

## Pressemitteilung

# Kundenorientierung im Möbelhandel

**Insgesamt 18 Händler aus drei Vertriebsparten mit „sehr gut“ bewertet**

**Köln, 27.09.2018.** Während die Mehrheit der Verbraucher ihre Möbel nach wie vor im stationären Handel kaufen, so ist der Anteil im E-Commerce auf 14 Prozent angestiegen. Dabei sind es vor allem junge Erwachsene, die über das Internet einkaufen oder sogar vorwiegend dort ihre Informationen und Inspirationen für den nächsten Möbelkauf einholen. Wer sich in der wettbewerbsintensiven Möbelbranche halten möchte, sollte deshalb online und offline für seine Kunden erreichbar sein. Wie es bei den jeweiligen Anbietern um die Kundenorientierung steht, untersucht jährlich die Kölner Analysegesellschaft ServiceValue. Als Gesamtsieger gehen dieses Jahr im stationären Handel Höffner, bei den Discountern Poco Domäne und im Onlinehandel otto.de hervor.

Dies zeigt die aktuelle Wettbewerbsstudie „ServiceAtlas Möbelhandel 2018“ mit 4.776 Kundenurteilen zu insgesamt 60 stationären, Discount- und Online-Möbelhändlern. In der durchgeführten Untersuchung werden 53 spezifische Servicemerkmale, gebündelt in bis zu acht Leistungskategorien, aus Kundensicht bewertet.

### Die kundenorientiertesten stationären Möbelhändler:

Platzierung	Stationärer Händler	Note
1.	Höffner	sehr gut*
2.	Dodenhof WohnWelten	sehr gut
3.	Ostermann	sehr gut*
4.	BRAUN Möbel-Center	sehr gut
5.	Möbel Kraft	sehr gut*
6.	Segmüller	sehr gut
7.	Wohn-Center Spilger	sehr gut
8.	Möbel Wanninger	sehr gut
9.	Möbel Hardeck	gut
10.	IKEA	gut*
11.	Möbel Rieger	gut
12.	WHO'S PERFECT	gut
13.	Porta Möbel	gut
14.	Möbel Hausmann	gut
15.	Möbel Franz Knuffmann	gut

\* Diese Möbelhändler sind zugleich Sieger in mind. einer der untersuchten sieben Leistungskategorien

### Qualität der Kundenkommunikation wichtigstes Differenzierungsmerkmal

Zu den stärksten Kundenbindungstreibern zählen die Einzelmerkmale „Qualität im Kundendialog und von Newslettern, Kundenanschriften etc.“, „Service-Zusatzleistungen“ und „Kostentransparenz“. Die Merkmale verteilen sich auf die Kategorien „Preis-Leistungs-Verhältnis“, „Kundenservice“ und „Kundenkommunikation“, die unter den Leistungsdimensionen auch die höchste Relevanz für die Kundenbindung aufweisen. Aus Kundensicht

besteht jedoch gerade in punkto „Qualität im Kundendialog ...“ und Kostentransparenz Optimierungsbedarf, da sich hier fast 15 Prozent der Kunden unzufrieden äußern. Die besten Kundenbewertungen erhalten hingegen die Einzelmerkmale „Sauberkeit und Ordentlichkeit“, „Umfang des Möbelsortiments“, „Qualität des Möbelsortiments“ sowie „Vollständigkeit der Lieferung“. In Bezug auf die sieben übergeordneten Leistungskategorien zeigen sich die höchsten Zufriedenheitswerte auch eher bei „Einrichtungshaus“ und „Produktsortiment“. In den Einzel-Rankings führt in diesen beiden Kategorien Ostermann wie im Vorjahr das Feld der untersuchten Anbieter an. In den Leistungskategorien „Kundenberatung“ und „Kundenservice“ liegt Höffner ganz vorn. Bei „Lieferung & Montage“ belegt Möbel Kraft den Spitzenplatz, während IKEA bei der „Kundenkommunikation“ und dem „Preis-Leistungs-Verhältnis“ die Rankings anführt.

