

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Online-Shops für Unterhaltungselektronik

Defizite beim telefonischen Kontakt, Versandkosten und Lieferdauer sehr unterschiedlich – Amazon ist Testsieger

Hamburg, 08.10.2009 (ots) – Der angesagte Flachbildschirm, die schicke Digitalkamera oder ein neuer DVD-Player – Unterhaltungselektronik wird immer häufiger im Internet bestellt. Inzwischen ist sie die drittstärkste Warengruppe im Onlinehandel. Doch wie gut funktionieren die Bestellungen im Internet? Welcher Anbieter liefert am schnellsten? Wo fallen hohe Versandkosten an? Und bei welchem Online-Shop finden Verbraucher generell den besten Service?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt zehn bedeutende Onlineshops für Unterhaltungselektronik. Im Rahmen einer umfassenden Serviceanalyse mit insgesamt 330 Kontakten wurden hierzu die Kontaktqualität per Telefon und E-Mail sowie der Internetauftritt der Unternehmen unter die Lupe genommen. Zusätzlich erfolgte die detaillierte Analyse der Versandqualität und der Bestell- und Zahlungsbedingungen.

Testsieger und damit „Bester Online-Shop für Unterhaltungselektronik 2009“ wurde Amazon. Der Universalversender lag insbesondere bei der Versandqualität vorn. Cyberport auf Rang zwei punktete mit dem besten Internetauftritt im Test. Drittplatzierter Otto überzeugte durch die beste Beratung am Telefon.

Die größten Defizite offenbarten die Online-Shops im telefonischen Kontakt. Besonders die im Durchschnitt nur ausreichende Kommunikationsqualität ließ zu wünschen übrig. Bei einem Drittel der Anrufe bemängelten die Tester die Freundlichkeit der Mitarbeiter, weniger als die Hälfte der Telefonate war inhaltlich verständlich. In sogar nur jedem zehnten Gespräch wurden die Anrufer mit Namen angesprochen.

Weiteres Manko war die Versandqualität, die im Durchschnitt nur mit ausreichend bewertet wurde. Lediglich ein Anbieter lieferte alle Sendungen kostenlos, bei den anderen wurden zwischen 2,99 Euro und 7,95 Euro Versandkosten fällig. Eine große Bandbreite gab es bei der Lieferdauer: Während bei einem Shop die bestellte Ware stets am nächsten Werktag eintraf, dauerte dies bei einem anderen im Durchschnitt mehr als sechs Tage. Verbesserungspotenzial zeigte sich bei der Rücksendung. Ein Drittel der Unternehmen erläuterte nicht die Vorgehensweise, zwei Drittel legten den Paketen keine Retourenaufkleber bei. „Kunden, die sich über ein umständliches Rücksendeprozedere ärgern, bestellen sicherlich nicht ein zweites Mal beim gleichen Anbieter“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Optimierbar sind auch die Internetauftritte vieler Unternehmen. Zwar erhielten die Homepages im Durchschnitt eine gute Bewertung für die Seiteninhalte, kein Unternehmen erreichte jedoch bei Optik und Layout die volle Punktzahl.

Ein Drittel der Online-Shops enttäuschte mit einer nur ausreichenden Bedienungsfreundlichkeit. „Uns hat überrascht, dass gerade die Internetseiten als zentrales Element der Online-Shops nicht deutlich attraktiver und nutzungsfreundlicher gestaltet waren“, kommentiert Serviceexpertin Möller.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Telefon: 040 / 41 11 69 27
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Curio-Haus
Rothenbaumchaussee 17
D-20148 Hamburg
Fon: +49 (0) 40 41 11 69 25
Fax: +49 (0) 40 41 11 69 22
info@disq.de · www.disq.de