

PRESSEMITTEILUNG

Test: Online-Fotoanbieter 2014

Große Preisunterschiede, lohnender Vergleich – Testsieger ist Mediamarkt.de vor Aldifotos.de und Fotokasten

Hamburg, 06.10.2014 – Der Sommerurlaub ist längst vorbei, doch die geknipsten Erinnerungen schlummern oft noch auf den Speicherkarten der Digitalkameras und Smartphones. Wer aber zumindest die schönsten Aufnahmen in den Händen halten möchte, ist auf einen Fotoservice angewiesen. Auch im Internet gibt es inzwischen zahlreiche Dienste, die sich auf Foto-produkte – von Papierabzügen über Fotobücher bis hin zu Fototassen und -kalender – spezialisiert haben. Doch welcher Anbieter ist hier am günstigsten? Wie serviceorientiert sind die Dienste im Internet aufgestellt? Und wie kundenfreundlich sind die Bestell- und Zahlungsbedingungen? Diesen und weiteren Fragen ging das Deutsche Institut für Service-Qualität nach, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv elf Online-Fotoanbieter untersucht hat.

Der Test deckte deutliche Unterschiede beim Preisniveau der einzelnen Anbieter auf. Die mögliche Ersparnis aller acht untersuchten Produkte lag im Schnitt bei über 30 Prozent, wenn der jeweils günstigste statt der teuerste Anbieter gewählt wurde. Sparen konnte der Kunde insbesondere bei speziellen Fotoprodukten wie Fotobüchern, Postern oder Wandkalendern. So lag die maximale Ersparnis bei einem Fotobuch beispielsweise bei über 70 Prozent. „Ein Preisvergleich ist ratsam, denn kein Fotoanbieter bot im Test für alle untersuchten Produkte den jeweils günstigsten Preis“, rät Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Nicht vollends überzeugen konnten die Online-Fotoanbieter mit ihren Internetauftritten. Während vier Fotodienste das Qualitätsurteil „gut“ erzielten, kamen die weiteren sieben Anbieter nicht über ein befriedigendes Ergebnis hinaus. Verbesserungspotenzial gab es beispielsweise bei den Kontaktinformationen, die oft unvollständig waren, sowie den Tools zur Fotobearbeitung direkt im Internet. Die Möglichkeiten der Fotogestaltung und -korrektur erwiesen sich als begrenzt, wenn keine Bestellsoftware oder kein Bildbearbeitungsprogramm auf den eigenen PC heruntergeladen wird.

Der Versand stellte sich als teils großer Kostenpunkt heraus. Während ein Anbieter kostenfrei lieferte, lag der Mittelwert der Versandkosten bei den übrigen Anbietern im Test zwischen 2,57 Euro und 6,63 Euro. „Wer etwa bei Fotoabzügen auf jeden Cent schaut, sollte zunächst die Versandkosten prüfen. Nur so erspart man sich eine böse Überraschung bei der Gesamtrechnung“, erläutert Marktforschungsexpertin Bianca Möller.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Hightech, Montag, 06.10.2014, um 18:35 Uhr.

Testsieger der Studie „Online-Fotoanbieter 2014“ wurde Mediamarkt.de. Der Fotodienst des Unternehmens überzeugte vor allem mit dem im Test insgesamt besten Preisniveau. Bei den geprüften Musterfällen lagen die Preise stets unter dem Durchschnitt der untersuchten Anbieter. Mediamarkt.de belegte auch Platz eins im Bereich der Bestell- und Zahlungsbedingungen. Dafür sorgte beispielsweise der generell kostenfreie Versand. Für den Internetauftritt sicherte sich das Unternehmen das Qualitätsurteil „gut“. Auf Rang zwei platzierte sich Aldifotos.de und überzeugte insbesondere bei der Preisanalyse. Bei zwei der fünf Musterfälle war keiner der Konkurrenten günstiger als der Fotoservice des Discounters.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

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

Auch konnte der Anbieter mit vergleichsweise niedrigen durchschnittlichen Versandkosten punkten. Fotokasten belegte Rang drei. Der Fotodienst verfügte über den im Vergleich besten Internetauftritt (Qualitätsurteil: „gut“), der etwa mit vielfältigen Informationen, einem Service-Chat als zusätzlichen Kontaktweg und einer hohen Bedienungsfreundlichkeit überzeugte.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität führte einen Test von elf bedeutenden Online-Fotoanbietern durch. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Website eines jeden Unternehmens ermittelt. Im Fokus standen unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit sowie die Transparenz und Sicherheit. Darüber hinaus erfolgten eine Preisanalyse auf der Basis fünf definierter Musterfälle, die sich aus insgesamt acht Fotoprodukten zusammensetzten, und die Bewertung der Bestell- und Zahlungsbedingungen.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@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.