

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Servicestudie: E-Bike Fachhändler 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 7. Juli 2021

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 Dokumentation 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 über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv 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. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Telefonische Beratung	13
Online-Service	14
6. Methodik	15
Anhang	25

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	8 E-Bike Fachhändler
Studienzeitraum	Februar bis Juni 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 168 Servicekontakte (21 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 80 Analysen der telefonischen Beratung (10 je Anbieter)■ 88 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 8 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 80 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis E-Bike Fachhändler			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Fahrrad XXL	72,8	gut
2	Lucky Bike / Radlbauer	71,6	gut
3	Mega Bike	70,1	gut
4	B.O.C. / Bikemax	69,2	befriedigend
5	Stadler	69,2	befriedigend
6	E-motion	62,6	befriedigend
7	Cube / Multicycle	59,2	ausreichend
8	Little John Bikes	58,1	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	66,6	

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. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis E-Bike Fachhändler			Telefonische Beratung		Online-Service	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Fahrrad XXL	72,8	2	66,7	1	79,0
2	Lucky Bike / Radlbauer	71,6	1	67,3	3	75,9
3	Mega Bike	70,1	4	65,6	4	74,7
4	B.O.C. / Bikemax	69,2	5	61,5	2	77,0
5	Stadler	69,2	3	65,8	5	72,6
6	E-motion	62,6	6	57,8	6	67,4
7	Cube / Multicycle	59,2	8	52,0	7	66,4
8	Little John Bikes	58,1	7	56,8	8	59,3
Branche (Mittelwert)		66,6	61,7		71,5	

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. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Fahrrad XXL	Lucky Bike / Radlbauer	Mega Bike
Telefonische Beratung	Lucky Bike / Radlbauer	Fahrrad XXL	Stadler
Online-Service	Fahrrad XXL	B.O.C. / Bikemax	Lucky Bike / Radlbauer
Internetanalyse	Fahrrad XXL	B.O.C. / Bikemax	Lucky Bike / Radlbauer
Nutzerbetrachtung	Mega Bike	Fahrrad XXL	Lucky Bike / Radlbauer

6. Methodik

Hintergrund der Studie

Radtourismus liegt im Trend. Laut einer Untersuchung des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs aus dem Jahr 2020 haben allein im Jahr 2019 etwa 34,3 Millionen Menschen aus Deutschland mindestens eine Tagestour mit dem Fahrrad gemacht. Bei durchschnittlich bis zu 72 zurückgelegten Kilometern pro Tag auf einer Radreise kann ein E-Bike oder Pedelec eine enorme Entlastung darstellen.* Gemäß einer aktuellen Befragung in elf europäischen Ländern gehören die Bewältigung von Steigungen oder großen Entfernungen, weniger Anstrengung beim Fahren als bei einem herkömmlichen Fahrrad und dennoch die Verbesserung von physischer und psychischer Gesundheit durch das Radfahren zu den Hauptgründen für die Anschaffung eines Elektrofahrrads. Die vergleichsweise hohen Kosten für ein E-Bike sind der Hauptgrund, aus dem sich potentielle Kunden gegen die Anschaffung eines E-Bikes entscheiden.** Kaum verwunderlich also, dass eine kompetente und fachkundige Beratung bei der Suche nach einem passenden E-Bike oder Pedelec besonders wichtig ist.

Die Studie sollte daher Aufschluss u. a. darüber geben, wie kompetent und individuell die Mitarbeiter beraten, wie freundlich und hilfsbereit die Kundensprache ist und welche Unternehmen E-Bike-Begeisterte besonders gut bei der E-Bike-Auswahl beraten. Auf dieser Basis verfolgte das Deutsche Institut für Service-Qualität das Ziel, den „Testsieger E-Bike Fachhändler 2021“ zu ermitteln.

* Vgl. Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V., Bundesverband (2020): ADFC-Radreiseanalyse 2020, verfügbar unter: https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/RRA-Handout_2020_Final.pdf (Abrufdatum: 12.02.2021).

** Vgl. Shimano Europe/Fusion Media (2020): State of the nation report. Examining attitudes towards e-bike usage in 11 European countries, verfügbar unter: <https://www.shimano-steps.com/e-bikes/europe/en/state-of-the-nation-report> (Abrufdatum: 12.02.2021).

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Die Auswahl der Unternehmen basiert auf einer Internetrecherche. Einbezogen wurden Unternehmen mit mehr als zehn Filialen. Ketten und Standorte, bei bzw. an denen keine E-Bikes im Sinne der Studie angeboten werden, wurden nicht berücksichtigt. Auf E-Bikes spezialisierte Fachmärkte fanden dagegen Berücksichtigung. Nicht Gegenstand der Studie waren beispielsweise große Sporthäuser mit Fahrrädern im Sortiment (z. B. Decathlon) sowie reine Online-Shops.

