

PRESSEMITTEILUNG

Studie Shopping-Clubs 2012

Spezielle Einkaufsbedingungen und lange Wartezeiten – Limango vor Mysportbrands und Zalando Lounge

Hamburg, 08.02.2012 (ots) – Exklusive Angebote für Mitglieder, Markenartikel bis zu 80 Prozent reduziert – so locken Shopping-Clubs modebewusste Internetnutzer. Vor allem in den letzten Jahren hat die Anzahl der Clubs stets zugenommen. Doch zeigen sich die Branchen-Neulinge den Serviceanforderungen ihrer Kunden gewachsen? Wird die Ware schnell und einwandfrei zugestellt? Und werden Verbraucher bei Fragen kompetent beraten? Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität sieben bekannte Anbieter anhand von 228 verdeckten Testerkontakten.

Das Ergebnis: Die Servicequalität der Branche war insgesamt befriedigend, variierte jedoch in den getesteten Bereichen – Versandqualität, Internetauftritt, telefonischer Kundenservice, E-Mail-Bearbeitung und Shopping-Bedingungen – von ausreichend bis gut. Die beste Bewertung erhielten die Clubs für ihre Internetauftritte, diese waren informativ, bedienungsfreundlich und gut strukturiert. Ebenfalls gut schnitt die Branche bei dem Versandtest ab. Alle Pakete kamen ohne Beschädigungen und korrekt adressiert an. Aufgrund des Geschäftskonzeptes, wonach die Markenware oft erst nach Aktionsende beim Hersteller bestellt wird, sind in der Branche allerdings lange Lieferzeiten von etwa zwei bis vier Wochen üblich.

Mängel offenbarten sich im Kundenkontakt. Sowohl bei einer Anfrage per E-Mail als auch telefonisch mussten Konsumenten viel Geduld mitbringen. „Die Wartezeiten am Telefon waren mit durchschnittlich 47 Sekunden extrem lang“, erklärt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. „Nach spätestens 20 Sekunden sollten Kunden einen Gesprächspartner erreicht haben, wenn das Unternehmen diese nicht verlieren möchte.“

Verbesserungsbedarf gab es auch bei den Einkaufsbedingungen. „Es war meistens nicht möglich, Artikel aus mehreren Aktionen gleichzeitig zu bestellen, was mit mehr Aufwand verbunden ist und zu erhöhten Versandkosten führen kann“, kritisiert Serviceexpertin Möller. „Außerdem hatten viele Anbieter die Warenkörbe zeitlich stark begrenzt, der Kunde wird zum schnellen Kauf gedrängt.“

Testsieger und damit bester Shopping-Club 2012 wurde Limango. Das Unternehmen zeigte den besten Service am Telefon sowie per E-Mail und überzeugte mit der besten Versandqualität. Mysportbrands erreichte den zweiten Rang in der Gesamtwertung und punktete mit den kundenfreundlichsten Shopping-Bedingungen. Dritter in der Studie wurde Zalando Lounge. Der Club hob sich im Wettbewerbsvergleich mit einem schnellen Versand und einem gut aufbereiteten Internetauftritt hervor.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 9. Februar 2012, 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.

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