

Studie untersucht Servicequalität im PBS-Handel

Monitor | Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Rahmen einer Studie die Servicequalität im PBS-Handel untersucht. Insgesamt acht Unternehmen nahmen die Tester unter die Lupe.

Im Rahmen der Studie prüfte das Institut sechs Fachmarkt-Filialisten für Schreibwaren und Bürobedarf sowie die beiden Warenhäuser Karstadt und Kaufhof. Anhand von je zehn verdeckten Besuchen vor Ort wurden die Beratungskompetenz der Mitarbeiter, die Kundenorientierung und die Produktvielfalt der Anbieter analysiert. Zusätzlich nahmen die Tester die Wartezeiten und das Erscheinungsbild der Filialen unter die Lupe.

Gesamtsieger der Studie wurde Staples. Die Büromarktkette überzeugte unter anderem durch lange Öffnungszeiten, das vielfältige Warenangebot und eine große Beratungskompetenz – nicht nur im Segment Bürobedarf, sondern auch in puncto Schreibwaren wie Malstiften für Kinder. Das 1895 gegründete Augsburger Traditionshaus Kutscher & Gehr auf Rang zwei zeichnete sich laut Studie durch besonders hilfsbereite und freundliche Mitarbeiter sowie attraktive Zusatzservices aus. Der Drittplatzierte Kaut-Bullinger bestach durch kurze Wartezeiten und übersichtliche, gut gestaltete Filialen. Auf den weiteren Plätzen folgen Karstadt, Mc Paper, Askania und Schacht & Westrich. Galeria Kaufhof blieb nur Rang acht: Das Warenhaus konnte aufgrund der längsten Wartezeiten im Test sowie einer nur mangelhaften Beratungskompetenz nicht überzeugen.

Nach Angaben des Instituts ist die Servicequalität in der Branche insgesamt befriedigend. Das größte Defizit laut Studie ist die Kompetenz der Mitarbeiter, die im Durchschnitt nur die Note ausreichend erhielt. „Fragen zu Druckerpapier oder zu der Unbedenklichkeit von Malstiften wurden in vielen Fällen nicht korrekt beantwortet“, kommentiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Nur knapp die Hälfte der Kundenanliegen konnte in den Gesprächen vollständig geklärt werden.“ Großes Lob von den Testern gab es für das fast durchweg einladende und saubere Umfeld der Geschäfte. Die Übersichtlichkeit der Warenpräsentation und die Orientierungsmöglichkeiten wurden in 80 Prozent der Fälle positiv bewertet. Testkunden, die sich jedoch ratsuchend umsahen, wurden nur zu 40 Prozent aktiv von den Mitarbeitern angesprochen. Jeder zweite Testkunde musste über vier Minuten warten, bis er sein Anliegen vortragen konnte.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Kontakt: www.disq.de

(23.07.10)

[Zurück](#) [Artikel empfehlen](#) [Drucken](#)

URL dieser Seite: http://www.pbs-business.de/news/6734-Studie_untersucht_Servicequalitaet_im_PBS-Handel/?druckversion=true&SID=1564e4870c45dfbaa0c5b842fd4a7c63