

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Online-Ankaufdienste 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv
Hamburg, 28. Februar 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

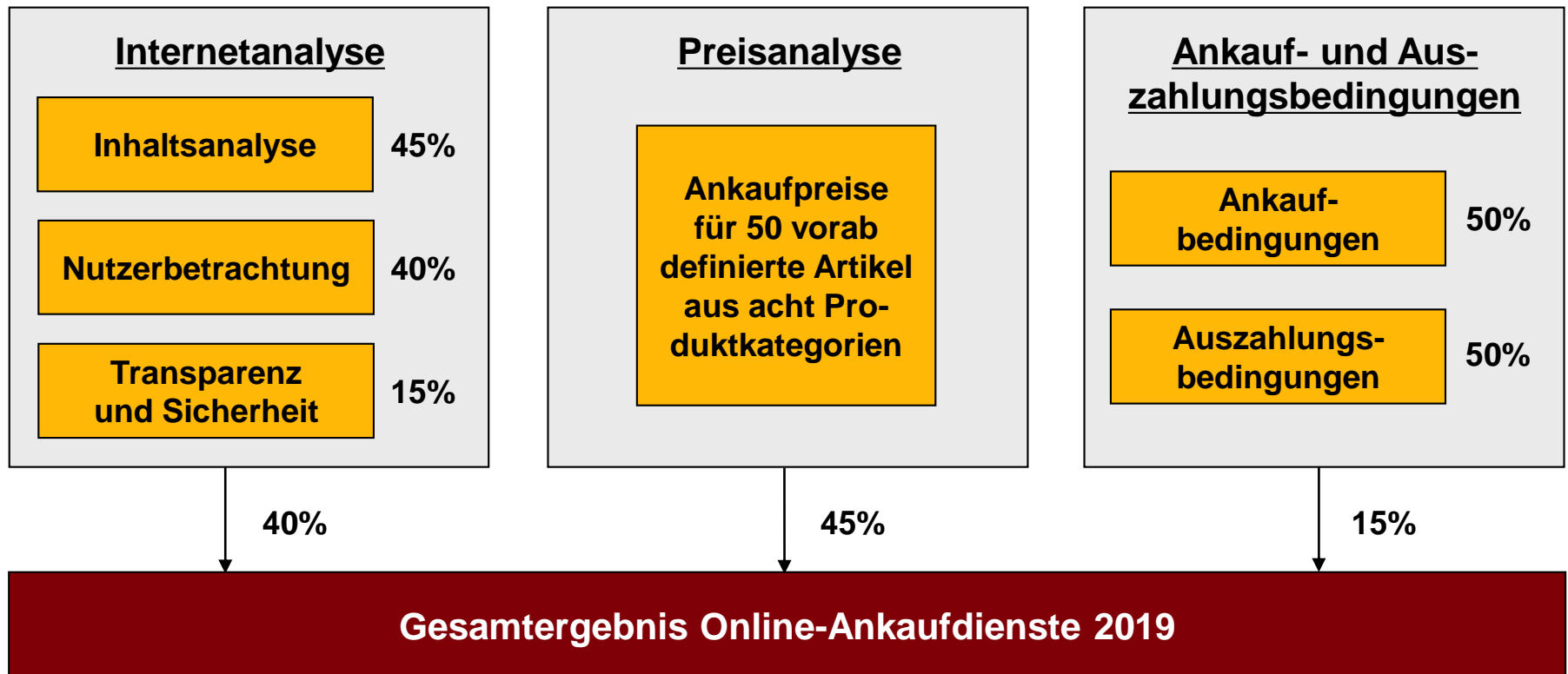
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Ergebnis Online-Ankaufdienste Medien/Elektronik	10
5. Die besten Unternehmen	12
6. Stärken und Schwächen der Branche	14
Internetanalyse	15
Preisanalyse	16
Ankauf- und Auszahlungsbedingungen	17
7. Ergebnisse der Unternehmen	18
Internetanalyse	18
Preisanalyse	20
Ankauf- und Auszahlungsbedingungen	21
8. Methodik	23
Anhang	32

