

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

Servicestudie: Paketdienste 2011

Schneller Versand, Preise variieren stark – DHL ist Testsieger, vor GTS und DPD

Hamburg, 17.11.2011 – Ob Süßigkeiten für Enkelkinder, das bei Ebay versteigerte Handy oder eine Flasche Wein für den Geschäftspartner – mehrere Millionen Pakete werden täglich auf eine Reise geschickt. Die Ansprüche an den Versand sind immer gleich: möglichst schnell, preiswert und vor allem unversehrt sollen die Sendungen den Empfänger erreichen. Wie es tatsächlich um Versandqualität, Service und Preise der acht bedeutendsten Paketdienstleister im Privatkundenbereich steht, untersuchte jetzt das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv.

Die Branche zeigte insgesamt eine gute Servicequalität und punktete durch Schnelligkeit beim Versand. 82 Prozent der Sendungen waren nach einem Tag beim Empfänger. Doch nicht jedes Paket kam unbeschadet an: Rund 22 Prozent der Testpakete wurden während des Transports starken Stößen ausgesetzt, verschmutzt oder sogar beschädigt. In den Service-Teilbereichen Telefon, Internet und E-Mail war die Leistung der Logistiker insgesamt gut.

Bei der Preisanalyse zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen den Paketdienstleistern. Im Vergleich der teuersten und günstigsten Angebote ergaben sich durchschnittliche Preisaufschläge bei Inlandssendungen von 123 Prozent. Auch im internationalen Versand machten je nach Zielland und Paketgröße unterschiedliche Anbieter das Rennen. „Vergleichen lohnt sich allemal, besonders bei schweren Sendungen übersteigen die höchsten Preise das günstigste Angebot bis zu fünf Mal“, resümiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts.

Gesamtsieger der Studie und damit „Bester Paketdienst 2011“ wurde DHL. Die Leistungen des Unternehmens waren sowohl bei der Serviceanalyse als auch bei der Preisanalyse überzeugend. Platz zwei belegte GTS und zeigte die besten Preise bei der Paketabholung durch einen Kurier. Drittplatzierter DPD punktete mit guten Serviceleistungen und günstigsten Paketpreisen bei Selbstabgabe. UPS setzte sich im Servicebereich an die Spitze und wurde sowohl bei dem Versand- als auch bei dem Telefon-Test erster.

Im Auftrag von n-tv untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität acht Logistikunternehmen. Dazu erfolgte ein umfassender Servicetest mit insgesamt 408 Kontakten. Die Versandqualität wurde anhand von insgesamt 80 Paketsendungen, die mit einem Stoßindikator versehen waren, analysiert. Zudem flossen die Kontaktqualität per Telefon und E-Mail sowie der Internetauftritt der Paketdienste in die Serviceanalyse. Des Weiteren wurden die Versandpreise für Privatkunden für je fünf unterschiedliche Paketgrößen ins In- und Ausland, sowohl bei Abholung durch die Kuriere als auch bei Abgabe an einer Annahmestelle, analysiert.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber- Test, Donnerstag, 17. November 2011, um 18:35 Uhr

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.

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Geschäftsführer

Fon: +49 (0) 40 27 88 91 48 – 11

Mobil: +49 (0)176 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de