Folgende acht E-Bike Fachhändler wurden mittels Online-Recherche identifiziert und in das Sample aufgenommen (in alphabetischer Reihenfolge):

- B.O.C. / Bikemax
- Cube / Multicycle
- E-motion
- Fahrrad XXL
- Little John Bikes
- Lucky Bike / Radlbauer
- Mega Bike
- Stadler

6. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden bei der telefonischen Beratung spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen rund um das Thema E-Bike. Insgesamt wurden zehn Mystery-Tests je Anbieter durchgeführt, dabei wurde zwischen der Kontaktqualität (je fünf Tests) und der Beratungsqualität (je fünf Tests) differenziert. Die Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in gleicher Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt. Bei der Kontaktqualität stellten die Interessenten allgemeine Informationsanfragen über die regionalen und – sofern vorhanden – zentralen Rufnummern der E-Bike Fachhändler. Die Anfragen hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Akkureichweite und -Entsorgung
- Eigenschaften und Wartung
- Nutzung des E-Bikes im Winter
- Frühjahrscheck
- Funktionsweise von E-Bikes
- Unterschied von E-Bikes und Pedelecs
- Vorgehen bei Unfall oder technischen Problemen
- Transport von E-Bikes

Für die Beurteilung der Beratungsqualität wurden die Informationsanfragen um konkrete Kundenprofile und den Wunsch nach einer ganzheitlichen Fahrradberatung samt konkreter Produktempfehlung erweitert. Den Kundenprofilen lagen Merkmale wie die Preisvorstellung zugrunde. Außerdem umfassten sie Detailinformationen zur typischen Nutzung des E-Bikes oder die individuell präferierten technischen Anforderungen wie etwa die Reichweite.

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonische Beratung		100,0%
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonische Beratung (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Standorte		
Karte/Übersicht	2,0%	
Öffnungszeiten	1,0%	
Erläuterung E-Bike/Pedelec	2,0%	
Berechnung der Rahmenhöhe	2,0%	
Erläuterung der Rahmenformen	2,0%	
Erläuterung der Laufradgrößen	2,0%	
Fahrradsuche (Filterfunktionen)		
Preis	1,0%	
Rahmenart/-form	1,0%	
Fahrradtyp	1,0%	
Marke	1,0%	
Zielgruppe (m/w/uni/Kind)	1,0%	
Merk-/Vergleichsfunktion für ausgewählte Räder	1,0%	
Hinweise und Ratgeber		
Beleuchtung	1,5%	
E-Bike: Pflege und Wartung	1,5%	
Akku: Pflege und Wartung	1,0%	
E-Bike Motoren	1,0%	

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)	100,0%	
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		50,0%
Bremssysteme	1,0%	
Montage	1,0%	
Helme	1,0%	
Sattel	1,0%	
Bekleidung	1,0%	
Fahrradschlösser	1,0%	
E-Bike Versicherungsschutz	1,0%	
Informationen zu Fahrradleasing	1,0%	
Informationen zur Sicherheit für Kinder	1,0%	
Information zu Batterie-/Akkuentorgung	1,0%	
Tipps für Fahrradtouren, Reiserouten, Ausflüge	1,0%	
Persönlicher Kundenbereich	2,0%	
Anzahl der Klicks bis zur Erläuterung Pedelec/E-Bike	5,0%	
Anzahl der Klicks bis Standortübersicht/Standort Karte	5,0%	
Anzahl der Klicks bis Berechnung der Rahmenhöhe	5,0%	

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
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/der AGB)	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%	

6. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internetauftritt		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%*	

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

6. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer*	Internetseite
B.O.C. / Bikemax	040 20209797 / Regionale Rufnummern	www.boc24.de
Cube / Multicycle	09231 71012 / Regionale Rufnummern	www.multicycle.de
E-motion	Regionale Rufnummern	emotion-technologies.de
Fahrrad XXL	Regionale Rufnummern	www.fahrrad-xxl.de
Little John Bikes	0351 5634970 / Regionale Rufnummern	www.littlejohnbikes.de/startseite.html
Lucky Bike / Radlebauer	0521 32961050 / Regionale Rufnummern	www.lucky-bike.de
Mega Bike	0431 64732688 / Regionale Rufnummern	www.megabike24.de
Stadler	0941 3788147 / Regionale Rufnummern	shop.zweirad-stadler.de
Testzeitraum	22. April - 21. Mai 2021	22. April - 16. Mai 2021

