

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Erlebnisanbieter 2016

Anbieterservice nur mittelmäßig – Online-Bestellung oft gut, aber teurer Gutscheinumtausch – Testsieger ist Meventi

Hamburg, 27.10.2016 – Vom Helikopterflug und Bungee-Jumping über Show-Dinner und Kochkurse bis hin zu Floating und Wellnesspaketen – ausgefallene, besondere Events zum Verschenken sind das Spezialgebiet von Erlebnisanbietern wie Jochen Schweizer oder Mydays. Was oft verführerisch klingt, hat in der Praxis aber Haken und Ösen: Beim Service und Gutscheineinkauf gibt es teils deutliche Unterschiede. Das zeigt die Servicestudie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv neun Erlebnisanbieter getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 27.10.2016, 18:35 Uhr*).

Erlebnisgutschein-Spezialisten nicht immer überzeugend

Viermal „gut“, viermal „befriedigend“, einmal „ausreichend“ – die untersuchten Erlebnisanbieter zeigen gemischte Leistungen und erzielen insgesamt nur ein befriedigendes Ergebnis. Den Gutscheinkauf sollten Kunden wohlüberlegt tätigen, denn bei Problemen zeigen die Unternehmen relativ wenig Kulanz. So bieten zwar die meisten Anbieter einen Umtausch an, allerdings wird dafür oft eine Gebühr erhoben. Vier Anbieter verlangen in diesem Fall happige 15 Euro. Auch eine Verlängerung der Gutscheingültigkeit ist meist kostenpflichtig.

Schwachpunkt Hotline

Beim Service zeigen sich einige Defizite. Insbesondere Interessenten, die zum Hörer greifen, erleben nicht selten eine Enttäuschung: Schon die Wartezeiten am Telefon fallen lang aus – bei einem Anbieter im Schnitt deutlich über zwei Minuten. Die Beratungen selbst sind dann oft wenig individuell und in mehr als der Hälfte der Fälle unvollständig. Ein Unternehmen hat im Testzeitraum überhaupt keinen telefonischen Service für Interessenten angeboten. Schwächen gibt es aber auch bei der E-Mail-Bearbeitung: Bis eine Antwort eintrifft, vergeht im Schnitt mehr als ein Tag. Oft speisen die Mitarbeiter den potenziellen Kunden dann mit einem Verweis auf die Internetseite ab, statt die Fragen sorgfältig zu beantworten.

Websites als gute Anlaufstelle

Der Internetauftritt ist der stärkste Servicebereich der Erlebnisanbieter: Für den Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit sichern sich die meisten Unternehmen gute Noten. Auch der Bestellprozess der Erlebnisgeschenke ist in der Regel nutzerfreundlich und transparent gestaltet. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, bringt es auf den Punkt: „Trotz des sichtbaren Verbesserungspotenzials bieten immerhin vier Unternehmen eine insgesamt gute Leistung. Generell sollte man vor der Bestellung aber einen Blick auf die Vertrags- und Bestellbedingungen werfen, damit bei einem Fehlkauf keine unnötigen Kosten entstehen.“

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht Meventi mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Studie hervor. Das Unternehmen überzeugt mit dem vergleichsweise besten Internetauftritt, der Bedienungsfreundlichkeit und einen transparenten sowie sicher gestalteten Bestellprozess bietet. Auch beim Service per E-Mail ist Meventi führend, unter anderem dank freundlicher und verständlicher Auskünfte.

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:

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

Am Telefon zeigt der Anbieter ebenfalls eine gute Leistung. In Bezug auf die Vertrags- und Bestellbedingungen schneidet der Testsieger als einziges Unternehmen sogar mit „sehr gut“ ab, beispielsweise aufgrund geringer Versandkosten und kostenloser Umtauschoption. Den zweiten Rang belegt Einmalige Erlebnisse (Qualitätsurteil: „gut“). In der Serviceanalyse überzeugt das Unternehmen insbesondere mit dem telefonischen Service, der nur knapp ein sehr gutes Urteil verfehlt. Die Fragen werden am Telefon ausnahmslos korrekt und überwiegend gut strukturiert und vollständig beantwortet. Die durchschnittliche Wartezeit bis zum Gesprächsbeginn beträgt weniger als zwei Sekunden. Der gute Internetauftritt punktet etwa mit einem sicheren und transparenten Zahlungsprozess sowie umfangreichen Kontaktinformationen; auch die Vertragsbedingungen fallen sehr überzeugend aus. Auf dem dritten Rang positioniert sich Mydays, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Das Unternehmen bietet in allen untersuchten Servicebereichen konstant gute Leistungen. Auch die Vertragsbedingungen können punkten, unter anderem mit einer langen Gutscheingültigkeit von drei Jahren. Mit Jochen Schweizer auf Platz vier im Gesamtergebnis sichert sich noch ein weiteres Unternehmen das Qualitätsurteil „gut“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete den Service von neun Erlebnisanbietern. Die Servicequalität wurde anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und einer detaillierten Inhaltsanalyse der Websites ermittelt. Darüber hinaus erfolgten pro Anbieter jeweils zehn verdeckte Telefon- sowie E-Mail-Tests. Insgesamt flossen 269 Servicekontakte mit den Erlebnisanbietern in das Ergebnis ein. Gegenstand der Studie waren außerdem die Vertrags- und Bestellbedingungen der Unternehmen, die ebenfalls analysiert und bewertet wurden (Erhebungszeitraum: 29.08.-02.09.2016).

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

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 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.