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender n-tv
Studienumfang	7 Online-Ankaufdienste
Studienzeitraum	November 2018 bis Februar 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Internetauftritt, Preise, Ankauf- und Auszahlungsbedingungen
Internetanalyse	Insgesamt 77 Servicekontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 7 Inhaltsanalysen der Internetauftritte inklusive der Aspekte Transparenz und Sicherheit (1 je Anbieter)■ 70 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Preisanalyse	Bewertung der Ankaufpreise von 50 ausgewählten Produkten aus einem vorab definierten Warenkorb aus 8 verschiedenen Produktkategorien (Erhebung: 28. – 30. November 2018)
Ankauf/Auszahlung	Umfassende Analyse der Ankauf- und Auszahlungsbedingungen

1. Zahlen und Fakten zur Studie

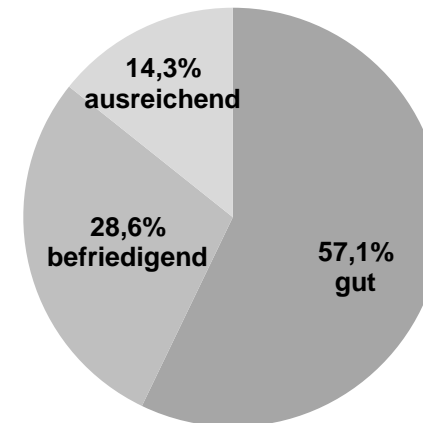
Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Online-Ankaufdienste			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Rebuy	79,9	gut
2	Zoxs.de	74,0	gut
3	Wirkaufens.de	73,5	gut
4	Momox	71,2	gut
5	My Swooop	67,3	befriedigend
6	Flip4New	63,6	befriedigend
7	Buchmaxe.de	50,0	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	68,5	

Verteilung der Qualitätsurteile



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Online-Ankaufdienste			Internetanalyse		Preisanalyse		Ankauf-/ Auszahlungs- bedingungen	
100%			40%		45%		15%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Rebuy	79,9	4	69,7	1	87,3	1	85,0
2	Zoxs.de	74,0	1	75,0	3	74,4	6	70,0
3	Wirkaufens.de	73,5	6	66,1	2	76,2	1	85,0
4	Momox	71,2	3	73,1	4	73,3	7	60,0
5	My Swooop	67,3	2	73,2	5	59,4	4	75,0
6	Flip4New	63,6	7	63,4	6	56,7	1	85,0
7	Buchmaxe.de	50,0	5	68,1	7	25,7	4	75,0
Branche (Mittelwert)		68,5			69,8		76,4	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

4. Ergebnis

Online-Ankaufdienste Medien

Ergebnis Online-Ankaufdienste Medien 100%			Internetanalyse 40%		Preisanalyse Medien** 45%		Ankauf-/ Auszahlungs- bedingungen 15%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Rebuy	82,8	4	69,7	1	93,8	1	85,0
2	Momox	71,2	3	73,1	2	73,3	7	60,0
3	Zoxs.de	69,0	1	75,0	3	63,3	6	70,0
4	My Swooop	62,8	2	73,2	4	49,6	4	75,0
5	Buchmaxe.de	50,0	5	68,1	5	25,7	4	75,0
-	Flip4New	-	7	63,4	-	-	1	85,0
-	Wirkaufens.de	-	6	66,1	-	-	1	85,0
Branche (Mittelwert)		67,2	69,8		61,1		76,4	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** In die Preisanalyse fließen an dieser Stelle nur die Ergebnisse aus den Medien-Produktkategorien (Bücher, DVDs, CDs und Games) ein.

4. Ergebnis

Online-Ankaufdienste Elektronik

Ergebnis Online-Ankaufdienste Elektronik 100%			Internetanalyse 40%		Preisanalyse Elektronik** 45%		Ankauf-/ Auszahlungs- bedingungen 15%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Zoxs.de	79,0	1	75,0	1	85,6	6	70,0
2	Rebuy	77,0	4	69,7	2	80,7	1	85,0
3	Wirkaufens.de	73,5	6	66,1	3	76,2	1	85,0
4	My Swooop	71,7	2	73,2	4	69,2	4	75,0
5	Flip4New	63,6	7	63,4	5	56,7	1	85,0
-	Buchmaxe.de	-	5	68,1	-	-	4	75,0
-	Momox	-	3	73,1	-	-	7	60,0
Branche (Mittelwert)		72,9	69,8		73,7		76,4	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

** In die Preisanalyse flossen an dieser Stelle nur die Ergebnisse aus den Elektronik-Produktkategorien (Smartphones, Tablets, Kameras und MP3-Player/eBook-Reader/Konsolen) ein.

5. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Rebuy	Zoxs.de	Wirkaufens.de
Ergebnis Online-Ankaufdienste Medien*	Rebuy	Momox	Zoxs.de
Ergebnis Online-Ankaufdienste Elektronik**	Zoxs.de	Rebuy	Wirkaufens.de
Internetanalyse	Zoxs.de	My Swooop	Momox
Preisanalyse	Rebuy	Wirkaufens.de	Zoxs.de
Ankauf- und Auszahlungsbedingungen	Flip4New; Rebuy; Wirkaufens.de	-	-

* In der Preisanalyse dieser Auswertung flossen nur Produkte aus dem Bereich Medien (Bücher, CDs, DVDs, Games) ein.

** In die Preisanalyse dieser Auswertung flossen nur Produkte aus dem Bereich Elektronik (Smartphones, Tablets, Kameras , MP3-Player, eBook-Reader, Konsolen) ein.

8. Methodik

Hintergrund der Studie

Viele Dinge, die wir uns im Laufe des Lebens anschaffen, können wir schon in einigen Jahren nicht mehr gebrauchen. Die Sachen haben für den Besitzer keinen Wert mehr und werden überflüssig. Statt die Ware einfach in die Mülltonne zu werfen, beim Sperrmüll zu entsorgen und zu verschrotten, können Privatleute diese auf eine umweltfreundlichere und bequemere Weise loswerden. Neben der klassischen Methode des Vor-Ort-Verkaufens auf Flohmärkten hat sich das Internet zu einer bequemen Möglichkeit für den Verkauf von gebrauchten Waren entwickelt. Ein Grund für den Boom der letzten Jahre war die große Popularität von Auktionsplattformen, insbesondere Ebay, und Kleinanzeigen-Marktplätzen.

Eine weitere Alternative sind Ankaufportale im Internet, die auch als Re-Commerce-Plattformen bezeichnet werden. Diese Internethändler kaufen insbesondere gebrauchte Medien (Bücher, CD, DVD, Blu-Ray, Games etc.) und/oder Elektronik (Computer, Konsolen, Smartphones etc.) an. Der Vorteil liegt darin, dass die privaten Verkäufer alle Artikel, die sie nicht mehr benötigen, in einem Schwung los werden können. Zudem können sie je nach Restwert ihres Gebrauchtartikels sogar noch einen beachtlichen Betrag erzielen.

Um aus Kundensicht festzustellen, welcher der Dienste den besten Internetauftritt, die fairsten Ankauf- und Auszahlungsbedingungen sowie preislich das beste Angebot offeriert, wurde im Rahmen dieser Studie eine detaillierte Analyse relevanter Online-Ankaufdienste vorgenommen.

8. Methodik

Untersuchungsumfang

Das Untersuchungssample setzte sich aus Online-Diensten zusammen, sie auf deutschsprachige Nutzer zugeschnitten sind und einen Ankauf von Artikeln in mindestens vier von acht definierten Produkt-Hauptkategorien bieten. Auktionsplattformen und Online-Marktplätze, wie etwa eBay, Shpock.de und Hood.de, zählen aufgrund des anders gearteten Funktionsprinzips nicht zum Untersuchungsgegenstand.

Die Vorauswahl potenzieller Testkandidaten erfolgte über eine Internetrecherche und berücksichtigte branchenrelevante Informationen verschiedener Quellen.* In das finale Testsample wurden die laut dem Ranking des Webtraffic-Analysedienstes Alexa relevantesten Online-Ankaufdienste aufgenommen.**

Das Untersuchungspanel deckte somit den Markt unter den genannten Kriterien ab und setzte sich aus folgenden sieben Anbietern zusammen:

- Buchmaxe.de
- Momox
- Rebuy
- Zoxs.de
- Flip4New
- My Swoop
- Wirkaufens.de

* Vgl. online z. B. unter: https://www.chip.de/artikel/CHIP-Anbietervergleich-Ankaufdienste-im-Internet-2018_136568477.html oder <http://www.recyclingmonster.de/ankaufdienste> oder <https://www.servicevalue.de/wettbewerbe/branchenebergreifend/service-champions-deutschland/ranking/ranking-online-ankaufdienste/> (Abrufdatum jeweils 24.10.2018)

