mit Selbstbedienung wie McDonalds oder Vapiano wurden dagegen nicht berücksichtigt. „Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Service-Qualität insgesamt zwar leicht verbessert“, berichtet Markus Hamer. So stieg das Durchschnittsergebnis von 62,8 auf 65,3 der möglichen 100 Punkte. „Damit ist der Service aber noch immer nicht gut“, sagt der DISQ-Geschäftsführer.

Entscheidend für die Bewertung waren neben der Qualität von Essen und Service auch die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, das Erscheinungsbild der Filialen sowie Zusatzleistungen. Und da fehlte in jeden vierten der 80 getesteten Restaurants ein Behinderten-WC, in ebenso vielen gab es keine Kinderstühle.

Verbessert hat sich immerhin die Qualität der Speisen: Waren damit im Vorjahr noch 41 Prozent unzufrieden, sind es diesmal nur noch 30 Prozent.

Gesamtsieger der Studie und damit beste Restaurantkette 2009 wurde der Vorjahresdritte Block House. Dem Steakspezialisten attestieren die Tester noch die größte Qualität und Frische, eine angenehme Atmosphäre mit sauberen Räumlichkeiten sowie freundliche und aufmerksame Bedienungen. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Schweinske und Maredo. Vorjahressieger Mövenpick war diesmal wegen der zu geringen Anzahl an Filialen nicht mehr dabei. Besonders schlecht schnitten Pizza Hut, Café Extrablatt und Wienerwald ab. Damit wiederholt sich für das Trio das schwache Abschneiden aus dem Vorjahr – und zwar in exakter Reihenfolge. „Wienerwald konnte in keinem Teilbereich überzeugen und belegte stets die hinteren Plätze“, sagt Hamer. Café Extrablatt sei immerhin bei Umfeld und Speisenangebot wettbewerbsfähig, die Mitarbeiter belegen aber beim Kompetenzgrad und der Kommunikationsqualität jeweils nur den letzten Platz im Testfeld.