### Die kundenorientiertesten Möbeldiscounter:

Platzierung	Discounter	Note
1.	POCO DOMÄNE	sehr gut*
2.	ROLLER	sehr gut*
3.	Osca! Möbel-Discount	gut*
4.	MömaX	gut*

\* Diese Möbelhändler sind zugleich Sieger in mind. einer der untersuchten sieben Leistungskategorien

### Viel Kundenlob für Lieferung & Montage

Über alle untersuchten Leistungskategorien hinweg erhält „Lieferung & Aufbau“ aus Kundensicht die besten Bewertungen und wird von Poco Domäne angeführt. Hier weist das zugehörige Merkmal „Vollständigkeit der Lieferung“ den höchsten Zufriedenheitswert in der Studie auf. Aber auch die „Freundlichkeit der Fachberater“, die „Fehlerfreie Montage“ und die „Sonderangebote/Rabatte“ werden von den Kunden spürbar positiv wahrgenommen. Weniger Zuspruch erhalten hingegen die Merkmale „Atmosphäre und Ambiente“, „Qualität des Möbelsortiments“ und „Inspiration für das eigene Zuhause“. Diese Merkmale wirken sich jedoch besonders stark auf die Kundenbindung aus und sollten deshalb von den Händlern mehr Berücksichtigung finden. Der Gesamtsieger Poco Domäne führt in den Kategorien „Kundenberatung“, „Kundenservice“ und „Kundenkommunikation“ die Rankings an. Bei „Lieferung & Montage“ belegt ROLLER den ersten Platz und Osca! Möbel-Discount sichert sich bei „Einrichtungshaus“ die Spitzenposition. Beim „Produktsortiment“ erhält MömaX aus Kundensicht die besten Bewertungen und beim „Preis-Leistungs-Verhältnis“ Preis-Rebell.

### Die kundenorientiertesten Online-Möbelhändler:

Platzierung	Onlinehändler	Note
1.	otto.de	sehr gut*
2.	pharao24.de	sehr gut
3.	allnatura.de	sehr gut*
4.	hoeffner.de	sehr gut*
5.	moebel-sensation.de	sehr gut*
6.	ikea.de	sehr gut
7.	segmueller.de	sehr gut
8.	westwingnow.de	sehr gut*
9.	whos-perfect.de	sehr gut

10.	homelife24.de	gut
11.	inhofer.de	gut
12.	porta.de	gut
13.	home24.de	gut
14.	fashionforhome.de	gut
15.	ostermann.de	gut
16.	maisondumonde.de	gut

\* Diese Möbelhändler sind zugleich Sieger in mind. einer der untersuchten acht Leistungskategorien

## Kundenkommunikation auch im Online-Handel entscheidend

Trotz des digitalen Vertriebsweges zählt bei den Online-Händlern die „Kundenkommunikation“, ebenso wie im stationären Handel, sowie die „Kundenberatung“ zu den stärksten Kundenbindungstreibern. Im Vergleich der einzelnen Leistungsmerkmale zeigen sich die Kunden besonders mit „Auswahl an weiteren Produkten“, „Vollständigkeit der Lieferung“, „Fehlerfreie Lieferung & Montage“, „Angebot an Zahlungsmöglichkeiten“ sowie dem „Umfang des Möbelsortiments“ zufrieden. Verbesserungspotenzial besteht hingegen bei „Erreichbarkeit der Fachberatung“, „Hilfreiche Kundenbewertungen“ und „Altmöbel- und Verpackungsentsorgung“. Auf der Ebene der Leistungskategorien überzeugen die Onlinehändler am stärksten bei „Lieferung & Aufbau“. Hier führt hoeffner.de das Einzelranking an. In der „Kundenkommunikation“, „Online-Shop“ und „Produktsortiment“ erhält westwingnow.de jeweils die Bestnote. Bei der „Kundenberatung“ steht allnatura.de und im „Kundenservice“ otto.de an der Spitze. Stärkster beim „Preis-Leistungs-Verhältnis“ ist moebel-sensation.de.

*„Der Trend der Digitalisierung macht auch vor der Möbelbranche keinen Halt“, kommentiert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH, und fügt hinzu „doch scheinen die Spezifika des Möbelverkaufs für den E-Commerce eine besondere Herausforderung zu sein, denn die höchste Kundenzufriedenheit liegt nach wie vor im stationären Handel.“*

Der über 960-seitige „ServiceAtlas Möbelhandel 2018“ kann über die ServiceValue GmbH bezogen werden. Die Wettbewerbsstudie enthält Rankings sowie detaillierte Einzelprofile zu 60 Möbelhändlern (Stationär, Discounter, Online).

### Weitere Informationen:

[ServiceAtlas Möbelhandel 2018](#)

### Pressekontakt

Ena Sipkar  
 ServiceValue GmbH  
 D-50935 Köln  
 Tel.: + 49.(0)221.67 78 67 -51  
 E-Mail: E.Sipkar@ServiceValue.de  
 www.ServiceValue.de