

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Online-Shops Universalversender 2019

Online-Versandhandel punktet mit Zuverlässigkeit – Defizite beim Service per Telefon und E-Mail – Testsieger ist Otto.de

Hamburg, 10.04.2019 – Ob Küchengeräte, Bücher oder Mode – für fast jeden Bedarf bieten die großen Versandhändler im Internet das passende Produkt. Dabei sorgen komfortabel und kundenfreundlich gestaltete Online-Shops für einen bequemen Einkauf. Weniger angenehm ist es für Kunden, den Anbieter per Telefon oder E-Mail zu kontaktieren. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 15 große Internet-Universalversender untersucht hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 10.04.2019, 18:35 Uhr*).

Service am Telefon und per E-Mail mit Schwächen

Der Service der Online-Händler liegt insgesamt auf einem guten Niveau. Im Test schneiden 14 Anbieter mit dem Qualitätsurteil „gut“ ab, ein Unternehmen ist aber nur ausreichend. Ihre größte Stärke spielen die Versandhändler mit ihren professionell gestalteten Shops im Internet aus: Diese punkten mit hoher Nutzerfreundlichkeit und ermöglichen eine komfortable Produktsuche. Umfangreiche Filter- und Sortierfunktionen für die Suchtreffer helfen bei der Auswahl. Auch Kundenbewertungen oder Produktempfehlungen erleichtern die Orientierung. Eine durchgängig erkennbare SSL-Verschlüsselung sorgt für die nötige Sicherheit bei der Übertragung persönlicher Daten.

Kurz angebunden ist dagegen in vielen Fällen der telefonische Service: Zwar beantworten die Mitarbeiter konkrete Fragen fachlich korrekt. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, äußert sich dennoch kritisch: „In über 80 Prozent der Telefonate geht die Beratung am tatsächlichen Bedarf des Kunden vorbei. Häufig sind die Auskünfte zu oberflächlich und helfen dem Anrufer nicht weiter.“ Schwächen zeigt auch der Service per E-Mail. Kundenanfragen werden nicht selten nur unvollständig und wenig individuell beantwortet.

Versand überzeugt, deutliche Unterschiede bei Versandkosten

Überzeugend sind die Leistungen beim Versand: Sämtliche im Test bestellten Waren werden korrekt geliefert und kommen in gutem Zustand beim Empfänger an. Für eine mögliche Rücksendung liegt ein Retourenschein häufig bei; Kosten für Ware und Versand erstatten die Unternehmen in den meisten Fällen innerhalb von zwei Wochen nach der Rücksendung. Marktforschungsexperte Markus Hamer rät jedoch, auf die generellen Einkaufsbedingungen zu achten: „Vor allem bei Mindestbestellwerten und Versandkosten gibt es große Unterschiede. Eine Standardlieferung kann bei dem einen Online-Shop kostenfrei sein, während bei anderen zum Teil Kosten von fast sieben Euro anfallen.“ Einen generellen Mindestbestellwert verlangen nur zwei der 15 Unternehmen – immerhin stattliche 40 Euro.

Die besten Online-Händler

Testsieger ist Otto.de (Qualitätsurteil: „gut“). Der Auftritt im Internet überzeugt mit sehr umfangreichen und verständlichen Informationen rund um Produkte und Lieferung. Positiv sind auch die zahlreichen Hinweise für eine Kontakt-

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:
Jochen Dietrich, Marianne Voigt,
Prof. Peter Wippermann
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

aufnahme. Zudem ist das Unternehmen telefonisch gut zu erreichen und bearbeitet E-Mail-Anfragen innerhalb kurzer Zeit. Sowohl am Telefon als auch per E-Mail gehen die Mitarbeiter stets korrekt, souverän und freundlich auf das Anliegen der Kunden ein.

Auf dem zweiten Rang folgt Heine.de, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der Online-Versandhändler profiliert sich mit einem sehr hohen Informationsgehalt der Website sowie in puncto Versand und Rücksendung. Beim Versandtest sind die Pakete innerhalb von maximal zwei Tagen in gutem Zustand beim Empfänger, inklusive persönlichem Begleitschreiben. Anfragen per E-Mail beantworten die Mitarbeiter zudem kompetent und lösungsorientiert.

Bader.de platziert sich auf dem dritten Rang (Qualitätsurteil: „gut“). Die nutzerfreundliche Website des Online-Shops sorgt auch mit hilfreichen allgemeinen Informationen für eine gute Orientierung, beispielsweise mit einem Stofflexikon. Bader.de ist zudem der einzige Anbieter ohne Versandkosten bei Standardlieferungen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete 15 Universalversender im Internet. Die Servicequalität der Unternehmen wurde anhand von je zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests, je drei Versandtests, zehn Prüfungen der jeweiligen Internetauftritte durch geschulte Testnutzer sowie einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website ermittelt. Schwerpunkte der Internetanalyse bildeten unter anderem der Informationswert, die Bedienungs-freundlichkeit sowie die Transparenz und Sicherheit im Bestellprozess. Zudem erfolgte eine Prüfung der Bestell- und Zahlungsbedingungen der Anbieter. Insgesamt flossen 510 Servicekontakte mit den Universalversendern in die Auswertung ein.

Veröffentlichung 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.