

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie: Paketdienste 2013

#### **Schnell, aber teils mit Transportmängeln – Testsieger ist DHL vor GLS und DPD, Cargo International siegt im Bereich Abholung**

**Hamburg, 21.11.2013** – Kommt es auch rechtzeitig und unversehrt an? Bei der Paketaufgabe hat sich wohl jeder schon diese bange Frage gestellt. Zwar kann der Verbraucher dabei zwischen etlichen Paketdiensten wählen, aber der Vergleich fällt schwer. Von welchem Versender werden die Pakete schnell und unbeschadet zugestellt? Welchen Service erhält man als Kunde? Und wie unterschiedlich sind die Preise? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht über-regional tätige Paketdienste getestet hat.

Das Ergebnis der Serviceanalyse mit den Bereichen Versand, Telefon, Internet und E-Mail fiel insgesamt gut aus. Ein Unternehmen erreichte ein sehr gutes Resultat. Vier Paketdienste schnitten gut ab und drei weitere befriedigend. Erfreulich fiel dabei auch die Versandqualität aus. Der Versand dauerte im Schnitt lediglich 1,5 Tage, wobei 63 Prozent der Pakete nur einen Tag unterwegs waren. Fünf der acht untersuchten Anbieter verfügten über ein umfangreiches Netz an Paketannahmestellen. Alle Dienste boten eine Paketabholung – ein Service, der aber teils mit deutlichen Preisaufschlägen verbunden war. Der Test deckte bei einigen Anbietern jedoch Mängel beim Transport auf: 24 Prozent der Pakete waren heftigen Erschütterungen ausgesetzt. Dies belegten die eingesetzten Stoßindikatoren.

Die Preisanalyse ließ ein deutliches Einsparpotenzial erkennen – vor allem bei der Selbstabgabe von Paketen. So betrug beispielsweise die maximale Ersparnis für einen Standard-Versandkarton erstaunliche 65 Prozent. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, gibt aber zu bedenken: „Bei Anbietern mit günstigen Versandkosten waren Pakete nicht selten länger unterwegs und kamen nicht immer in einwandfreiem Zustand beim Empfänger an“. Marktforschungsexperte Hamer rät deshalb: „Wer großen Wert auf Schnelligkeit und Zuverlässigkeit legt, sollte beim Paketversand nicht auf jeden Cent schauen.“

Testsieger wurde DHL mit dem besten Gesamtergebnis und auch Platz eins im Bereich Paketversand mit Abgabe der Sendung in einer Filiale. Der insgesamt gute Service des Unternehmens äußerte sich unter anderem in der großen Anzahl an Annahmestellen, einem ansprechenden Kontakt bei der Paketannahme und durch eine kundenfreundliche E-Mail-Bearbeitung. Mit günstigen Preisen überzeugte der Anbieter vor allem bei Sendungen ins Ausland. Auf Platz zwei landete GLS. Das Unternehmen punktete insbesondere mit niedrigen Preisen für den nationalen Versand bei der Selbstabgabe der Pakete. Beim Service erzielte GLS ein noch gutes Ergebnis. Den dritten Rang belegte DPD. Grund für die gute Platzierung waren vor allem die vergleichsweise günstigen Preise für Paketsendungen innerhalb Deutschlands. Im Bereich Paketabholung (Service und Preise) positionierte sich Cargo International mit einem sehr guten Service auf Platz eins.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 21.11.2013, um 18:35 Uhr.*

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer  
Beirat:  
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,  
Johann C. Lindenberg  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte acht überregional aktive Paketversender. Dabei wurde die Servicequalität anhand der Testbereiche Versand, Telefon, Internet und E-Mail ermittelt. Der Versandtest umfasste unter anderem die Bewertung von Paketaufgabe und -auslieferung, die Versanddauer sowie die Versandoptionen, beispielsweise die Anzahl der Annahmestellen oder die maximale Anzahl an Zustellversuchen. Der Umgang mit den Paketen auf dem Versandweg wurde über verdeckte Stoßindikatoren geprüft. Der Service wurde bei jedem Anbieter zudem anhand von jeweils fünf anonymen, verdeckten Interessentenanfragen über E-Mail sowie über Telefon („Mystery-Tests“) ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens. Insgesamt flossen 408 Servicekontakte in die Untersuchung ein. Zusätzlich zur Serviceanalyse erfolgte eine umfangreiche Analyse der Preise einschließlich der Zahlungsoptionen für nationale und internationale Sendungen.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

**Ansprechpartner:**

Markus Hamer  
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

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.