** Quelle: Web-Informationsdienst Alexa.com (Abfrage vom 24.10.2018)

8. Methodik

Preisanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen der Preisanalyse wurden die Ankaufpreise der Online-Ankaufdienste stichtagsbezogen unter die Lupe genommen. Die Grundlage bildete ein Musterwarenkorb, der aus insgesamt 50 Produkten in identischem Gebrauchszustand bestand. Zugrunde gelegt wurden populäre Artikel der letzten Jahre. Die Auswahl erfolgte unter Zuhilfenahme jahresspezifischer Bestsellerlisten und Verkaufszahlen. Der Warenkorb berücksichtigte acht relevante Produktkategorien:

Bücher, CDs, DVDs und Games (alle Produktgruppe Medien) sowie Smartphones, Tablets, Kameras und MP3-Player/eBook-Reader/Konsolen (alle Produktgruppe Elektronik).

Die Ankaufpreise der Produkte wurden stichtagsbezogen ermittelt und im Anbietervergleich bewertet. Die Bewertung erfolgte mittels einer prozentualen Abschlagsberechnung: Dem höchsten Angebot für jedes einzelne Produkt wurde die Maximalpunktzahl (100) zugewiesen. Unternehmen, die für das identische Produkt maximal 10 Prozent des Höchstpreises offerierten, erhielten null Punkte. Die einzelnen Preise der weiteren Anbieter wurden relativ zu den beiden produktspezifischen Extrempreisen bewertet. Ebenso null Punkte erhielt der Ankaufdienst, wenn der Ankauf des Produkts abgelehnt wurde (Ankaufpreis: 0,00 Euro), obwohl die Produktkategorie zum Portfolio zählte.

Die Bewertung der Ankaufpreise erfolgte für jedes Produkt gleichgewichtig. Dabei flossen für das Gesamtergebnis nur Produkte aus jenen Kategorien in die Preisanalyse ein, die generell zum Portfolio des jeweiligen Ankaufdienstes zählten.

8. Methodik

Getestete Internetauftritte

Unternehmen	Internetseite
Buchmaxe.de	www.buchmaxe.de
Flip4New	www.flip4new.de
Momox	www.momox.de
My Swooop	www.myswooop.de
Rebuy	www.rebuy.de
Wirkaufens.de	wirkaufens.de
Zoxs.de	www.zoxs.de

Testzeitraum: 3. Dezember 2018 - 6. Januar 2019

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Internetanalyse	100,0%
Inhaltsanalyse	45,0%
Nutzerbetrachtung	40,0%
Transparenz und Sicherheit	15,0%

Inhaltsanalyse Internet	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Produktsuche/-eingabe über:	
EAN-(Barcode)/ISBN-Nummer	4,0%
Produktbezeichnung/-name	4,0%
Mobile Scanner-App	4,0%
Möglichkeit, mehrere Artikel in einem Schritt einzugeben	3,0%
Informationen über Auszahlungsmodalitäten	3,0%
Informationen über Zustandekommen des Preises	2,0%
Informationen über Einsendekosten/Kostenübernahme	1,0%
Informationen über Maximalgewicht der Pakete	1,0%
Hinweis zu Zustandsregeln der Ankaufprodukte	4,0%
Mobile Seite / App (iOS und Android)	4,0%

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Persönlicher Kundenbereich	3,0%	
Ratgeber zu Verpackung/Einsendung	2,0%	
Anzahl Klick bis zur Produktsuche/-eingabe	5,0%	
Anzahl Klick bis zu Info über Verpackung/Einsendung	5,0%	
Anzahl Klick bis zur Info über Auszahlungsarten	5,0%	
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	3,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	3,0%	
Suchfunktion	3,0%	
Newsletter	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	
Transparenz und Sicherheit Internet		100,0%
Transparenz		55,0%
Informationen zum Verkaufsablauf (Anleitung, spezieller FAQ-Bereich o. ä.)	7,5%	
Fortschrittsanzeige im Verkaufsprozess	7,5%	
Hinweis auf AGB im Verkaufsprozess	8,0%	
Aktive Zustimmung zu den AGB durch den Kunden	12,0%	
Hinweis auf Datenschutzerklärung im Verkaufsprozess	8,0%	
Aktive Zustimmung zur Datenschutzerklärung durch den Kunden	12,0%	
Sicherheit		45,0%
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des gesamten Verkaufsvorgangs	10,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des letzten Verkaufsschritts	10,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung beim Kunden-Log-in	17,5%	
Verkaufsmöglichkeit ohne Registrierung	7,5%	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

