

Kaffeehäuser von Tchibo lassen Konkurrenz hinter sich

Der US-Schauspieler Tom Hanks hat es einst in der Liebeskomödie „E-Mail für dich“ auf den Punkt gebracht. Das Produktangebot moderner Coffeeshops übersteigt die Entschlussfreude ihrer Kunden. Wählte man früher zwischen

einer Tasse oder einem Kännchen Kaffee, steht man heute vor ganz anderen Entscheidungen:

Soll es die große entkoffeinierte Latte Macchiato sein oder der mittlere White Chocolate Mokka oder gar ein kleiner Caffé Caramello? Alles, was an Geschmacks- und sonstigen

Richtungen rund um das schwarze Heißgetränk vorstellbar ist, wird heutzutage auch angeboten.

Umso mehr sticht da eine Untersuchung des Deutschen Instituts für Service-Qualität hervor, das den Service sieben führender Coffee-Shop-Ketten in Deutschland miteinander verglichen hat. Das Ergebnis: Nicht die amerikanische Kaffeehauskette Starbucks, nicht die Nachahmer

World Coffee oder Balzac, sondern der Hamburger Tchibo-Konzern – Inbegriff der guten alten Tasse Kaffee – ist zum Testsieger gekürt worden.

Das Unternehmen glänzte unter anderem durch eine schnelle

Bedienung und die besten Testerbeurteilungen über die Frische und die Schmackhaftigkeit der Speisen, heißt es in der Beurteilung durch das Institut. Testkunden hatten zuvor je zehn Filialen der sieben Unternehmen in mindestens fünf verschiedenen Städten besucht.

Bei den Tests achteten sie auf die Gestaltung, Sauberkeit und teilten das Produktangebot sowie die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter.

Vor allem Letzteres sollte laut Testbericht verbessert werden. Auf den Plätzen nach Tchibo folgten Dunkin' Donuts, Balzac Coffee, Starbucks, World Coffee, McCafé von Mc Donalds und schließlich Segafredo. *mk*



Statt Tassen gibt es heute Pappbecher

FOTO: HELMUT KAHN