

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **Update zur Servicestudie Baumärkte (Juli 2008)**

#### **Individuelle Beratung und kompetente Mitarbeiter sind Mangelware – toom Baumarkt wird Testsieger**

**Hamburg, 23.09.2008 (ots)** – Ob Schimmelprobleme oder die fachgerechte Befestigung einer Hängematte im Dachgeschoss – Heimwerker, die im Baumarkt auf eine kompetente Beratung hoffen, werden oft enttäuscht. Der Rat eines Baumarktmitarbeiters kann dabei nicht nur unzureichend, sondern sogar lebensgefährlich sein. Zum Beispiel, wenn bestätigt wird, dass ein Starkstromkabel problemlos vom Kunden selbst verlegt werden kann.

Große Defizite stellte das Deutsche Institut für Service-Qualität jetzt bei einem umfangreichen Servicetest der neun größten Baumarktketten fest. Je zwölf Filialen der Unternehmen in mindestens fünf unterschiedlichen Städten wurden von Testkunden besucht. Bei den insgesamt 108 Filialtests achteten sie unter anderem auf die Vielfalt des Angebots, eine übersichtliche Warenpräsentation und Preisauszeichnung sowie die Sauberkeit der Räumlichkeiten. Beurteilt wurden auch Serviceleistungen wie Holzzuschnitt, die Möglichkeit Farben zu mischen und ein kostenloser Anhängerverleih.

Im Zentrum der Studie stand die Analyse der Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter. Hierbei wurden die größten Schwächen offenbar. Nur ein Unternehmen konnte in beiden Kategorien mit der Note „gut“ bewertet werden – der Testsieger toom Baumarkt. Der Rest der Branche zeigte nur „befriedigende“ oder „ausreichende“ Leistungen. So riet mehr als die Hälfte der Mitarbeiter dazu, bei Schimmelbefall einen Schimmelentferner zu verwenden, und gab keinen Hinweis darauf, dass vor allem die Ursache zu erkunden und zu beseitigen sei. Bei mehr als einem Drittel der Beratungstests zur Starkstromverlegung machten Mitarbeiter nicht auf die damit verbundenen Gefahren aufmerksam. Und bezüglich der geeigneten Befestigung für eine Hängematte im Dachgeschoss wurden in 30 Prozent der Fälle wahllos Materialien empfohlen, ohne Fragen nach dem Wandaufbau zu stellen.

„Größtes Manko bei der Beratung war, dass die Rahmenbedingungen der Kundenprobleme nicht genügend erfragt wurden“, kommentiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, die Ergebnisse. „Noch nicht einmal jedes zweite Gespräch konnte als individuelle Beratung bezeichnet werden.“ Optimierungsbedarf gibt es außerdem bei der Kommunikationsqualität: Hilfsbereitschaft, Freundlichkeit bei der Bedienung und eine ansprechende Verabschiedung waren in vielen Fällen nicht selbstverständlich – das Kassenpersonal schnitt dabei sogar noch etwas schlechter ab als die Berater in den Filialen.

Zusätzlich zu dem Servicetest führte das Institut einen Preis-Check auf Basis von Mitarbeiterangaben durch. Wie sich jetzt herausstellte, war bei Hellweg das preiswerteste Regal im Testzeitraum nicht für 51,99 Euro, sondern für 9,99 Euro erhältlich. Damit hätte Hellweg bei dem Preistest den ersten Platz belegt. Weil die Angaben so aber nicht mehr auf derselben Erhebungsform beruhen, wird das Ergebnis des Preis-Checks im Sinne des Verbrauchers nicht weiter veröffentlicht und nicht aufrecht erhalten.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität

**Ansprechpartner:**

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 25

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

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