* Anbieter, die keine allgemeine Rufnummer anboten wurden ausschließlich über regionale Rufnummern kontaktiert.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	26
Positiv	26
Negativ	27
B. Telefonische Beratung	28
Städteverzeichnis	31
C. Online-Service	33
D. Allgemeine Methodik (Servicetests)	34

B. Telefonische Beratung

Städteverzeichnis



- Aachen
- Berlin
- Bielefeld
- Bochum
- Bordesholm
- Brandenburg an der Havel
- Braunschweig
- Bremen
- Chemnitz
- Darmstadt
- Dortmund
- Dresden
- Duisburg
- Düsseldorf
- Eberswalde
- Erlangen
- Flensburg
- Frankfurt am Main
- Frankfurt (Oder)
- Garmisch-Partenkirchen
- Gelsenkirchen
- Göttingen
- Griesheim
- Halle (Saale)

B. Telefonische Beratung

Städteverzeichnis

- Hamburg
- Hannover
- Heidenheim an der Brenz
- Heilbronn
- Kassel
- Kiel
- Koblenz
- Köln
- Leipzig
- Lübeck
- Ludwigshafen
- Magdeburg
- Mainz
- Mannheim
- Mönchengladbach
- München
- Münster
- Nürnberg
- Oberhausen
- Osnabrück
- Rendsburg
- Schwandorf
- Spremberg
- Straubing
- Wiesbaden

E. Allgemeine Methodik

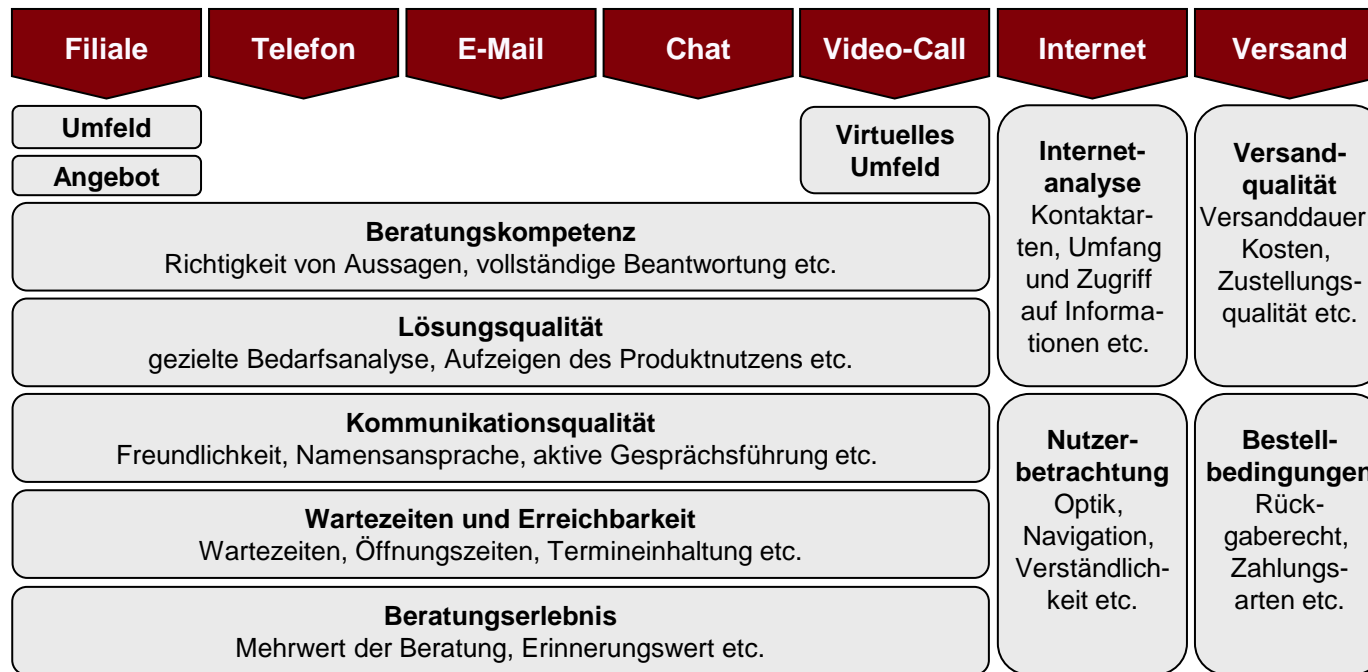
Service-tests

- **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, Video-Call, 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-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

E. 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“