

P R E S S E M I T T E I L U N G

Servicestudie: Online-Shops Universalversender

Hohe Versandkosten und große Unterschiede bei der Lieferdauer – Amazon ist Testsieger vor Baur und Otto

Hamburg, 26.03.2010 (ots) – Über die Hälfte aller Warenbestellungen im deutschen Versandhandel werden über das Internet getätigt. Die Vorteile überzeugen: Der Kunde ist nicht an Ladenöffnungszeiten gebunden, kann bequem von zu Hause aus shoppen und aus einer großen Bandbreite an Artikeln wählen. Doch welcher Anbieter liefert schnell und ist zuverlässig? Wie hoch sind die Versandkosten? Und bei welchem Online-Shop finden Verbraucher freundliche und kompetente Mitarbeiter?

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt im Auftrag von n-tv zwölf bedeutende Online-Shops im Internet, die über ein breites Produktangebot wie Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Bücher verfügen. Im Rahmen einer umfassenden Serviceanalyse mit über 400 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.

Gesamtsieger der Studie „Bester Online-Shop Universalversender 2010“ wurde Amazon. Das Unternehmen überzeugte durch den sehr schnellen und kostenfreien Versand sowie die kompetente Beratung am Telefon. Baur sicherte sich durch die zügige E-Mail-Bearbeitung, kurze Wartezeiten am Telefon sowie einen sicheren Bestellvorgang den zweiten Rang. Drittplatzierter Otto punktete mit individuellen E-Mails und optimalen Rücksendemodalitäten. Darüber hinaus glänzte Tchibo mit dem besten telefonischen Kundenservice und QVC mit dem besten Internetauftritt.

Im Durchschnitt wurde die Servicequalität der führenden Universalversender mit „gut“ bewertet. Die größten Defizite offenbarten die Online-Shops beim Versandtest. Nur zwei Anbieter boten eine kostenfreie Lieferung an. Bei allen anderen Unternehmen lagen die Versandkosten zwischen 3,99 Euro und 6,95 Euro. Die Lieferdauer schwankte ebenfalls stark. „Während einige Sendungen bereits nach einem Werktag beim Kunden eintrafen, brauchten andere Päckchen bis zu einer Woche länger“, bemängelt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Instituts.

Verbesserungswürdig waren darüber hinaus die Übersichtlichkeit der Internetauftritte und die Freundlichkeit bei der telefonischen Beratung. „Ein Drittel der Testkunden bewertete die Gesprächsatmosphäre negativ“, sagt Serviceexpertin Möller. Eine kostenfreie Hotline boten nur drei Online-Shops an. Kompensiert wurde dies jedoch durch die sehr kurzen Wartezeiten bis zum Beratungsgespräch. Bezüglich der E-Mail-Bearbeitung haperte es vor allem an einer inhaltlich vollständigen Beantwortung der Anfragen.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Freitag 26.03. um 18.35 Uhr

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 im Auftrag von n-tv.

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