

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

Kundenbefragung Mode-Einzelhandel

Lange Wartezeiten ärgern die meisten Kunden – Wöhl und Marc O'Polo sind die beliebtesten Anbieter

Hamburg, 16.08.2012 (ots) – Ladengeschäfte der Modebranche stehen vor der Herausforderung sich gegenüber dem wachsenden Online-Handel zu behaupten. Die Chance der Filialen: Durch persönliche Beratungen, die direkte Anprobe von Kleidungsstücken und eine ansprechende Atmosphäre ein ganz besonderes Einkaufserlebnis zu schaffen. Doch wie zufrieden sind Kunden mit Service, Modeangebot und Ambiente vor Ort? Dies untersuchte jetzt das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv im Rahmen einer umfangreichen Kundenbefragung.

Die Auswertung erfolgte getrennt für Modehäuser und Fashion-Stores. Unter den Modehäusern befanden sich Unternehmen, die mehrere unabhängige Marken im Produktsortiment aufwiesen und sich überwiegend auf großen Verkaufsflächen präsentierten. Zu den Fashion-Stores hingegen zählten Unternehmen, die sich schwerpunktmäßig auf den Vertrieb von Eigenmarken konzentrierten und sich größtenteils auf kleinen bis mittelgroßen Verkaufsflächen präsentierten.

Das Ergebnis: Rund 72 Prozent der Befragten waren insgesamt mit dem Modehaus ihrer Wahl zufrieden. Bei Kunden von Fashion-Stores lag dieser Anteil mit etwa 56 Prozent weitaus niedriger. „Kunden der Fashion-Stores bemängelten unter anderem die Beratungskompetenz der Mitarbeiter, die Sauberkeit der Filialen oder die Sitzmöglichkeiten“, so Bianca Möller Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Mit dem Angebot an aktuellen Modetrends waren die Kunden aber insgesamt zufrieden.

Verbesserungsbedarf im Mode-Einzelhandel gab es aus Kundensicht insbesondere bei den Wartezeiten. Über lange Schlangen an Kassen oder Umkleidekabinen ärgerten sich die meisten Kunden sowohl in Modehäusern als auch in Fashion-Stores. Etwa zehn Prozent aller Befragten beschwerten sich über ihre Ärgernisse. „Mit der Reaktion auf ihre Beschwerde waren allerdings nur rund 35 Prozent der Kunden von Modehäusern und lediglich ein Viertel der Kunden von Fashion-Stores zufrieden“, so Serviceexpertin Möller.

Beliebtestes Modehaus mit fast 86 Prozent zufriedenen Kunden wurde Wöhl. Von dem Service und dem Angebot an aktuellen Modetrends zeigten sich die Kunden dieses Unternehmens besonders überzeugt. Bei den Fashion-Stores ging Marc O'Polo mit dem größten Anteil an sehr zufriedenen Kunden als Testsieger aus der Kundenbefragung hervor. Der Anbieter erzielte hohe Zufriedenheitswerte und platzierte sich damit in den Bereichen Service, Preis-Leistungsverhältnis und Einkaufsambiente jeweils auf dem ersten Rang.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 16. August 2012, um 18:35 Uhr

An der Online-Befragung zum Thema Mode-Einzelhandel nahmen insgesamt 3.467 Personen teil. Im Rahmen eines Online-Panels wurden die Teilnehmer zu Modehäusern oder Fashion-Stores befragt, in denen sie während der letzten zwölf Monate häufig eingekauft haben. Im Mittelpunkt der Befragung standen die Kundenmeinungen zu den Bereichen Service, Preis-Leistungsverhältnis und Einkaufsambiente (Filialgestaltung). In die Auswertung kamen alle Unternehmen, zu denen sich jeweils mindestens 80 Personen geäußert hatten. Dieses waren neun Modehäuser und 19 Fashion-Stores.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität 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 / 27 88 91 48 12

Mobil: 0170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de