8. Methodik

Untersuchungskriterien

Preisanalyse	100,0%	
Ankaufpreise (Warenkorb mit 50 Produkten aus acht Produktkategorien)*		100,0%
Ankauf-/Auszahlungsbedingungen	100,0%	
Ankaufbedingungen		50,0%
Mindestankaufswert nötig (negative Bewertung)	20,0%	
Kostenfreie Einsendung (ohne Einschränkung)	10,0%	
Abholservice	10,0%	
Kostenlose Rücksendung abgelehnter Artikel	10,0%	
Auszahlungsbedingungen		50,0%
Per Überweisung auf eigenes Girokonto	20,0%	
Immer zunächst als Guthaben auf Kundenkonto (negative Bewertung)	15,0%	
Per Überweisung auf eigenes Paypal-Konto	10,0%	
Weitere Auszahlungsarten	5,0%	

* Bei jedem Ankaufdienst flossen nur die Ergebnisse jener Produktkategorien ein, die generell zum jeweiligen Ankaufportfolio zählten. Die Bewertung der Ankaufpreise erfolgte im Anschluss für jedes Produkt gleichgewichtig.

	Seite
A. Tester-Eindrücke	33
B. Internetanalyse	35
Inhaltsanalyse	35
Nutzerbetrachtung	36
Transparenz und Sicherheit	37
C. Preisanalyse	38
Ergebnis Produktkategorien	38
Musterwarenkorb	39
Ankaufpreise (Auszug)	41
D. Allgemeine Methodik (Service-Tests)	43

D. Allgemeine Methodik

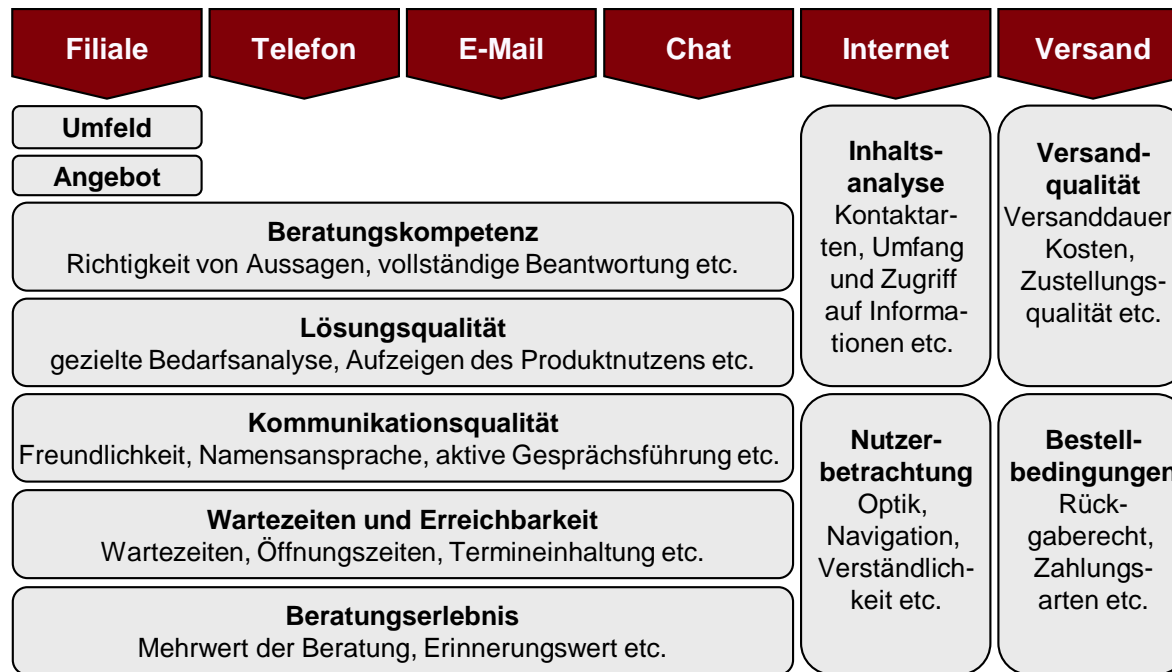
Servicetests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik; Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

D. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“