

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie Baumärkte 2010

#### **Kunden müssen häufig lange warten und werden schlecht beraten – Testsieger hagebaumarkt überzeugt durch Kompetenz**

**Hamburg, 07.02.2010 (ots)**, „Damit sind Sie alle Sorgen los“ oder „Einsprühen, trocknen, abwischen“ – das sind nur zwei Beispiele aus den Beratungsgesprächen in Baumärkten zum Thema Schimmelentfernung. Die Ursachenforschung blieb in den meisten Fällen aus. Doch bei welchen Unternehmen erhalten Kunden fachkundigen Rat? Wo finden sie hilfsbereite Mitarbeiter und ein attraktives, übersichtlich präsentiertes Angebot?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt im Auftrag von n-tv neun große Baumarkt-Filialisten. Die Qualität von Service und Beratung wurde im Rahmen von je zwölf verdeckten Besuchen vor Ort erhoben. Mehr als 100 Testbesuche wurden für die Analyse ausgewertet. Die Studie erfasste vor allem die Kompetenz und Kommunikationsqualität der Mitarbeiter. Zudem wurden die Wartezeiten, die Gestaltung und Sauberkeit der Räumlichkeiten und das zur Verfügung stehende Angebot genau unter die Lupe genommen.

Gesamtsieger der Studie „Bester Baumarkt 2010“ wurde hagebaumarkt und überzeugte mit kurzen Wartezeiten und der kompetentesten Beratung. Hellweg auf Platz zwei bot eine übersichtliche Warenpräsentation, die Mitarbeiter reagierten hier außerdem am besten auf Beschwerden. Beim Drittplatzierten GLOBUS Baumarkt wurden die Kunden häufig aktiv angesprochen und die Filialen erhielten gute Bewertungen hinsichtlich der Sauberkeit.

Insgesamt war die Servicequalität in den Baumärkten lediglich befriedigend. Große Mängel offenbarte der Test vor allem bei der Qualität der Beratung: Kundenbedürfnisse wurden nicht ausreichend analysiert und knapp 40 Prozent der Beratungen waren nicht korrekt oder unvollständig. „Zur Befestigung einer Hängematte auf dem Dachboden wurden beispielsweise wahllos Materialien empfohlen, ohne nach dem Wandaufbau zu fragen“, bemängelt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, „so findet sich der Kunde später schnell auf dem Boden der Tatsachen wieder, statt gemütlich in der Hängematte zu schaukeln.“ Noch schlimmer: In mehr als einem Viertel der Fälle wurden die Kunden nicht auf die Gefahren bei der Selbstmontage einer Starkstromleitung hingewiesen – das kann zu lebensgefährlichen Situationen führen.

Beschwerlich war in den Baumärkten die Suche nach einem Mitarbeiter. Am Beratungsstand warteten die Kunden zum Teil über fünf Minuten auf einen Ansprechpartner und nur in einem Drittel der Fälle ging das Personal aktiv auf den Kunden zu. „Viele Baumärkte setzen gerade zu Stoßzeiten zu wenige Mitarbeiter in den Filialen ein. So ist das Personal schnell überfordert oder verliert die Motivation“, erklärt Serviceexpertin Möller.

Bezüglich des Produktangebotes erzielten die Unternehmen durchweg sehr gute Werte. Die Regale waren überall gut gefüllt und über 80 Prozent der Testkunden zeigten sich mit der Produktvielfalt zufrieden. Spezielle Services, wie Holzzuschnitt oder die Möglichkeit Farben zu mischen, boten fast alle Filialen an.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Montag, 08.02. um 15.20 Uhr

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 bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

**Ansprechpartnerin:**

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)

[www.disq.de](http://www.disq.de)