

PRESSEMITTEILUNG

Test: Online-Shops Brillen 2014

Kundenorientierung mit Mängeln – Testsieger ist Misterspex.de vor Optik24plus.de und Netzoptiker.de

Hamburg, 26.02.2014 – Längst vorbei sind die Zeiten, als das Tragen einer Brille noch mit einem Stigma behaftet war. Laut einer aktuellen Studie sind heute schon über 60 Prozent der deutschen Bevölkerung ständig oder teilweise auf eine Sehhilfe angewiesen. Kein Wunder, dass in jeder noch so kleinen Stadt zumindest ein Optiker präsent ist. Aber auch im Internet regt sich die Konkurrenz. So haben sich bereits einige auf Brillen spezialisierte Online-Shops etabliert. Doch welchen Service bieten diese Händler im Netz? Kann der Interessent hier unbesorgt und komfortabel einkaufen? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das neun Online-Shops Brillen getestet hat.

Die Transparenz der Internetseiten offenbarte im Test eklatante Mängel: Entgegen der gängigen Praxis im Online-Handel wies lediglich ein Drittel der neun getesteten Anbieter im Bestellprozess auf die AGB hin. Eine aktive Zustimmung des Kunden – etwa durch Setzen eines Häkchens – bot nur ein einziger Brillen-Shop. Und ein Hinweis auf die eigene Datenschutzerklärung erfolgte im Bestellprozess nur bei zwei Unternehmen. „Man kann von keinem Rechtsbruch sprechen, solange die Shops die AGB an anderer prominenter Stelle platzieren. Aus Verbrauchersicht sind Bestellabläufe ohne entsprechende Hinweise vor dem Kauf aber zumindest ein deutliches Servicedefizit“, kritisiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Bei der Internetanalyse zeigten die Online-Shops Brillen jedoch eine insgesamt befriedigende Qualität. Fünf Anbieter erzielten das Qualitätsurteil „gut“, drei waren befriedigend und ein Unternehmen kam über das Urteil „ausreichend“ nicht hinaus. Zumeist boten die Internetseiten viele Informationen und Funktionen. So war beispielsweise stets eine bedarfsgerechte Sortierung der Suchtreffer möglich, und die Brillen wurden in der Mehrzahl der Shops anhand mehrerer Fotos präsentiert – teilweise mit Zoomfunktion oder gar in 3-D-Ansicht.

Große Schwankungen zeigten die Internet-Händler bei der Angebotsgröße. Während sich einige Anbieter auf ein Sortiment von unter 1.000 verschiedener Brillen konzentrierten, bot ein Online-Shop über 10.000 unterschiedliche Modelle an. Sonderangebote offerierten fast alle Unternehmen; der Kauf von Kontaktlinsen war bei sechs der neun untersuchten Anbieter möglich. Auch bei den Bestellbedingungen zeigten sich deutliche Unterschiede. Beispiel Versandkosten: Während einige Brillen-Shops die Waren stets gratis an die Kunden verschickten, verlangten andere Anbieter bis zu fünf Euro pro Standardpaket.

Testsieger der Studie „Online-Shops Brillen 2014“ wurde Misterspex.de. Der Anbieter verfügte über den im Vergleich besten Internetauftritt (Qualitätsurteil: „gut“) und erzielte mit einer überdurchschnittlich hohen Artikelanzahl das zweitbeste Ergebnis in der Angebotsanalyse. Auch die Bestellbedingungen waren mit die besten im Test und überzeugten mit kostenlosem Versand und einem 30-tägigen Rückgaberecht. Auf Rang zwei positionierte sich Optik24plus.de. Der Online-Shop punktete mit dem besten Angebot aller

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

untersuchten Unternehmen – insbesondere mit der mit Abstand größten Auswahl an Artikeln, Brillenmodellen und -marken. In puncto Bestellbedingungen punktete der Online-Shop mit einem kulantem 44-tägigen Rückgaberecht. Drittplatzierter im Test war Netzoptiker.de. Ein guter Internetauftritt, ein überdurchschnittliches Ergebnis bei den Bestell- und Zahlungsbedingungen sowie das im Test drittbeste Angebot verhalfen dem Unternehmen zu diesem Resultat.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte neun Online-Shops Brillen. Es erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens. Darüber hinaus beurteilten Experten die Transparenz und Sicherheit der Internetseiten. Weiterhin wurde das Angebot geprüft und bewertet (Stichtag: 10. Januar 2014). Zusätzlich analysierten die Marktforscher die Bestell- und Zahlungsbedingungen.

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

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@disq.de
www.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, B2B-Studien 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.